

diferente a lo que ya se tiene. Muchas personas de mercadeo parten de las llamadas "lluvias de ideas", que son muy buenas para eso, para recopilar sugerencias de personas que se dicen creativas; pero hacer lo que de allí se puede derivar no es, necesariamente, innovación. Si a una persona se le pregunta acerca de variaciones a un producto, tangible o intangible, siempre se obtendrán ideas nuevas, llamativas, dignas de ser tenidas en cuenta. Pero ese solo hecho, modificar lo que ya existe, por creativo que se considere, no constituye una verdadera novedad, y mucho menos una garantía de éxito. Quizá una mejora, una adición, pero no siempre una innovación.

Segunda: para innovar con éxito, deben llenarse satisfactoriamente vacíos de valor de la oferta actual, o mejorar sustancialmente los existentes. Consecuentes con el numeral anterior, para que algo sea novedoso desde la óptica del mercadeo en la práctica, se necesita llenar un vacío de valor que las mentes de los seres humanos

siempre tendremos, porque no existe nada perfecto, y con el tiempo, breve o extenso, todo "pierde valor", no tanto económico sino perceptual. Por ello la definición de mercadeo de la American Marketing Association enfatiza que para hacer y mantener clientes, hay que crear, comunicar, suministrar e intercambiar valores, y para hacerlo constante, permanente y exitosamente, debe trabajarse por llenar esos vacíos que se van dando.

Tercera: el verdadero diferenciador competitivo, debe marcar una clara ventaja en valores para el mercado. No tiene que ser nada del otro mundo, como se dice; puede consistir en algo que sea una verdadera mejora al producto o servicio, pero que signifique algo que sea valorado por el mercado. Tampoco tiene que ser en el producto en sí, cuando es el caso de los tangibles, puesto que la innovación puede presentarse en elementos como el empaque, las etiquetas, etc., por ejemplo. La tecnología y su velocidad de cambio hacen que ello pueda darse con

relativa frecuencia: el caso de los códigos de barra, y ahora los códigos de lectura que permiten eliminar filas; las etiquetas de seguridad son otro caso. Las prendas y los zapatos con chips indicadores y controladores de temperaturas también ilustran este aspecto.

Todo lo que es nuevo no significa innovación de productos o servicios, pues no siempre lo que se ofrece que antes no se tenía, lo es; puede ser uno más, de nombre o marca diferente, pero sin un elemento de valía real para el cliente. Un restaurante puede ser uno más; un televisor, sin nada nuevo, solamente de otra marca que antes no había, no es.

Es mucho lo que se ha hablado sobre el tema, yes, como tantas veces afirmó **Drucker**, algo sin lo cual es casi que imposible alcanzar éxito en los mercados actuales, junto con el mercadeo, pues como se recordará fue una de las frases más famosas del gurú: "cualquier organización tiene dos y solamente dos funciones básicas: marketing e innovación".



SERGIO
OCAMPO
MADRID

Cuando se lee poco se dispara mucho

El primero de mayo pasado, la sala Tomás Carrasquilla, de *Corferias*, estaba abarrotada de un público absorto que escuchaba el coloquio entre los periodistas **Ignacio Gómez** y **Hollman Morris** sobre los duros momentos de amenaza, miedo y exilio que les ha tocado vivir por hacer bien su trabajo de destapar y denunciar, contar versiones más allá de la oficial y hacer un ejercicio de memoria en un país que tiende a ser olvidadizo.

"Lecciones del exilio", se llamaba el evento y era el cierre del Encuentro Internacional de Periodismo que organizan la *Cámara del Libro* y la *Universidad Externado de Colombia*, en el marco de la *Filbo*. Poco antes de las 7 p.m., la gente despidió a los dos hombres con un aplauso largo y caluroso. Casi a esa misma hora, en una carretera del Tolima, el auto de **Ricardo Calderón**, periodista de *Semana*, recibía cinco impactos de bala de un asesino que quiere acallar sus investigaciones del Ejército. Por fortuna, **Calderón** salió ileso.

