

# MARKETING

Carlos Noéme  
noeme@isa.ulisboa.pt

## *CAPÍTULO 2 – Conceito de Marketing e sua evolução*

**1** Definição de *Marketing*

**2** Evolução cultural: origem do Marketing alimentar

**3** Diferentes abordagens de Marketing

**4** Metodologias usadas no estudo do Marketing

*Conceito de Marketing e sua evolução*

*Como definição de marketing, é frequente referir como a técnica que consegue vender aquilo que os consumidores não pretendem comprar*

*Conceito de Marketing e sua evolução*



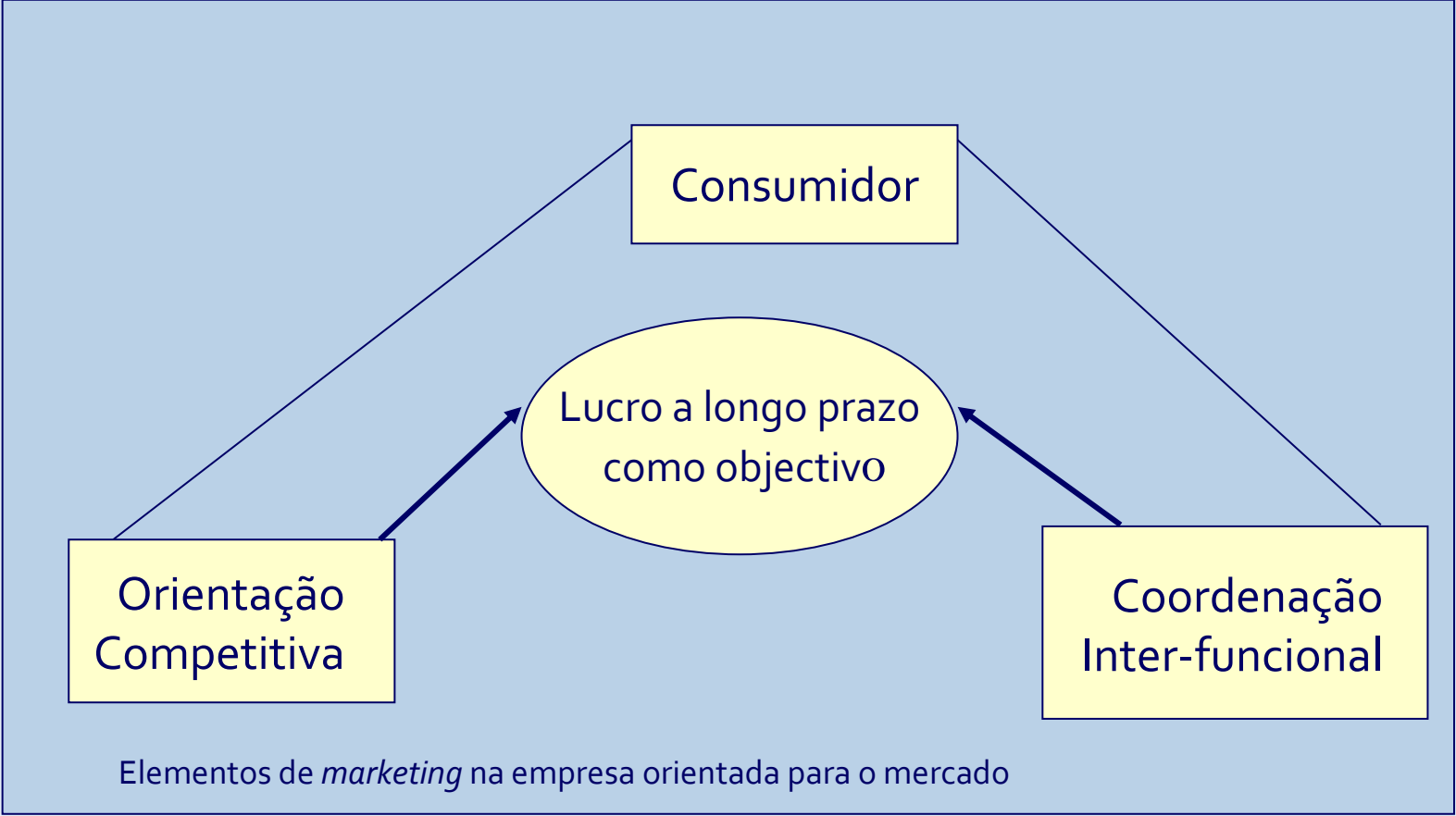
Diferentes definições de *Marketing*:

