



**CARLOS FERNANDO VILLA GÓMEZ**  
Consultor de  
Mercadeo  
cfvilla@uninet.co

## Ajustes en mercadeo (1)

Como siempre ocurre, la mayoría de los programas o planes de acción, en todos los campos, necesitan modificarse por la constante del cambio, y no pocos denominan esas modificaciones "ajustes".

El mercadeo ha sido, es y será una actividad para formar y mantener los mercados, lo que no se circunscribe sola y específicamente a empresas que buscan lucro siendo un proceso ininterrumpido para descubrir los deseos y las necesidades que las personas de la sociedad buscan satisfacer con el fin de mejorar cada día el nivel de vida, para hacer que con la oferta que se trabaja, ello sea posible, y se logre superar a quienes compiten, entendiendo y aplicando unos parámetros de acción que podrían considerarse leyes, las cuales, siempre, estarán sujetas al comportamiento de los mercados.

Los cambios que más han hecho modificar el comportamiento humano se han dado básicamente en la tecnología y lo que ello ocasiona (comunicaciones por ejemplo), la competencia, etc., pero el ser humano sigue teniendo las mismas necesidades buscando satisfacerlas con alternativas que van cambiando por los avances que se presentan y las acciones de los competidores con sus ofertas, haciendo que varíen los deseos.

La combinación de tecnología, los competidores y la situación económica, han hecho que unos puedan lograr lo que quieren y necesitan, mientras otros no pueden; pero en la actualidad se podría decir que cualquier situación imaginable, puede ser realidad. Sin embargo, ante cualquier circunstancia o situación, hay algo que todos sentimos, queremos y deseamos con ansiedad: ser tratados como personas humanas.

Ante lo que hoy se observa, en todo el mundo, con o sin crisis, las actividades del mercadeo han de estar ceñidas a una comunicación y una comercialización directa entre productores, comercializadores y consumidores. Cada día es más frecuente apreciar cómo las organizaciones, en todos los sectores de la sociedad, escuchan a los clientes y prospectos, y están en contacto permanente con ellos. Pero hay que hacerlo en tiempo adecuado; hacer esperar más de lo que el mercado cree que debe esperar, con la información que se tiene al alcance de cualquiera, 24 horas diarias todos los días del año, es fatal. Como dice **Seth Godin**, "en la era de un clic, o se responde ya, en un momento, o adiós". La velocidad es crucial en el mundo actual.

Hay que hacer monitoreo permanente de lo que se dice acerca de la organización y la oferta que se hace al mercado. Para nadie es un secreto que a medida que más se amplían las redes sociales por el crecimiento del uso de la tecnología, los comentarios de la gente, y de los "críticos especializados", son cada vez más influyentes en las decisiones de los humanos. Y en un mundo en el cual "todo el mundo es eso, crítico especializado", y está conectado permanentemente, hay que estar pendientes de lo que se dice. Además, y como si fuera poco, se han convertido en fuentes de información "confiables", por lo que hay que estar alerta, sin descanso, porque cuando "aquí es de noche allá es de día", y hoy se puede afirmar, como el dicho popular, que "camarón que se duerme, se lo lleva la corriente". El mercado es cada vez más dinámico, la competencia más fuerte, y a pesar de las insinuaciones y medidas de **Trump**, que podrían llevar a una guerra comercial, seguirá adelante con nuevas estrategias que algunos han comenzado a llamar diversificación.

## A las trumpadas

Se suele decir que los políticos hacen campaña en poesía y gobiernan en prosa, para significar que unas son las promesas del candidato y otras son realizaciones cuando asumen el mando. Pero quien, contra todos los pronósticos, resultó elegido Presidente de EE.UU. ha roto este paradigma, como tantos otros. Y en este caso no le quedaba difícil, dada su proverbial aversión por la poesía y por la prosa. El presidente **Trump** se hizo el propósito de hacer trizas el mandato de su antecesor **Barack Obama** y a fe que lo ha venido cumpliendo a pie juntillas, así le lluevan rayos y centellas, sin reparar en el daño infligido a su propio país.

Dijo **Georges Louis Leclerc**, que "el estilo es el hombre" y **Trump** tiene su propio estilo y nada cambió en él cuando se trasteó de la **Trump Tower** de la Quinta Avenida de Nueva York a la Casa Blanca en Washington. Se trata de un personaje enigmático, ciclotímico y neurasténico, que actúa por impulsos irreprimibles, pendenciero y así gobierna, perdón, así trina. Pues bien, desde que llegó a la Presidencia, con su sonsonete de "Estados Unidos primero", ha enconchado como ostra a la primera potencia mundial, aislándola y confinándola en sus propias fronteras. Y como su paranoia no tiene límites, lo ha llevado a concluir que el resto del mundo conspira contra EE.UU. y por ello ha optado por renegar de los acuerdos y tratados suscritos.

