

# LA IMAGEN PÚBLICA DEL MARKETING

Por Guillermo Bosovsky Favre  
*Director de DOXA*

**E**n la actualidad el marketing forma ya parte de la vida cotidiana y muestra su presencia en todos los espacios públicos y privados, ha sido catapultado a un primer plano por los medios de comunicación masivos y también por la revolución tecnológica, y ha formado parte de los extraordinarios cambios culturales y de consumo de la sociedad española en las dos últimas décadas. Ahora, además, se encuentra ante la tormenta de la crisis económica, que altera las reglas de juego, los valores y las percepciones sociales. En este contexto, ¿cuál es la imagen que tienen del marketing los españoles?

otros. Esto tiene consecuencias, como es lógico, en la imagen pública del marketing.

**DEL “PURO MARKETING” AL “NO ES MÁS QUE MARKETING”.** A través de los medios de comunicación tenemos una idea indirecta sobre qué se piensa del marketing, y se puede constatar que en muchos casos los periodistas utilizan esta palabra como crítica hacia algún partido político, por ejemplo. Se dice al respecto: “Eso es puro marketing”, o “Eso no es más que marketing”, aludiendo a que una actuación o manifestación es una fachada, una forma de intentar dar una buena imagen mediante argumentos engañosos. Sin embargo, en los medios de comunicación -excepcionalmente los especializados- el marketing no tiene una presencia clara, y vinculada al mundo empresarial. Por lo tanto, la imagen del marketing que transmiten los medios no es un buen indicador sobre cuál es la que realmente tiene la población.

**+++**  
**Los españoles ya tienen acumulada bastante experiencia sobre la realidad del marketing**

Como es bien conocido, nuestra sociedad no se ha caracterizado por la admiración hacia el mundo de las empresas y los emprendedores, ni nuestro espacio cultural ha sido la cuna del marketing. Éste no ha estado tan en primer plano de forma “normal” y legitimada en todos los ámbitos, como sí ocurre, por ejemplo, en Estados Unidos. De hecho, el marketing ha iniciado su desarrollo en nuestro país más recientemente que en

Para conocer qué imagen del marketing tiene el público en general, hemos hecho una encuesta a 1.008 españoles de todas las regiones geográficas, hombres y mujeres, y cubriendo todos los tramos de edades a partir de dieciocho años. La mitad de ellos con nivel de estudios hasta secundarios, y la otra mitad con algún estudio universitario, completo o no. Los resultados son interesantes, y en algunos detalles bastante sorprendentes:

**Gráfico 1: Qué piensan que es el marketing**



**¿QUÉ ES EL MARKETING?** En primer lugar, hemos querido saber qué idea tienen sobre qué es el marketing, cómo lo definen. Para ello, les hemos formulado la siguiente pregunta: “Imaginemos que usted tuviese que definirle en muy pocas palabras, a una persona que ha venido de un lugar que nunca ha tenido contacto con el marketing, en qué consiste el marketing, ¿qué le diría?”.

Un 95% de la gente común puede dar una explicación pertinente -aunque en muchos casos parcial- sobre qué es el marketing, y un 74% lo relacionan con ventas o vender

Nos hemos encontrado con la sorpresa de que un 95% de la gente común puede dar una explicación pertinente -aunque en muchos casos parcial- sobre qué es el marketing.

La mayoría de estas respuestas pueden ser agrupadas en seis campos temáticos, según en qué matiz ponen el acento, como puede verse en el gráfico 1.

En el 58% de las respuestas hemos identificado la presencia de conceptos o palabras clave que resultan significativas:

Cuando tratan de definir en qué consiste el marketing, en el 74,2% de ellas aparece mencionada la expresión “ventas”, o “vender”.