- ***British Institute of Marketing: Marketing is the management process responsible for identifying, anticipating and satisfying customer requirements***
- ***American Marketing Association: Marketing is the process that facilitates an exchange of goods for money to the mutual satisfaction of both the producer and the consumer***
- ***Chartered Institute of UK: The management process that defines, anticipates and supplies customer's requirements efficiently and profitably.***

## *Conceito de Marketing e sua evolução*

- *Numa acção de marketing, distinguem-se três componentes:*
  - *orientação pelo consumidor*
  - *orientação competitiva*
  - *coordenação inter-funcional*

## *Conceito de Marketing e sua evolução*



# Conceito de Marketing e sua evolução

1 Definição de Marketing

2 **Evolução cultural: origem do Marketing alimentar**

3 Diferentes abordagens de Marketing

4 Metodologias usadas no estudo do Marketing

*Conceito de Marketing e sua evolução*

- *No final da década de 1920 a produção dos EUA foi maior do que o consumo, sendo uma das razões para a crise económica conhecida por Grande Depressão*



## *Conceito de Marketing e sua evolução*



- *O grande desafio dos empresários passou a ser encontrar mais e novos consumidores*
- *Começa então a verificar-se uma necessidade de criar novas técnicas de venda, dando origem às bases do marketing enquanto área do conhecimento*



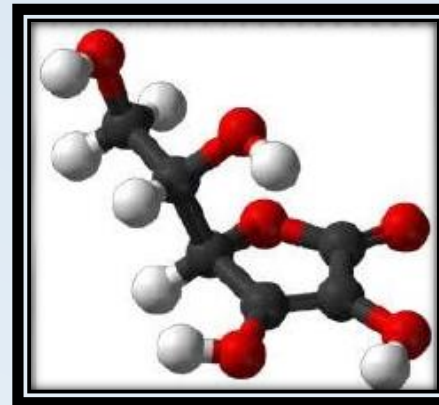
## *Conceito de Marketing e sua evolução*

- *A guerra tem uma grande influência também no futuro da evolução alimentar*
- *Com efeito, na I Grande Guerra a bebida preferida dos soldados tinha sido o café enquanto na II Grande Guerra é o leite fresco a bebida preferida das forças armadas americanas*



## *Conceito de Marketing e sua evolução*

- *Nos anos a seguir à Grande Depressão e à II Guerra Mundial, o processo de encontrar novas formas de venda intensifica-se, aliando-se então ao conhecimento científico*
- *Nos anos de 1950 inicia-se uma vasta campanha sobre a valorização das vitaminas dos alimentos, dando ênfase aos seus benefícios para a saúde*



*Conceito de Marketing e sua evolução*

- *Há autores que defendem a ideia segundo a qual o primeiro grande investimento em marketing na indústria alimentar tenha sido a realizada pela Indústria de lacticínios dos EUA*
- *O grande tema então utilizado na publicidade foi a riqueza de vitaminas que estavam incorporadas no leite e seus derivados que, entretanto, se foram desenvolvendo*

## *Conceito de Marketing e sua evolução*



- *A indústria começa também este processo de adaptação*
- *O primeiro sector industrial alimentar a entrar neste processo foi a Indústria dos lacticínios, alterando em absoluto a imagem do leite e seus derivados*
- *O leite passou de alimento infantil, para ser considerado o alimento ideal para todas as gerações*

## *Conceito de Marketing e sua evolução*



- *A vitamiomania conduziu a que se desenvolvesse um mercado alimentar em que os alimentos ricos em vitaminas passaram a ter uma vantagem competitiva no mercado*
- *Este fenómeno conduziu a um marketing crescentemente mais sofisticado, embora ainda baseado na venda*



