



Tema:
**"OS DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO
NA UNIMEP"**



11º Congresso de Pós-Graduação

HISTÓRIA DO PENSAMENTO DE MARKETING - A ESCOLA FUNCIONALISTA.

Autor(es)

TERESA CRISTINA DIAS DE TOLEDO PITOMBO

Orientador(es)

NADIA KASSOF PIZZINATTO

Resumo Simplificado

Neste estudo buscou-se fazer o levantamento teórico acerca da Escola Funcionalista onde se iniciou na década de 50 estendendo-se até a década de 80. Esta escola teve como estudioso principal Wroe Alderson. Suas publicações acerca do marketing iniciaram-se em meados da década de 30, mas para este estudo será focalizado o período de 1957 a 1965 como o de maior concentração de publicações científicas de seguidores dessa escola. O autor apoiou-se em outras áreas para sustentar suas proposições, como economia, psicologia ou qualquer outra que ajudasse a explicar melhor o relacionamento das empresas com o novo perfil de consumidor que emergiu no pós-guerra. Pode-se dizer que as ideias centrais desta escola estão calcadas no sistema de comportamento organizado e mercado heterogêneo. Alderson alicerçou seus pensamentos sobre o comportamento organizado na teoria de sistemas e afirmava que ele é operado pelas empresas no ambiente de marketing. O outro elemento compositor de suas ideias consiste no fato de que considerava o mercado como um sistema heterogêneo, pois o consumidor era visto como um conjunto de segmentos com necessidades diferentes. Ainda na visão do autor o mercado não é perfeito em função de deficiências que estão baseadas em falhas comunicacionais e ausências e informações. Alderson defendeu que a Escola Funcionalista está diretamente relacionada ao pensamento e análise dos sistemas. Vale a lembrança de que a análise de sistemas tem o foco na complexidade de detalhes e lida com muitas variáveis, buscando a compreensão do todo, bem como das relações existentes entre os seus subsistemas. Considerando que um sistema é composto por elementos de entrada e saída e interferências de um elemento em outro, as organizações, na ótica do marketing, estariam cada uma inserida em um sistema mercadológico, com entradas das mais variadas formas, sejam elas de informações sobre o mercado, ou da qualidade de matéria prima, ou ainda do nível de formação dos recursos humanos ou dos dirigentes empresariais. Como saídas, as vendas, os produtos oferecidos, tanto pela empresa quanto por seus concorrentes. Em suma, o foco da Escola Funcionalista observa a estrutura sistêmica do cenário em que as empresas atuam, determinando o relacionamento entre entradas e saídas, criando ainda, bases que trazem a melhoria de todo o sistema. Esta Escola apesar de seus conceitos estarem sustentados em princípios econômicos vinculou a área a outras como a psicologia, sociologia que possuem forte ligação com o marketing. A Escola Funcionalista vem trazer a colocação de que o marketing pode ser visto como um sistema em que se mapeia todo o processo da empresa, desde que este sistema estabeleça um relacionamento entre empresa e consumidor. Esta é uma percepção diferenciada do que eram apregoadas pelas demais escolas, anteriormente. Sempre que um elemento novo surge no sistema, segundo a Escola Funcionalista, afeta o comportamento dos seus elos componentes.