La imagen es perfecta para mostrar la enorme paradoja de este país en donde las apologías a la vida crecen y pelean a la par con las parábolas al exterminio y al dolor. Un país donde mientras algunos van poniendo los ladrillos que construyen proyectos para todos, edifican sueños compartidos, hacen apuestas al futuro, tienden puentes, otros van socavando desde abajo con su liturgia de la muerte, con su burla a los derechos, con su juego de ir por los atajos, de torcer la realidad, excluir, segregar y aniquilar lo que ponga en riesgo sus intereses y privilegios. Un país moderno, liberal, contra uno bárbaro y atávico. El uno al lado del otro.

La versión 26 de la Feria del Libro que acaba de terminar aporta muchas cosas para creer en ese primer país. En los quince días del evento entraron 423 mil personas al enorme recinto de *Corferias*, y el primero de mayo se rompió un récord cuando ingresaron 72.460 visitantes.

Eso es dos veces el estadio *El Campín*. ¿La lectura haciéndole competencia al fútbol? Ilusiona pensar que sea así, al menos un día en todo el año.

En esas dos semanas de fiesta por las letras hubo 1.300 actividades académicas que reunieron a 120 escritores extranjeros, cien colombianos y 25 portugueses. Más de 270 libros nuevos se lanzaron y, en un plano más prosaico, se cerraron negocios por US\$11 millones. Un esfuerzo monumental para agradecerles otra vez a **Diana Rey**, la coordinadora general, y a **Juan David Correa**, el director cultural.

Y mientras en la *Filbo* vivíamos el sueño de la República de las Letras, afuera la otra República, la del absurdo, se encargaba de seguirnos espantando. El sábado 20 de abril, mientras la poeta **Piedad Bonnet** contaba cómo, sin creer en la eternidad o el más allá, logró hacer perpetuo a **Daniel**, su hijo suicida, fijándolo en las palabras, en un libro para siempre, nos enterábamos de que el gran robo de *Interbolsa* comenzó en 2011, que allí se lavaron activos y dineros de la contratación de los **Moreno** en Bogotá y que el Gobierno no hizo nada.

El lunes 22, a la una de la tarde, mientras los muchachos del colegio *Silveria Espinosa* de Rendón se bajaban del bus y empezaban a corretear por los pabellones de *Corferias*, en un convenio de acceso gratuito para alumnos de escuelas públicas, en el Catatumbo y en Arauca las *Farc* asesinaban a un soldado y un policía.

El miércoles 24, horas antes de que **Jean Marie Gustave Le Clezio**, premio Nobel 2009, hiciera vibrar a la gente con su sensibilidad profunda y su desprecio por el colonialismo, el Comité Internacional de la *Cruz Roja* (CICR) entregaba su informe anual y advertía que nadie está reparando a las víctimas de las bandas criminales o *Bacrim* (el eufemismo para hablar de los paras y los narcos, o los dos, que dejó el fallido proceso de desarme y reinserción de autodefensas).

El viernes 26, mientras el expresidente **Uribe** lanzaba su libro "No hay causa perdida" en el auditorio José Asunción Silva (siempre será mejor tenerlo escribiendo que vociferando insultos, divulgando coordenadas, o llamando al odio y a la guerra), la Policía entregaba el Reporte Integrado de Inteligencia contra las Bandas Criminales (CI2), con un dato escalofriante: hoy "Los Urabeños" (la *Bacrim* más grande) superan en hombres al ELN, están en 123 municipios y once departamentos.

El lunes 29, antes de la charla fabulosa del alemán **Günter Wallraff**, el periodista de "Cabeza de turco", nos contaron desde Ginebra (Suiza) que según el informe del Centro de Monitoreo del Desplazamiento Interno, Colombia es el país con más desplazados en el mundo, en una cifra que va de 4,9 a 5,9 millones. Uno de cada siete colombianos es un desplazado.