## *Conceito de Marketing e sua evolução*

- *Na década de 1950, com a nova geração dos baby boomers, houve uma alteração cultural muito forte na sociedade americana (que depois passou para a europa) a diferentes níveis*
- *Com a força da geração dos teen ager's, no padrão alimentar americano começa a nascer a ideia da vantagem e benefício do alimento saudável baseado na produção “biológica”, nascendo então a grande moda do alimento “natural”*



## Conceito de Marketing e sua evolução

- *Começou de imediato um processo muito forte por parte das empresas a este novo desafio que se verificava na sociedade americana, passando a ser cada vez mais usual a divulgação de produtos com o rótulo de “alimento natural”, “fresco”, “farm product”, e outros semelhantes*



## *Conceito de Marketing e sua evolução*

- *Na década de 1980 a ciência começa a alertar para o excesso de certas categorias de alimentos, em especial o açúcar e as que podem causar colesterol*



## *Conceito de Marketing e sua evolução*



- *A adaptação da indústria a esta nova realidade faz-se com uma capacidade notável e o marketing passa, em definitivo, a ser de uma importância vital para os sectores produtivos (indústria e agricultura) que nunca mais parou de crescer*
- *Aparecem no mercado os produtos com “baixas calorias”, “0% de colesterol”, “sem sal”, “baixo teor de açúcar”, ...*



## Conceito de Marketing e sua evolução



1

Definição de Marketing

2

Evolução cultural: origem do Marketing alimentar

3

Diferentes abordagens de Marketing

4

Metodologias usadas no estudo do Marketing

*Conceito de Marketing e sua evolução*

## ***Definição de Marketing***

- *A noção de marketing pode ter diferentes abordagens:*
  - *o marketing como filosofia (a empresa que segue o princípio de colocar o consumidor em primeiro lugar)*
  - *o marketing como um conjunto de técnicas (publicidade, pesquisa de mercado)*
- *Em geral, é aceite que as técnicas acabam por falhar se não existir uma filosofia*

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

## ***Definição de Marketing – marketing como ciência ou arte?***

- *Podem considerar-se diferentes abordagens relativamente ao marketing, particularmente no que respeita às metodologias utilizadas*
- *A abordagem positivista que considera que o marketing deve basear-se em modelos de comportamento do consumidor, lucro do distribuidor, e relação do preço-volume de venda; esta abordagem assenta em três princípios metodológicos:*

*objectividade - mensurabilidade - processo científico*

- *Esta abordagem contribui fortemente para que o marketing viesse a ganhar algum crédito científico, que não tinha antes*

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

## *Definição de Marketing – marketing como ciência ou arte?*

- *As críticas a esta abordagem baseiam-se no facto de não aceitarem que o marketing possa utilizar os mesmos métodos utilizados em processos científicos exactos.*
- *Esta abordagem crítica, designada por pós-positivista, acaba por referir que no marketing a “verdade efectiva” não emerge de um quadro de investigação onde seja possível determinar variáveis de forma perfeitamente clara e explícita*

## *Conceito de Marketing e sua evolução*

## ***Definição de Marketing – marketing como ciência ou arte?***

- *A abordagem pós-positivista dá ênfase particular ao estudo aprofundado de estudos de caso particulares em vez de tentar encontrar variáveis objectivas a partir de exemplos amostrais mais vastos.*
- *Esta abordagem realça:*
  - *o marketing não deve ser tratado como uma ciência natural - os verdadeiros fenómenos são melhor compreendidos através de abordagens qualitativas*
- *Um estudo de marketing deverá englobar as duas metodologias*

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***



## ***Definição de Marketing – marketing como ciência ou arte?***

*Exemplo:*

*se, por um lado, a abordagem mais exacta tenta minimizar o risco (de um novo produto, por exemplo) tem-se verificado que a opinião do próprio empresário (intuição) tem-se revelado, em muitos casos, melhor factor de sucesso (um bom estudo de caso seria o que se passou nos últimos 10 anos com a APPLE)*

