



**CARLOS FERNANDO VILLA GÓMEZ**  
Consultor de Mercadeo  
cvilla@buenet.co

## Reglas del mercadeo (y 3)

• Ser crítico y aceptar críticas, pues siempre habrá posibilidad de mejorar porque el final no se da en marketing sino para desaparecer; por esta razón, hay que ser conscientes de que habrá quien critique, pero, muy importante, si no más, serán siempre las autocríticas para lo cual los canales de comunicación internos deben estar siempre abiertos.

• El cambio es la única constante y no se detiene, y para ello hay que aceptarlo y estar siempre preparados, sin miedo, pero con medidas de prevención.

• Las comunicaciones mercadológicas son mucho más que publicidad y promociones. Parte de ellas son las relaciones públicas, que no son únicamente boletines de prensa, al igual que las ferias y exposiciones y las demostraciones, las cuales jamás desaparecerán pues, hay que decirlo, son necesarias en el mercadeo práctico de hoy.

• Los clics, las visitas, las llamadas y la navegación, entre otros, no son clientes y no aseguran que quienes lo hacen, sean o vayan a serlo; son el inicio de acciones que si se trabajan adecuadamente, se convertirán en relaciones positivas.

• Los lanzamientos de productos u ofertas son parte de un proceso, no son solamente un evento ni un resultado, y no hay que confundir éste (el proceso) con el resultado; hay que recordar el dicho: "por mucho madrugar, no amanece más temprano", y la ley de la perspectiva: "los efectos del marketing son a largo plazo".

• La tecnología impresiona, pero no hay que dejar que descreste, como se dice. Es cierto que muchas cosas que no podían ser realizadas antes, hoy se puede con la ayuda de ella, pero las herramientas que permite usar son solamente eso, herramientas, que no garantizan resultados.

• Los planes son necesarios y buenos, pero son muy diferentes a una lista de tácticas o actividades; requieren análisis, tanto interno como externo, preparación, medios de trabajo, cuantificación, objetivos realmente obtenibles y control y adaptación o modificaciones, pues la competencia y el cambio pueden exigirlos. No son una camisa de fuerza.

• Establecer límites y medidas de control pues como se dijo en el numeral anterior, pueden existir acciones u otras que harán necesario cambiar, modificar o parar lo que se está haciendo.

• Si se quiere algo nuevo, hay que cambiar, pues si se continúa con lo que se está haciendo, los resultados seguirán siendo los mismos; pero no se trata de cambiar por cambiar, sino cuando haya que hacerlo, no por moda o por seguir la corriente, como se dice.

• Las imitaciones nunca son buenas, pues se pierde la originalidad que es necesaria en el marketing actual, especialmente. La sobre oferta existente, en todos los mercados, hace que se necesite la diferenciación y para ello hay que ser auténtico, original, pero con algo que sea de interés y beneficio real para el mercado, no para la junta o los accionistas.

• Cada organización necesita funcionar correctamente y efectivamente, formando y manteniendo clientes que sean leales o fieles, y que generen la sostenibilidad necesaria en un mundo globalizado, hiper comunicado, sobre ofertado que ha convertido a los clientes, y a todos en general, en integrantes del accionar del mercadeo de todos, pues las redes sociales, y lo que el mundo virtual o digital ofrece es para tener muy en cuenta.

Hay que recordar que todo y todos comunican y no es posible no comunicar o dejar de comunicar.

## Cada loro en su estaca

Colombia no es un país minero, porque son modestas sus reservas probadas de carbón, oro y níquel, que son sus principales renglones de producción y exportación del sector minero, pero tiene un enorme potencial por desarrollar. De los recursos naturales no renovables podemos decir que es mejor tenerlos y no necesitarlos que necesitarlos y no tenerlos.

Y los necesitamos, prueba de ello es que el Gobierno central pasó de recibir \$29 billones provenientes de la actividad extractiva en 2013 a cero pollo el año pasado, con lo cual se abrió un enorme hueco fiscal, de tal tamaño que la reforma tributaria aprobada en 2016 fue solo un paliativo y los recortes presupuestales no se han hecho esperar. Eso ha significado menos recursos para invertir en infraestructura y para el financiamiento del gasto social, porque no hay a la vista a corto plazo otra fuente de ingresos que pueda suplir los que se dejaron de recibir por la caída de los precios del petróleo, del carbón, el oro y el ferroníquel, que solo desde el año pasado empezaron a reaccionar.

No hay actividad humana que no tenga un impacto económico, social y ambiental y la actividad minera no es la excepción. De lo que se trata, entonces, es de que se minimice dicho impacto, se mitigue y se repare, cuando hay lugar a ello. Y eso es posible con la minería bien hecha, esto es, que no sea depredadora del medio ambiente y se impongan las mejores prácticas operacionales, cumpliendo con los estándares más exigentes y el buen relacionamiento con las comunidades del entorno, que deben ser las primeras beneficiarias.

