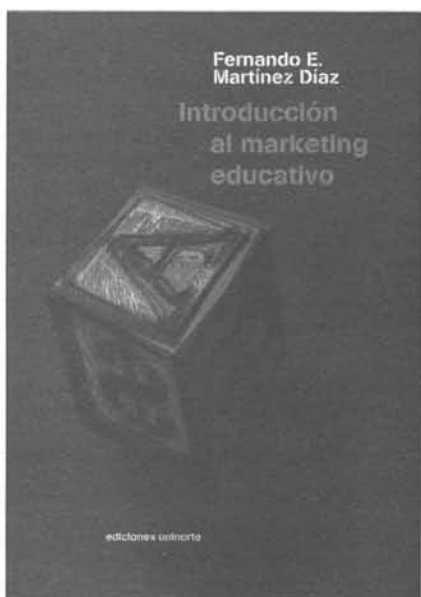


# *Introducción al marketing educativo\**, de Fernando Martínez Díaz

Fernando Martínez Díaz  
*Coordinador área de mercadeo  
Facultad de Mercadología  
Universidad Central*



En el mundo empresarial de hoy, ninguna organización llega a un éxito seguro y permanente. El ritmo del cambio en las economías, los mercados y los servicios desborda la capacidad de las estructuras organizacionales convencionales, incluidas las organizaciones educativas.

La recesión económica por la que atraviesa Colombia ha provocado una gran distorsión y reestructuración en todos los niveles, situación a la que no es ajena la educación. La antigua premisa del éxito: “tener un buen producto, fabricarlo a bajo costo y venderlo con empeño” resulta ahora poco efectiva, y más cuando, al referirla a la educación, encontramos cambios fundamentales que hacen que los esquemas

tradicionales para administrar las instituciones educativas carezcan de efectividad.

Crear una mentalidad orientada al éxito, romper los esquemas de pasividad administrativa y comprometernos con el mejoramiento continuo e integral de la comunidad educativa es la filosofía del Mercadeo que acompaña la propuesta del marketing educativo.

Según el informe de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI, es necesario prepararnos para ser capaces de superar las principales tensiones del presente siglo, a saber: la tensión entre lo mundial y lo local; la tensión entre lo universal y lo singular; la tensión entre la tradición y la modernidad; la tensión entre el largo plazo y el corto plazo; la tensión entre la indispensable competencia y la

---

\* Barranquilla, Ediciones Uninorte, 2001, 141 pp.

preocupación por la igualdad de oportunidades; la tensión entre el extraordinario desarrollo de los conocimientos y las capacidades de asimilación del ser humano, y, por último, la tensión entre lo espiritual y lo material.

Tal nivel de tensiones exige una administración educativa creativa, dinámica, abierta, prospectiva y comprometida con el bienestar de la comunidad educativa y la sociedad en general. En este sentido la Mercadología es una excelente herramienta que, bien comprendida y aplicada, aportará valiosos elementos de decisión para el mejoramiento permanente de la comunidad educativa y para un mayor y mejor compromiso con la razón de ser de las instituciones educativas: las personas.

Se ha seleccionado el Marketing Educativo como tema del presente trabajo, por las siguientes razones:

- a. Cada vez es más universal el reconocimiento del marketing como soporte fundamental para el éxito de cualquier organización.
- b. La evolución del marketing permite que pueda aplicarse con inmensos beneficios a las instituciones educativas, a las organizaciones religiosas y a otras instituciones al servicio del desarrollo del espíritu humano.
- c. Aunque la filosofía del marketing es una sola, su aplicación puede variar de acuerdo con el sector y, por tanto, es conveniente crear guías de aplicación específica para cada uno de los sectores considerados: servicios financieros, servicios aéreos, cooperativas, hoteles, etc. En lo que respecta al sector educativo, sólo existen capítulos en los textos de marketing, pero no obras de orientación exclusiva.
- d. La experiencia del autor como docente en el área del marketing, tanto a nivel de pregrado como de posgrado en diferentes centros educativos del país, así como el conocimiento educativo alcanzado gracias a su formación pedagógica y a la Maestría en Docencia, le permiten contar con la suficiente confianza para pensar que esta obra combina adecuadamente un profundo respeto por la labor educativa con los debidos procesos de mercadeo que deben desarrollar las instituciones educativas.
- e. *Introducción al marketing educativo* corresponde a un primer paso, el cual debe ser seguido de muchos más, que permitan ir construyendo un mejor discurso sobre el marketing educativo.
- f. Como obra de carácter didáctico, está orientada a los administradores educativos y pretende que pueda ser adoptada por las facultades de Educación en la formación integral de los futuros docentes, así como servir de guía para seminarios o diplomados sobre marketing educativo.

*hojas* **Universitarias**.....