



Juan Carlos Alcaide, durante su visita a Tudela.

NURIA G. LANDA

JUAN CARLOS ALCAIDE PROFESOR TITULAR DE MARKETING DE FORO EUROPEO

## “El marketing en tiempo de crisis tiene que ser amigable”

Reconoce que el departamento de Marketing de cualquier empresa suele ser el gran pagano en tiempo de crisis, pero afirma que es ahora cuando las marcas tienen que estar cerca de sus clientes y trabajar en su fidelización

**DIEGO CARASUSÁN**  
Tudela

Su voz es una de las más autorizadas en España en el mundo del marketing de clientes. Juan Carlos Alcaide (Madrid, 1966), profesor titular de Marketing en programas de Alta Dirección de Foro Europeo, participó recientemente en una jornada del Programa Atenea en Tudela organizada por la Escuela de Negocios de Navarra.

**¿La crisis ha cambiado a los consumidores?**

Han cambiado mucho. El tema de los indignados tiene una relación muy directa con una sensación de enfado generalizado de los clientes con respecto a las empresas, ya que existe la sensación de que nos están robando. En segundo lugar, el cliente es esencialmente subastero. Posterga, analiza y racionaliza más el gasto. Sigue habiendo algunos consumos, pequeños gustos, pero se han suspendido ciertos gastos de mayor cuantía como tema de automóviles y vivienda. Por último, hay una denostación de la ostentación. Si te compras un coche de lujo, quien antes te miraba con envidia, ahora lo hace pensando que eres uno de los culpables de sus males.

**¿Y cómo afrontan las empresas esta situación?**

Hay tres estrategias. Si la compañía es muy grande, se puede apostar por su internacionalización. Así vemos cómo compañías como BBVA, Santander o Telefónica están menos afectadas por la crisis al estar presentes en mercados cuyas economías están en crecimiento. Otra alternativa es buscar

ser más barato y entrar en los segmentos de precio más bajo. Personalmente sigo pensando que la mejor opción es intentar ser especial por la experiencia que produce tu producto o la emocionalidad de la marca. En tiempos de crisis, compañías como Apple, Harley Davidson o las cafeterías Starbucks son ejemplo de apuestas por la diferencia y por una radical lejanía del pelotón.

**¿Cómo se puede llegar a tocar la fibra del cliente cuando la situación económica no deja mucho resquicio a la lírica?**

Lo que las empresas y marcas tienen que buscar de forma obsesiva es ser reconocidas como marcas amigables. Así, en estos tiempos de crisis, cervezas Mahou lanza el mensaje: “Estamos contigo cuando lo pasas mal”.

**En un mundo cada vez más individualista..., ¿los mensajes tienen que estar personalizados?**

Sin duda, el *one to one* es la natura-

### EN FRASES

“La crisis ha hecho que, si te compras un coche de lujo, quien antes te miraba con envidia ahora lo hace culpándote de sus males”

“Las empresas tienen que buscar de forma obsesiva ser reconocidas por los clientes como marcas amigables”

leza central del marketing de la segunda década del siglo XXI. Hay que intentar codificar mensajes con un tronco común pero que vayan a jóvenes, mayores, mujeres, y a la población inmigrante.

**En tiempos de crisis, los departamentos de marketing de las empresas suelen ser los primeros afectados.**

Así es, pero es un error. Las empresas deben darse cuenta de que es ahora cuando más necesario se hace mantener el diálogo con los clientes y trabajar en su fidelización, además de que no se puede renunciar a captar nuevos clientes. Es necesario estar en la mente del cliente.

**¿Qué cambios han traído consigo las nuevas tecnologías y, en concreto, las redes sociales?**

Han aportado una nueva forma de relacionarse con la clientela, pero a mí me gusta decir que el marketing inteligente es el marketing 1.5, ni el 1.0 de siempre ni el 2.0 que sólo está basado en las redes sociales. Así pues, las compañías que operan en mercados universalistas no pueden generar una dependencia de las redes sociales, cuando hoy por hoy tienen un impacto minoritario en colectivos mayoritarios de la clientela española. Es por esto por lo que suelo hablar de marketing ‘democrático no democrático’, ya que dice basarse en la conversación con los consumidores, pero lo cierto es que no es así y se basa en la relación con algunos consumidores.