Al fin y al cabo, según afirmó su nuevo Consejero de Seguridad el halcón **John Bolton** en *Wall Street Journal*, "Estados Unidos no tiene la obligación legal de cumplir los tratados que ha firmado y ratificado". Ya este mismo señor **Bolton**, siendo Embajador de EE.UU. ante la **ONU** había espetado que "no existen las Naciones Unidas". Existe una comunidad internacional, que



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

de vez en cuando puede encabezarse la única potencia real que queda en el mundo y cuándo convenga a nuestros intereses, podremos conseguir que otros se apunten" (!!).

En el transcurso de su campaña **Trump** despotricó contra la **OMC**, a la que calificó de organización del "desastre", "siempre nos está molestando" afirmó y amenazó con retirarse si los demás países miembros no se allanaban a sus pretensiones, especialmente en materia de tarifas aduaneras. Y más recientemente tuiteó que "la **OMC** es injusta con EE.UU.". Por su parte **Robert Lighthizer**, nuevo representante comercial de EE.UU., afirma que "EE.UU. debería ignorar con más frecuencia a la **OMC**". Por ello no causó sorpresa su anuncio de la imposición de aranceles proteccionistas de 25% a sus importaciones de acero y de 10% para las de aluminio el pasado mes de abril. Esta decisión significaba una declaración de guerra comercial contra sus socios Canadá, la Unión Europea, Corea del Sur, que son sus principales proveedores de acero, pero su blanco principal es China.

**Trump** aduce que la balanza comercial entre EE.UU. y China está muy desequilibrada en su contra. En efecto, las exportaciones de EE.UU. a China en 2017 fueron del orden de los US\$130.000 millones, mientras que sus importaciones provenientes de Chi-

## ¿DE DÓNDE IMPORTA EL ACERO ESTADOS UNIDOS?



Fuente: Departamento de Comercio de EE.UU.

## QUIENES CREYERON INGENUAMENTE QUE ERAN SÓLO BALADRONADAS DE TRUMP SE EQUIVOCARON

na registraron US\$505.000 millones, arrojando un déficit de US\$375.000 millones, de un déficit total de US\$566.000 millones. Huelga decir que China es el mayor exportador del mundo, desde 2009 cuando desbancó a Alemania, acaparando 13,2% (US\$2,1 billones) de las exportaciones globales y es al mismo tiempo el segundo importador, con el 9,8% (US\$1,6 billones), entre tanto EE.UU. participa con 9,1% y 13,9%, respectivamente. Por lo demás, China en 2016 ya representaba casi la mitad del mercado mundial de acero y en 2017 EE.UU. importó desde China más de US\$91.000 millones en hierro y acero, equivalente a 20% de las importaciones estadounidenses y a más de 12% de las exportaciones chinas de dichos metales. Pero, de lejos, el mayor proveedor de acero de los EE.UU. son Canadá y la UE.

Pareciera que Estados Unidos con **Trump** estuviera retrocediendo a las ideas mercantilistas, de **Abraham Lincoln**, cuando afirmaba: "no sé dema-

## De regreso a la realidad

Terminada la fiesta rusa, para los colombianos, vuelve el país a la aparente normalidad de sus problemas cotidianos, mostrando el fútbol las mismas debilidades de nuestro sistema político y económico. Somos definitivamente una sociedad conservadora. No aparece el espíritu innovador para buscar criterios más abiertos y agresivos, en la práctica de nuestro deporte favorito. Es necesario un proceso que genere una escuela propia de acuerdo a nuestras enormes potencialidades. La era **Pékerman** se agotó.

En materia política, no la tiene fácil el electo presidente de la República **Iván Duque**. Sus primeras actuaciones, confirman los temores de su depen-



**EDGAR PAPAMIJA**  
Exdiplomático - periodista  
económico y político  
epapamija@hotmail.com

dencia del senador **Uribe**. La atropellada aprobación de la reglamentación de la JEP deja un sabor amargo de que las cosas giraron 180 grados. El deplorable espectáculo de los congresistas demostró una vez más que no hay ideología ni valo-

res. Hasta hace unos días, mientras los efectos de la mermelada, motor de las elecciones de Congreso, mantenía sus efectos, el legislativo respaldó los acuerdos de la Habana. Bastó que **Uribe**, más que **Duque**, mandara una razón, para que el Congreso, sin pena ni gloria, le diera la espalda a una política que a todas luces es conveniente para el país. Ya la comunidad internacional comienza a mandar serias señales de su inconformidad con la intención de volver trizas los acuerdos de paz. La ola de violencia que cruza la Nación debe indicarle a los necios y al Gobierno que con la paz no se puede jugar, mucho menos para satisfacer caprichos inconfesables.