

## **Nivel de responsabilidad de los gerentes de mercadeo en las funciones de mercadeo**

Dr. Frank Lozada Contreras  
Catedrático Asociado  
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico, Recinto de Ponce  
Colegio de Administración de Empresas  
Frank\_lozada@pucpr.edu

### **Resumen**

El propósito de este estudio fue determinar la relación que existe entre el nivel de responsabilidad que tiene el gerente de mercadeo sobre las funciones de mercadeo en compañías puertorriqueñas y las métricas en mercadeo. Existe un debate en la literatura sobre la declinación de las funciones que realiza el gerencial en mercadeo en las compañías. Esta situación ha sido reconocida en un número limitado de investigaciones empíricas, que indican la carencia de investigaciones formales sobre el rol del mercadeo dentro de las organizaciones. También se plantea que a pesar de que hay muchos escritos sobre cuál es la función del departamento de mercadeo en las empresas, estos escritos carecen de una base empírica. Se plantearon como objetivos específicos los siguientes: (1) Determinar el nivel de responsabilidad de los gerentes de mercadeo sobre las funciones de mercadeo en las compañías puertorriqueñas. (2) Determinar el nivel de responsabilidad de los gerentes de otros departamentos dentro de la compañía. (3) Conocer la relación entre las funciones que llevan a cabo los gerentes de mercadeo en compañías puertorriqueñas y las métricas en mercadeo. Dentro de los hallazgos más significativos se encuentran: Primero, el gerente de mercadeo posee un nivel de responsabilidad significativo sobre las diversas funciones de mercadeo. Segundo, el ejecutivo de mercadeo comparte el nivel de responsabilidad sobre algunas funciones de mercadeo con la alta gerencia. Tercero, a diferencia de lo planteado en la literatura, el gerente de mercadeo posee influencia sobre las decisiones de mercadeo a nivel estratégico dentro de las organizaciones. Cuarto, el gerente de mercadeo utiliza las métricas en mercadeo como herramienta para medir la efectividad de las actividades y estrategias de mercadeo.

*Conceptos claves:* Funciones de mercadeo, gerentes de mercadeo, métricas en mercadeo