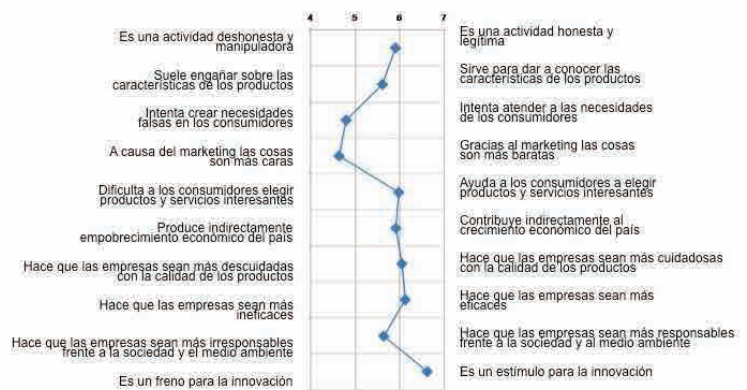
En el 29,2% aparecen conceptos que aluden a “arte de...”, “atracción”, “inteligencia”, etc. Es decir, ideas que denotan una imagen de glamour vinculada al marketing.

Y en el 17,7% se explica el marketing utilizando conceptos como el de “eficacia”, “conseguir que...”, “ganancia”, “éxito”, “garantizar que...”, etc.

El efecto combinado de estas palabras claves o conceptos sería algo así como: “El marketing es el arte de promocionar con inteligencia los productos haciéndolos atractivos, para garantizar el éxito en las ventas y conseguir rentabilidad en las empresas”

**UNA NOTA MEDIA DE 6,9.** También hemos pedido a los entrevistados que pusieran una nota al marketing, en una escala de 0 a 10, según la imagen que tienen del mismo. La nota media ha sido bastante alta: un 6,9. Es decir, la imagen social del marketing en Es-

**Gráfico 2: La imagen del marketing**



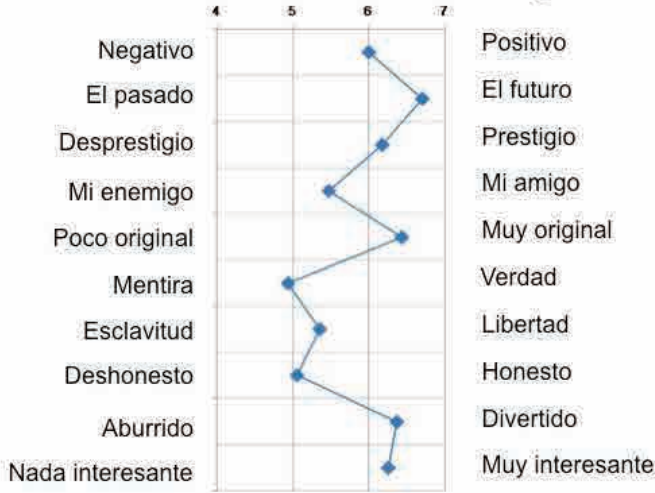
**“Si usted tuviera un negocio propio, ¿recurriría al marketing?”... ¡el 90% ha respondido que sí!”**

pañía no es tan negativa como algunos analistas suponen. Si prestamos atención a los detalles de las respuestas a otras preguntas que siguieron, se entiende por qué.

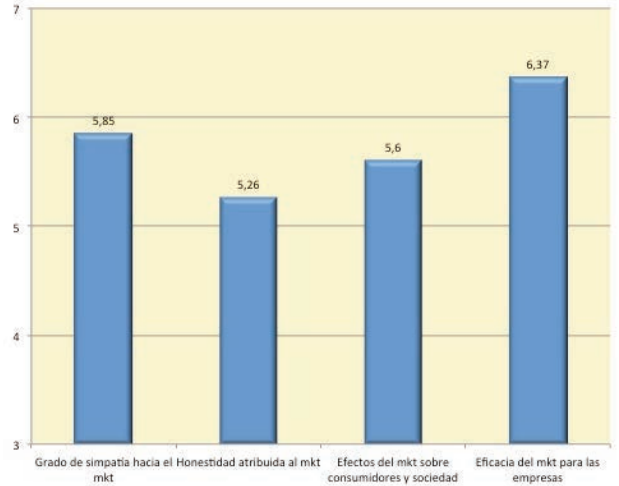
¿Qué perfil de imagen tiene el marketing cuando se le aplican juicios de valor? Para conocerlo, se ha utilizado un diferencial semántico, solicitando a los entrevistados que expresaran sus opiniones mediante la elección de un punto entre ideas opuestas de valoración (en una escala de 0 a 10). Los resultados se ven en el Gráfico 2.