No es difícil entonces entender la sabiduría inmensa de ese cartel que en un puesto de obleas de la feria rezaba simplemente sobre el vidrio: "Cuando se lee poco, se dispara mucho".

SALA DE REDACCIÓN/LR



NICOLÁS
ABREW QUIMBAYA
EDITOR DE
ECONOMÍA

[PUNTO DE QUIEBRE]

El metro de Bogotá debe ser una prioridad de todos

Desde la década de los cuarenta estamos hablando de la construcción del metro de Bogotá. Hoy estamos ad portas de que por fin se licite su construcción, pero todavía no hay cierre financiero del proyecto. Tarea que deben hacer el Distrito y el Concejo.

Sígale en: www.larepublica.co/opinion/blogs



PAULA
MEDINA
EDITORA DE
EMPRESAS

[REPÚBLICA EMPRESARIAL]

Un buen día para el comercio

Según *Fenalco*, el día de la madre es la segunda fecha que más se mueve en ventas después de Navidad. Un fenómeno interesante a observar si se tiene en cuenta cómo ha variado la tendencia en los regalos a mamá: menos licuadoras y más experiencias.

Sígale en: www.larepublica.co/opinion/blogs

PERSONAJE DEL DÍA

MANUELA URIBE

GERENTE DE MOTHERCARE
COLOMBIA



La gerente de *Mothercare* anunció la apertura de su octava tienda de ropa y accesorios para bebés y maternas en la ciudad de Bucaramanga. Es de resaltar que este tipo de compañías le apuesten a otras ciudades y se descentralicen en el país.

HACE 50 AÑOS

(11 DE MAYO DE 1963)

ECOPETROL DONA \$1 MILLÓN.

La junta directiva de *Ecopetrol* destinó \$1 millón para la reconstrucción de las zonas devastadas por las avenidas del Ríonegro en la región occidental de Cundinamarca.

URGEN MEDIDAS FISCALES.

Aníbal López Trujillo, presidente de *Camacol*, alertó sobre la urgencia de tomar medidas económicas claras para enfrentar las amenazas del déficit y la alta tasa de desempleo.



algo debió servirle esa amarga experiencia. De ahí que todavía mantiene un 4% de sus productos protegidos. Chile mantiene el 2% de sus productos protegidos y Colombia el 3%; sin embargo, la intención que ha dejado ver el gobierno colombiano es liberalizar el 100%, mientras que los productores del agro han sido claros en pedir que al menos el 2,75% de sus productos permanezcan fuera de la negociación y se conserve el mecanismo de las franjas andinas que ofrecen un mínimo de protección hacia nuestros productos; si estas se eliminan, tal como lo buscaran los otros países de la cuenca del pacífico, defensa en la que nuestro *Ministerio de Industria y Comercio* ha sido tibio, traerá la debacle para nuestros agricultores y los millones de empleados y sus familias que viven de las actividades del agro.

Por ejemplo, para el caso de la carne de cerdo, si esta llegara a liberalizarse por completo o limita-

da mediante contingentes, México sería un gran beneficiado y también Chile. Mientras México y Chile exportan 64 mil y 100 mil toneladas de este producto al año respectivamente, según un documento de la SAC, Colombia produce apenas 241 mil toneladas y no tiene capacidad de exportación. Si por alguna razón nuestro país lograra ser exportador no podría entrar al mercado mexicano pues, este mediante barreras fitosanitarias, exige que la carne que entre sea libre de aftosa sin vacunación, elemento que Colombia no cumple.

El agro colombiano tiene 20 años de rezago tecnológico y por eso la producción no es más competitiva, además del evidente problema del retraso en infraestructura.

La fiebre del presidente Santos por ser protagonista de la Alianza del Pacífico no debe precipitar las negociaciones y cada cosa debe ser bien estudiada, porque en materias tan delicadas donde está en juego el agro colombiano, ávido de tantas reivindicaciones, los beneficios otorgados deben traducirse en mayores beneficios recibidos.