**¿Navarra se vende bien?**

Navarra no se vende tan bien como debiera. El hecho de ser la primera economía de España se debería poner más en valor. Creo que hay una prudencia, una discreción o una forma de ser que tiene que ver con la antropología de los navarros, que hace que no comuniquéis que estáis en unas condiciones y situación que es incomparablemente mejor que otras regiones de España.

### PERFILES NAVARED



## “En Singapur se trabaja duro, pero se disfruta de la vida”

DN  
PAMPLONA

A pesar de superar escasamente los 700 kilómetros cuadrados, la República de Singapur se ha convertido en uno de los países más pujantes desde el punto de vista económico y financiero del Sudeste de Asia. Allí reside la navarra Cristina Esparza, junto a su marido Matthew, donde fue atraída por la idea de “experimentar de primera mano el estilo de vida asiático”.



Cristina Esparza García.

**¿A qué se dedica en Singapur?**

Yo me dedico a la enseñanza en un colegio internacional, el Tanglin Trust School, donde imparto clases de español como lengua extranjera y de francés. Siempre me he dedicado a la enseñanza de idiomas. Esto, qué duda cabe, te hace más receptiva a culturas extranjeras.

**¿Le resultó difícil establecerse en el país, conseguir papeles?**

No nos resultó excesivamente difícil, ya que el colegio para el que trabajo se encargó de casi todo y nos ayudó muchísimo desde el primer momento. Pero es necesario decir que la burocracia singapuriana es muy estricta y muy exigente.

**¿La gente de Singapur es hospitalaria con los extranjeros?**

La gente local es encantadora y muy hospitalaria. Están muy acostumbrados a convivir con personas de otros países y esto se nota. Es importante hablar inglés para poder entenderse con ellos y, claro está, ser abierto y receptivo a lo que ellos te ofrecen.

**¿Hay una comunidad española en su ciudad?**

No, no es muy grande, aunque sí que hay una mayor presencia de latinoamericanos, sobre todo, argentinos.

**¿Qué costumbre se llevaría de Navarra a Singapur?**

Posiblemente, la chistorra y las alcachofas con almejas que hace mi madre. Tengo que decir que los singapurianos son bastante marchosos y son de meter mucha bulla cuando se juntan. ¡En ese aspecto nos parecemos!

**¿Recomendaría a una empresa navarra emprender una aventura en Singapur?**

¿Por qué no? Siempre y cuando se haga un buen estudio de mercado.

**¿Hay trabajo disponible para los navarros que estén dispuestos a emigrar allí?, ¿en qué sectores?**

La economía singapuriana es una economía en continuo crecimiento y hay muchas oportunidades para según qué trabajos y sectores. La banca y todo el tema de logística ofrecen bastantes oportunidades.

**¿Considera que los navarros somos poco animados a salir al exterior?**

En mi experiencia creo que los

### FICHA PERSONAL

**Nacimiento** Salinas de Ibañeta

**Residencia actual** (Singapur) República de Singapur.

**Profesión** Profesora de español y de francés.

navarros tendemos a ser generalmente ‘comodones’ y a pensar que como en Navarra no se vive en ninguna parte. Bien es cierto que allí no se vive nada mal y nosotros volvemos regularmente a Salinas de Ibañeta para visitar a la familia y a los amigos, pero me gustaría animar a la gente a ‘liarse la manta a la cabeza’ y emprender nuevas aventuras.

**¿Entra en sus planes de futuro quedarse en Singapur?**

De momento nos vamos a quedar en Singapur. El balance de nuestra estancia en Singapur es claramente positivo. Llevamos viviendo un año y tanto mi marido como yo estamos encantados. La vida es muy diferente y, aunque se trabaja duro, se disfruta bastante de la vida. Esto puede sonar un poco chocante e incluso contradictorio. El clima y el hecho de que no haya paro o problemas de falta de viviendas posiblemente ayuden a disfrutar más de las pequeñas cosas de la vida cotidiana. En Singapur no se habla de crisis ni de ERE y las personas se enfocan más en cómo mejorar. La educación es primordial para los singapurianos, ya que todos saben sin estudios es más difícil conseguir un buen puesto de trabajo.

**¿Piensa en volver a Navarra?, ¿qué necesitaría para regresar?**

De momento no, pero quizá el tiempo y el destino nos traigan de vuelta. La familia y muchos buenos amigos viven allí y eso tira mucho.



PARA SABER MÁS

■ La red de navarros en el mundo en [navared.es](http://navared.es)