Los aspectos más positivos son, por este orden: El marketing es un estímulo para la innovación, hace que las empresas sean más eficaces, hace que las empresas sean más cuidadosas con la calidad de los productos,

**Gráfico 3: Ideas sobre el marketing**



**Gráfico 4: Índice de valoración del marketing**



ayuda a los consumidores a elegir productos y servicios interesantes y contribuye indirectamente al crecimiento económico del país.

**LAS IDEAS MENOS POSITIVAS.** Las ideas menos positivas son: A causa del marketing las cosas son más caras, el marketing intenta crear necesidades falsas en los consumidores, suele engañar sobre las características de los productos y hace que las empresas sean más irresponsables frente a la sociedad y el medio ambiente.

Complementariamente, les hemos pedido que expresaran juicios de valor sobre el marketing a través de palabras o conceptos opuestos muy sintéticos, que pueden verse en el Gráfico 3.

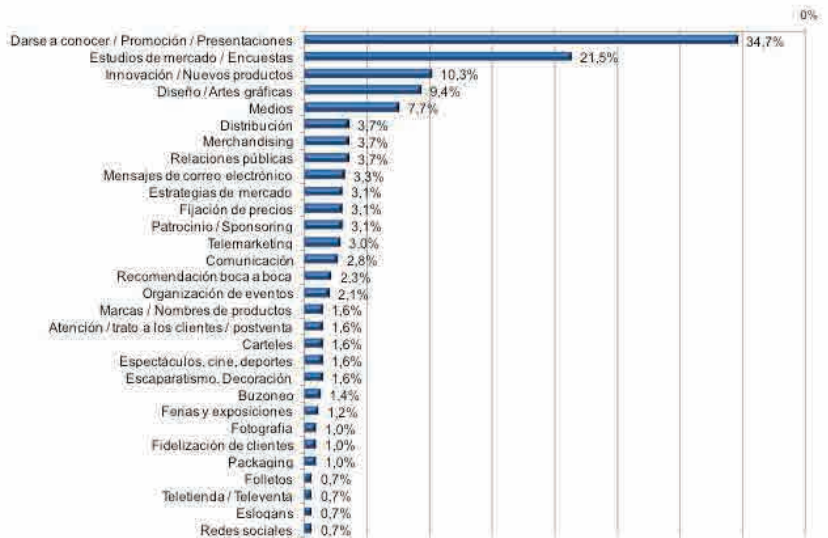
En este caso, las ideas más positivas asociadas al marketing son: que representa el futuro, que es original, y divertido, que es interesante y que tiene prestigio. Y las ideas menos positivas son: mentira, deshonestidad y esclavitud.

Combinando significativamente todas las opiniones expresadas por los entrevistados se pueden crear cuatro índices, que definen cómo es valorado el marketing, en una escala de 0 a 10, en sus rasgos dominantes, como se ve en el gráfico 4.

**LAS ACTIVIDADES DEL MARKETING?** Para conocer la imagen pública del marketing también es interesante saber qué otras actividades ocupan los primeros lugares en la conciencia de la gente.

Es sabido que la actividad más conocida del marketing es la publicidad, y que fuera de ésta resulta difícil recordar otras actividades del marketing. De hecho, muchos suelen considerar casi como la misma cosa el marketing y la publicidad. Les hemos preguntado: “Aparte de la publicidad, ¿qué otras dos actividades son las primeras que asocia con el marketing? Por favor, mencione las dos primeras que le vengan a la cabeza.”

