

OPINIÓN

**ROGER
PINGO JARA**
DECANO
DE
FACEN - UDCH

**Marketing del Marketing (2da. parte)**

El pasado viernes 20, dentro del marco del I Congreso Latinoamericano de Marketing (CLAMARK), que organizó con éxito la Facultad de Ciencias Empresariales y Negocios de la Universidad de Chiclayo (FACEN UDCH), el reconocido profesor emérito y ex – decano de ESAN Dr. Alberto Zapater ante más de 800 personas que participaron en este evento internacional, provenientes de Chile, Colombia, Ecuador, Tumbes, Piura, Paíta, Trujillo, Jaén, Cajamarca, Tarapoto, Chachapoyas, Chimbote, Lima, Cuzco y Tacna, presentó el libro del suscrito denominado “Marketing del Marketing”, manifestando que es una obra sumamente original, curiosa, llena de casos, de ejemplos, donde se muestra el marketing en su vivencia, en su operación, no el marketing en sus conceptos, comparando buenas prácticas, donde al final es el lector inteligente que tiene que obtener sus propias conclusiones.

Dijo también que es un libro no para aprender teoría, sino para aprender práctica y poder incorporarla en lo que uno realmente hace. Es un muy fácil de leer, contiene hechos muy puntuales donde uno puede sacar consecuencias muy rápido. Muestra la práctica del marketing, a uno le pone al día de lo que hay, es un libro para conocer como debe ser y como se hace marketing. Los expertos también deben leerlo porque necesitan saber lo que es la vida práctica, conocer lo que hacen otros, el comportamiento de una marca, una empresa, o sea es un libro que te pone al día. Es una revisión completa y ágil y donde se vive la práctica de marketing. Finalmente el Dr. Zapater manifestó que también es bueno para las personas que viven en el extranjero porque conocen la idiosincrasia, que se práctica en el mundo real, como se mueven y manejan las empresas dentro y como se interrelacionan las marcas.

Un agradecimiento muy especial al diario La República por permitirme difundir estos artículos en sus páginas. De igual forma al profesor de la Universidad ESAN MBA, Luis Felipe Calderón Moncloa, quién manifiesta que la obra es una creativa introducción con un sabor muy local, con ejemplos reales, con un estilo cálido, positivo y entusiasta.