

Tirada: 558.536	EL MUNDO MERCADOS	Nacional	Semanal	Superficie: 100,00 cm²	
Difusión: 432.536				Ocupación: 11.43%	
(O.J.D)				Valor: 5.786,51	
Audiencia: 1.513.851	Economía			Página: 37	1 / 1
(E.G.M)					
Ref: 2549471	2ª Edición		17/05/2009		

El desembarco de un nuevo márketing

Entorno, mercados y competidores cambian a gran velocidad. Las empresas necesitan algo diferente que les permita seguir su ritmo e incluso adelantarse a ellos. Esa respuesta parece no estar en el márketing tradicional. Por ello, las compañías cambian o tendrán que sobrevivir con mayor sufrimiento y esfuerzo.

El término que da título al libro, *Consumering*, es una propuesta que no se basa en modelos teóricos sino en realidades de mercado y en ejemplos actuales de éxito para proponer toda una nueva estrategia. Es la orientación empresarial al consumidor final con la



'Consumering'
 Autor: Javier Rovira y Philip Kotler
 Editorial: ESIC

empresas: generar demanda sostenible y rentable. Dicen que «los grandes triunfadores serán y son los modelos de negocio que cuestionan todos y cada uno de los factores: tecnología, procesos, funcionalidades y concepto de marca».

intención de establecer una asociación recíproca de intereses. «Supone la entrega del poder al consumidor, que puede elegir y condicionar el producto más adecuado a sus necesidades», dice Rovira.

Su revolucionaria y provocadora iniciativa abre un nuevo ciclo en el márketing para dar respuesta a la necesidad de las