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

**1**

**Definição de Marketing**

**2**

**Evolução cultural: origem do Marketing alimentar**

**3**

**Diferentes abordagens de Marketing**

**4**

**Metodologias usadas no estudo do Marketing**

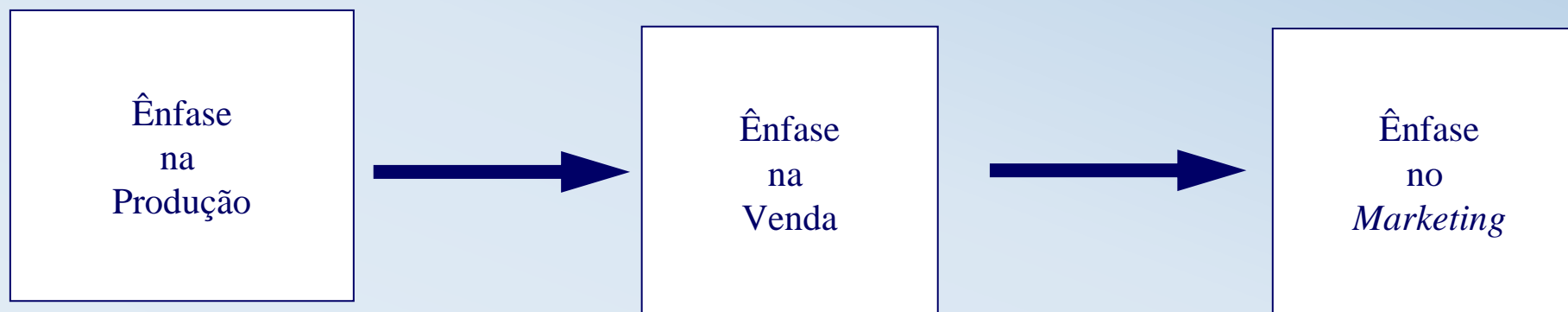
*Conceito de Marketing e sua evolução*

## ***Definição de Marketing – Marketing é uma disciplina académica?***

- *O Marketing como objecto de estudo é relativamente recente*
- *As suas metodologias baseiam-se nas de outras áreas:*
  - *Economia: comportamento do consumidor*
  - *Psicologia: estudo da motivação humana*
  - *Sociologia: estudo de inter-acção de grupos sociais*
- *Estamos face a uma área que conjuga diferentes metodologias, tentando criar a sua própria base de conhecimento*

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

## **Definição de Marketing – Marketing é uma disciplina académica?**



Fonte: Adaptado de Palmer

***O objectivo do marketing é tornar a venda supérflua.  
O objectivo do marketing é saber e compreender o  
consumidor tão bem que o produto ou serviço o  
satisfaça e se venda por si próprio. Idealmente,  
o marketing deveria resultar num consumidor  
pronto a comprar...***