**Gráfico 5: Actividades que se asocian con el marketing, aparte de la publicidad**



## El marketing es aceptado y valorado como eficaz, moderno, inteligente y estimulante, a pesar de que se lo percibe como relativamente deshonesto

Han sido 573 personas (el 57% de los entrevistados) los que han podido dar alguna respuesta pertinente. Las actividades mencionadas se ven en el Gráfico 5.

Los resultados de este estudio nos muestran algunas líneas de reflexión en las que sería muy interesante profundizar:

Está claro que la gente piensa que el marketing es eficaz para las empresas que lo practican (es valorado en este aspecto con 6,4 en una escala de 0 a 10) y, por otra parte, cuando hemos preguntado: "Si usted tuviera un negocio propio, ¿recurriría al marketing?"... ¡el 90% ha respondido que sí!

**ALTO GRADO DE SIMPATÍA.** El estudio muestra también que son muchos los que tienen la idea de que el marketing es una actividad con cierto grado de deshonestidad, que se presta a la publicidad engañosa, a la exaltación de virtudes inexistentes, al intento crear deseos y necesidades falsas... todo ello al servicio unilateral de la rentabilidad empresarial y eventualmente incentivando un consumo irresponsable y poco inteligente. Y a pesar de eso manifiestan un grado bastante alto de simpatía hacia el marketing.

Se puede comprobar que el marketing ya tiene una penetración bastante alta en la experiencia y en los conocimientos de los consumidores españoles.

A pesar del actual tono psicológico deprimente en el consumo, relacionado con la gravedad de la crisis económica, el marketing ya forma parte del mundo aspiracional en una sociedad que ha aprendido a valorar la publicidad creativa, los atributos simbólicos que hacen atractivos a los productos, y los mensajes que, aunque son percibidos como exagerados y muchas veces engañosos, son aceptados en buena medida porque impregnan la vida cotidiana de alusiones positivas, apelaciones a bondades, beneficios, deseos, elevación de la autoestima... En este sentido, el marketing es asumido porque se lo percibe como moderno,

### EJEMPLOS DE LAS RESPUESTAS MÁS REPETIDAS:

"Es la publicidad que hacen las empresas para promocionar sus productos y sus marcas"

"Marketing es el conjunto de acciones destinadas a dar a conocer un producto o servicio"

"Es una forma de publicidad"

"Programa de publicidad para promocionar un producto o una marca en el mercado"

"Es vender tu producto utilizando todos los recursos disponibles"

"El marketing son las técnicas que se usan para vender un producto"

"Es el conjunto de actividades cuyo fin es la venta de un producto"

"Vender, vender y vender"

"Marketing es el arte de hacer que los productos resulten atractivos para su compra"

"Es hacer lo más atractivo posible un producto para que el público se sienta tentado a tenerlo"

"Es promocionar productos o servicios de forma atractiva para conseguir venderlos"

"El arte de vender un producto a mucha gente"

"El marketing es el estudio del mercado a nivel estadístico y a nivel de estrategias"

"Saber lo que los clientes quieren, antes incluso de que los clientes sepan lo que quieren"

"El marketing son los estudios y estrategias que una empresa realiza para captar clientes y vender"

"Consiste en crear a un mercado necesidades ficticias"

"El arte de que te hagan apetecer una cosa que muchas veces no te hace falta"

"Engaños de publicidad para dar a valer un producto"

"Vender cosas a la gente aunque no las necesiten, pero haciendo ver que las necesitan"

"Es la relación a largo plazo con el cliente"

"La forma de satisfacer las necesidades de los clientes ya la vez tener beneficios las empresas"

eficaz, y porque en conjunto sus mensajes aportan la resonancia de una apuesta por la felicidad. Sin embargo es conveniente prestar especial atención a la susceptibilidad de los consumidores frente a las prácticas pretendidamente astutas de un marketing al viejo estilo, y poner esfuerzos en aprender a conectar con la gente de una manera más inteligente y colaborativa. ■