En los últimos años se ha venido dando un escalamiento del enfrentamiento de las comunidades con las empre-



**AMYLKAR D. ACOSTA M.**  
Docente de la Universidad Externado de Colombia  
@amylkaracosta

sas mineras que operan en sus territorios, poniendo en riesgo su actividad. Son varios los factores que han exacerbado la conflictividad en las zonas en donde se desarrolla la actividad minera, principalmente la falta de ordenamiento del territorio, lo cual da lugar a un conflicto de usos y de ocupación del territorio, la ambigüedad sobre las competencias propias de la Nación y las de las entidades territoriales, así como la falta de reglamentación tanto de las consultas previas como de las consultas populares. A ello se vienen a añadir los vacíos jurídicos que ha dejado el anacronismo del Código de Minas.

Estos vacíos en el ordenamiento legal, así como la colisión de competencias entre la Nación, los departamentos y municipios, han dado pábulo para el activismo judicial. Lo reconoce el propio presidente de la Corte Constitucional Alejandro Linares, cuando afirma que "quien debe definir el tema, para mí, es el Congreso de la República. Al final del día, los jueces resolvemos los problemas porque nadie más los resuelve. Lo ideal sería que el Congreso saque una Ley orgánica para ver cómo se concilian los intereses de la Nación sobre el subsuelo versus los intereses de las regiones y de los municipios sobre el uso del suelo".

Un reciente fallo de tutela de la Corte Constitucional en contra de Cmsa, empresa esta

### CONSULTAS POPULARES AMBIENTALES

Con estas consultas se dio inicio al boom de consultas populares ambientales 2013

La Corte Constitucional se manifestó en Sentencia T-455/2016 confirmando que los entes territoriales son competentes para regular el uso del territorio

2016-2017



Fuente: Red por la justicia ambiental en Colombia. Gráfico: LR-JG

### NO HAY A LA VISTA A CORTO PLAZO OTRA FUENTE DE INGRESOS QUE PUEDA SUPLIR LOS QUE SE DEJÓ DE RECIBIR

que explota el níquel hace más de 30 años en el departamento de Córdoba, tiene alarmado al sector minero, por el precedente que se ha sentado y por la inseguridad jurídica que significa cambiar las reglas de juego en la mitad del partido. En la misma se ordena a la Dirección de Consulta previa del Ministerio del Interior que se realice una Consulta previa para seguir operando. Es decir, a posteriori. Y se dice en el fallo que la misma tendrá por objeto "establecer medidas de prevención, mitigación y compensación ambiental", las que son inherentes al Plan de Manejo Ambiental, que es de la órbita de la competencia del Ministerio de Ambiente y no del Ministerio del Interior.

Se ordena además, se supone que a la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, expedir "una nueva Licencia ambiental que se acoja a los estándares constitucionales vigentes". Cabe preguntarse si al momento de expedirse la licencia anterior la autoridad

## Un Estado incapaz y clientelista

Imposible no hablar del debate presidencial cuando estamos ad portas de que el país tome en 15 días una de las decisiones más importantes de su vida republicana, pues hacia varias décadas no entraba en el juego político el cuestionamiento de un modelo económico y de un Estado divorciado de la sociedad. El debate tiene ingredientes novedosos, pues por diferentes razones se está cuestionando el papel del Estado actual frente a la Justicia, la educación, la salud de los colombianos y su rol para ofrecer igualdad de oportunidades en el esquivo camino de la justicia y la equidad.

La presencia de actores que cuestionan la responsabilidad o



**EDGAR PAMIYA**  
Exdiplomático - periodista económico y político  
epapamiya@hotmail.com

la irresponsabilidad del establecimiento ha llevado a las calles de Colombia el debate sobre los temas que más afectan a los ciudadanos de a pie. Los medios de comunicación, al igual que los medios en el mundo, son presos del sistema económico

y están supeditados a los intereses de sus dueños, lo que constituye la razón de su crisis. No nos queremos dar cuenta que los ciudadanos del común resolveron salir a las plazas a oír lo que no se dice en los medios o lo que se oculta sibilinamente para mantener fidelidades.

Vengo insistiendo hace rato que no me parece prudente cerrar las puertas al registro de lo que está pasando en las plazas del país, porque podríamos llevarnos una sorpresa que no conviene a la salud de la democracia. Todos los candidatos hacen un esfuerzo por ofrecer todo tipo de soluciones a los males de la sociedad; pero sin lugar a dudas hay temas que tocan la sensibilidad de los de arriba y de los de