

## ENTREVISTA

José Luis Munuera, director del departamento de Marketing de la Universidad de Murcia y presidente de la Asociación Española de Marketing Profesional, acaba de publicar un nuevo libro en el que analiza la utilización que

algunas empresas murcianas están haciendo de esta herramienta. Entre los ejemplos más positivos cita al Balneario de Archena, del que dice que ha sabido afrontar con éxito la competencia de los hoteles con spa.

**JOSÉ LUIS MUNUERA** | AUTOR DEL LIBRO 'ESTRATEGIA DE MARKETING'

# "El marketing surgió en EE UU porque había sobreproducción de cereales"

M. J. G.

**E**l marketing está marcando la estrategia de las empresas en estos momentos o son las empresas las que marcan sus propias líneas de promoción? El marketing es una disciplina que sale de la práctica. Uno no se sienta en un despacho y se pone a pensar en la forma de comercializar productos. Como cualquier otro área del saber, primero fue una realidad y después vino la investigación y la ciencia. Surgió del mundo de las industrias, en un momento en que las empresas de Estados Unidos tenían una gran producción de cereales en el Norte y empezaron a desarrollar técnicas y procedimientos para comercializar esa producción. Hoy, el marketing es académico, científico y de investigación.

¿Quiere decir que el marketing es el que ha conseguido que se impongan los cereales en el desayuno?

Es difícil encontrar una generalización sobre lo que está bien y lo que está mal. Kellogg's es una empresa multinacional de cereales, que ha encontrado una forma tradicional de que aumentemos el consumo de cereales a través de una transformación del tradicional y ha conseguido extenderlo a todo el mundo.

**La empresa murciana García Carrión tiene agallas, tiene fuerza y tiene valor en sus campañas**

¿Igual que la pizza?

Igual que la pizza, que Cola-Cola o Banco Santander. Son empresas que encuentran un producto y son capaces de difundirlo para un segmento mundial. El mundo cada vez es más globalizado. Todos vemos las mismas películas y los mismos programas de televisión. Todos nos vestimos de la misma forma y ese tipo de inercia facilita que haya empresas exitosas en la difusión de productos que pueden ser igual para españoles que para chinos.

¿Hasta qué punto somos producto del marketing?

Esto es un círculo continuo. La palabra marketing significa, primero, investigar el mercado y,



José Luis Munuera, director del departamento de Marketing de la Universidad de Murcia

después, elaborar el producto. Obviamente, cuando se lanza un producto y tiene éxito, es imitado por otras compañías. Eso produce un efecto dominó. Las empresas lo que pretenden es ganar más y para eso tienen que ofrecer productos y servicios que demande

el mercado. Si las empresas de la construcción están en crisis es porque han hecho una sobreoferta y no han desarrollado una buena política de marketing.

¿Quiere decir que la situación del mercado inmobiliario se debe a la falta de marketing?

Si se hubieran planteado la capacidad que tiene Murcia o España para comprar determinado número de pisos y hubieran hecho esa cantidad, no habría ocurrido. Han primado en ellas los objetivos a corto plazo. La prueba es que la mayoría de los negocios

## PREFERENCIAS

## Un admirador de Coca-Cola que no ve futuro al pimentón

■ José Luis Munuera dirige el departamento de Marketing de la facultad de Economía y Empresa, que está integrado por 26 profesores, cuya labor de investigación está siendo reconocida en todas partes. Su libro 'Estrategias del marketing', la tercera entrega de la serie que inició en 1998, es utilizado como libro de texto en decenas de universidades. Tiene en su despacho una batería de botes de pimentón que enseña a sus alumnos como ejemplo de un producto que no ha innovado y que mantiene un envase difícil de abrir. A su juicio, el mejor ejemplo del buen marketing es el de Coca-Cola, cuyos envases también ha guardado a lo largo de los años. Incluso conserva un vaso que compró en el museo de la compañía en Atlanta.

no existía hace diez años. Las empresas que subsisten en el mercado son las que hacen un análisis de lo que quiere el consumidor y elaboran productos y servicios para ese mercado.

¿Qué le interesa más al marketing esas cuestiones de fondo o la forma de colocar un producto?

La gente habla de marketing, pero no sabe qué hay detrás. La empresa necesita de una buena gestión financiera, organizativa y también de una buena gestión comercial. De ésta última se encarga el marketing.

¿Qué ejemplo de buena aplicación del marketing me daría?

El del Balneario de Archena. Aunque tiene una competencia importante de hoteles que disponen de spa, ha conseguido que sus clientes no sean sólo personas con problemas reumáticos, sino aportar un valor añadido de salud para llamar la atención del resto de sus usuarios.

¿Qué piensa de la publicidad comparada que practica la empresa de Jumilla García Carrión? Sin disponer de más información no puedo hacer un juicio, pero puedo decir que tiene agallas, tiene fuerza y tiene valor.