*P. Drucker (1973)*

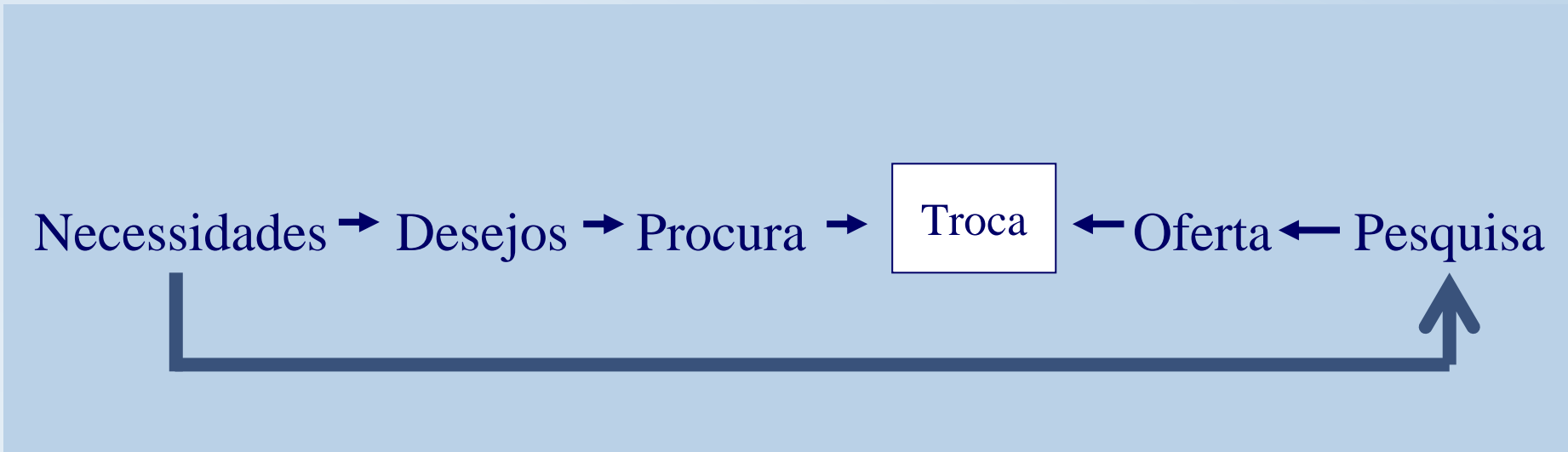
## **Conceito de Marketing e sua evolução**

## ***Definição de Marketing***

- Conceitos principais utilizados em Marketing:
  - ***Consumidores:*** podem muitas vezes ser definidos como clientes
  - ***Necessidades:*** os consumidores são motivados para satisfazer as suas necessidades
  - ***Preço:*** para quem vende, o valor do preço representa o montante recebido; para os consumidores, representa a relação de benefício com a necessidade satisfeita
  - ***Mercados:*** têm uma referência no espaço e no tempo. Várias medidas de mercado podem ser utilizadas: volume de vendas, valor das vendas, taxa de crescimento, nível de competitividade

