

# PERFILES

INFORMACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES  
DE LAS OCUPACIONES



GOBIERNO  
FEDERAL

STPS



## Gerente de mercadotecnia 54

Los expertos definen a la mercadotecnia como el proceso de planear e implementar el desarrollo y la distribución de bienes con el fin de realizar y producir utilidades. El Gerente de Mercadotecnia está a cargo de ese proceso. Para ello monitorea la situación presente del mercado y pronostica su futuro, considerando las características y expectativas de los usuarios de los productos, canales de distribución, proveedores, competidores y asociaciones comerciales. Ese Gerente debe conocer aspectos de los entornos económico, demográfico, tecnológico, político y cultural asociados a los procesos en los que participa el producto o productos del establecimiento donde trabaja.

A cargo del Gerente de Mercadotecnia se encuentran diversas tareas. Una de ellas consiste en participar en la toma de decisiones respecto del plan mercadológico a instrumentar. Como parte del desarrollo de la estrategia a seguir, ese profesional busca identificar oportunidades de mercado que logren ventajas equivalentes en los rubros relacionados con el producto, precio, distribución, promoción y relaciones comerciales. A partir de ello, define objetivos a cumplir en el corto, mediano y largo plazos.

El Gerente recaba y analiza información sobre los mercados nacional, internacional, gubernamental y otros segmentados, para planear las etapas de la distribución, comercialización y venta de los productos y/o la prestación de los servicios. Esos

estudios le permiten conocer al mayor detalle las características y expectativas de los consumidores para diseñar productos y servicios centrados en ellos. De esta manera, él puede conocer de manera aproximada las características más competitivas de los componentes, el empaque, el soporte técnico y apoyos financieros que acompañan al producto o servicio. Para conocer el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al producto y/o servicio, el Gerente se vale del levantamiento de encuestas a consumidores y a expendedores, la entrevista directa y profunda a ellos y la consulta a expertos. Esos métodos también los emplea para identificar las necesidades de los consumidores y captar quejas y sugerencias. La planeación de los circuitos de distribución, logística y venta también están a cargo del Gerente de Mercadotecnia. Éste participa en la selección e implementación de los canales de distribución de los productos y servicios, así como en la definición de las fases de logística que abarcan la obtención, el almacenamiento y el movimiento de materia prima y productos terminados desde su entrada hasta su salida como bienes para el consumo.

El Gerente de Mercadotecnia debe poseer habilidades como son la creatividad, liderazgo, adaptabilidad a los cambios, facilidad de palabra, toma de decisiones, trabajo en equipo, análisis y síntesis de información, y visión global del mercado, además del manejo de una segunda lengua.

Se le conoce también como Gerente de Ventas en Mercadotecnia, Coordinador General de Mercadotecnia, Ejecutivo de Mercados, Especialista Mercadológico, entre otros.

¡Nuestros servicios son gratuitos!



Vivir Mejor