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

*Definição de Marketing – evolução da importância dada pelas empresas*



Fonte: Adaptado de Palmer

*Conceito de Marketing e sua evolução*

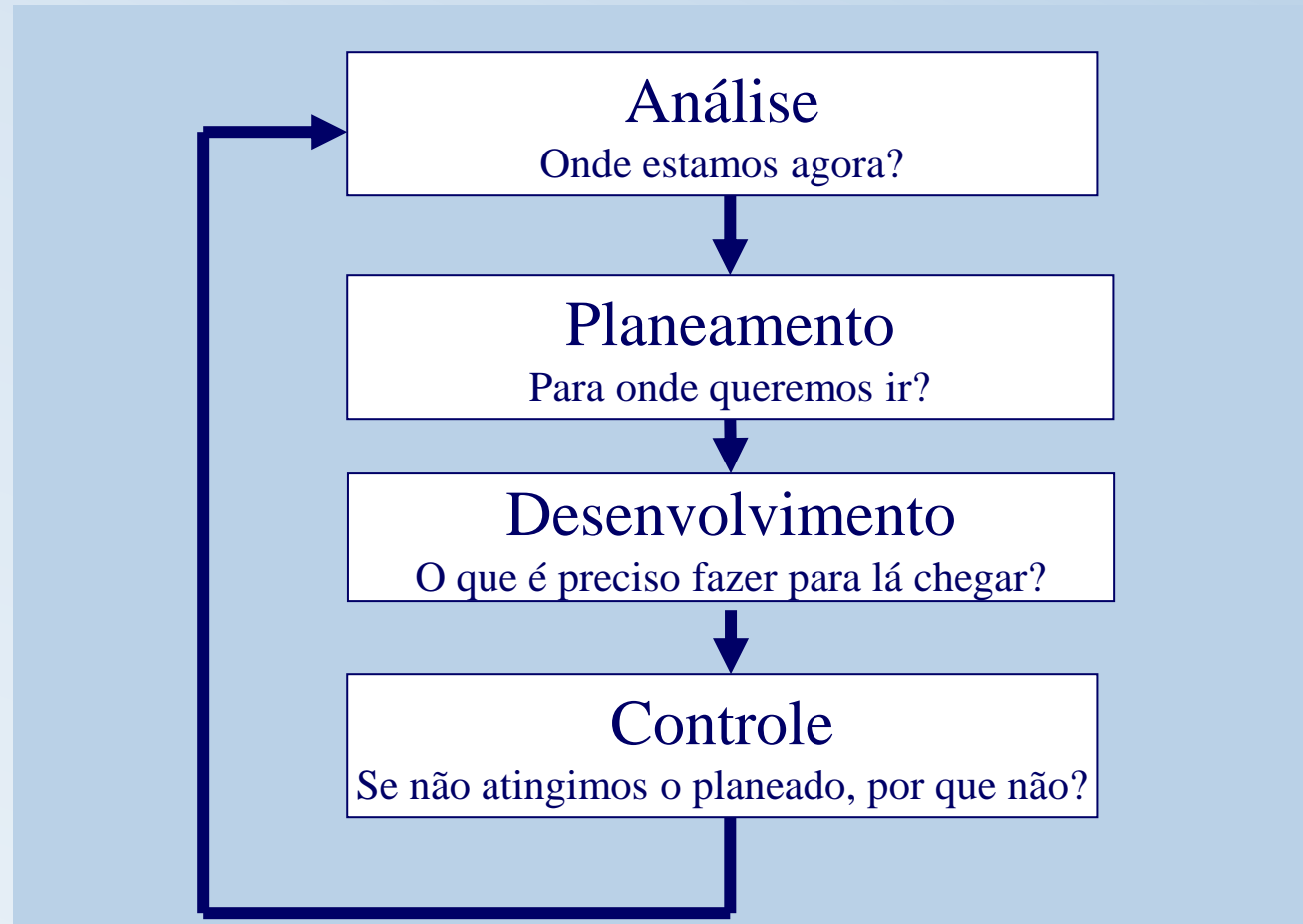


## ***Definição de Marketing***

- Consideram-se três aspectos principais na gestão do Marketing: processos, estruturas e resultados
  - ***processos:*** nos processos de marketing, estão envolvidas quatro fases: Análise (onde estou agora?), Planeamento (para onde quero ir?), Desenvolvimento (como atingir o que se pretende?) e o Controlo (se não foi atingido, por que não?);
  - ***estruturas:*** numa empresa consideram-se dois aspectos fundamentais: a estrutura interna (departamento de marketing) e a forma de relacionamento com as outras estruturas da empresa

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

## Definição de Marketing



Fonte: Adaptado de Palmer

## Conceito de Marketing e sua evolução

## ***Definição de Marketing – o MARKETING MIX***

- Conceito de Marketing Mix é um termo que nasce da definição de um gestor de marketing (Borden):

*“... um misturador (mixer) de ingredientes, alguém que está permanentemente preocupado em concretizar de forma criativa um mix de procedimentos de marketing no seu esforço de manter um empresa lucrativa.”*

- O marketing mix tradicional, destaca quatro elementos principais [4 P's]: Produto, Preço, Promoção e Lugar (Place)
- Vários autores têm vindo a acrescentar outros factores, como os *Consumidores, o Processo e a Evidência Física*

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

## ***Definição de Marketing***

- Nas economias modernas, o marketing das empresas é uma função tão importante como a própria produção
- Nesse sentido, são as próprias empresas a assumir uma filosofia muito clara: toda a gente numa empresa deverá ser um especialista de *marketing* em “*part time*”

*Marketing is so basic that it cannot be considered to be a separate function. It is the whole business seen from the point of view of its final result, that is, from the customer's point of view.*

***Peter Drucker***

## ***Conceito de Marketing e sua evolução***

## Definição de *Marketing* – como se actua no marketing



- No *marketing*, nasce-se especialista ou aprende-se?
- Algumas capacidades específicas:
  - saber ouvir para analisar
  - pensar de forma crítica
  - ser criativo





<https://www.youtube.com/watch?v=OhJo6aqodtA>

<https://www.youtube.com/watch?v=gkrgu2Ypklo>