

Paréntesis del precio (1 de 2)

Llegó diciembre, el mes que más se celebra en el mundo, y especialmente en nuestro país, donde triste o alegremente, según se tome, es mayor la celebración de este "alargado" mes, que de la fiesta cristiana de la Navidad, y todo parece cambiar y calmarse "por un rato", como si entráramos en un periodo que pudiera enmarcarse entre paréntesis, por el efecto de la celebración de un año más del nacimiento de Cristo y la terminación de un año más.

Y con el mes, llega para muchos la recuperación y hasta salvación del año, en muchos aspectos, y se acelera la actividad comercial, (¿consumista?), al tiempo que, como dice la canción, para no pocos es tiempo de reflexión, tristeza, penas, preocupación y remembranzas, pero que el mundo entero usa para desear felicidad y prosperidad; y con las celebraciones navideñas y de fin o principio de año, se incrementa la actividad promocional, léase rebajas, descuentos, regalos, etc.

No hay duda de que el precio, como componente de la llamada mezcla de marketing, cumple un papel múltiple en el proceso logístico del mercadeo, es decir, en el conjunto de actividades encaminadas a formar y mantener los mercados. Los principales están enmarcados dentro de los límites de la estimulación a la acción y las comunicaciones, pues para nadie es un secreto que el signo pesos "invita" a actuar, bien sea a comprar, afiliarse, asistir, etc., y a comunicar de cierta forma, calidad e indicar a quiénes se dirige la oferta, puesto que son aspectos fundamentales dentro del proceso de segmentación y la autosegmentación que cada quien realiza.

DICIEMBRE ES PARA MUCHOS LA RECUPERACIÓN Y HASTA LA SALVACIÓN DEL AÑO Y SE ACELERA EL COMERCIO

El afán de vender más, el inmediatismo, las teorías económicas que sobre la oferta y la demanda se analizan, los índices de rentabilidad necesarios y deseados, los análisis del comportamiento de los mercados, entre otros, son algunas de las variables que más y tradicionalmente se consideran para determinar el precio que se anuncia al público, y que, por lo tanto, debe cumplir su papel real.

Pero, según algunos expertos y críticos del marketing, no sin algo de razón, lo que más ha hecho y continúa generando el manejo que se ha dado a las teorías y políticas de precios, es influenciar y generar deseos (muchas veces innecesarios) y confusiones porque se está variando continuamente por la cantidad, excesiva quizá, de promociones de venta y descuentos, que no dejan ver con claridad cuál es el verdadero y justo (¿?) precio, aunque nadie pone en duda la efectividad del manejo del mismo por la forma como se ha trabajado durante muchísimos años, pero que cuando se analiza el efecto psicológico de la comunicación, hace que las cosas cambien, resultando como consecuencia el bajo nivel de fidelidad de los mercados por crear, con esas políticas, clientes que dadas las circunstancias de competencia y "comoditización" de ofertas optan por decidir, con razón muchas veces, con base en precios bajos, aunque en ocasiones se acepta que lo barato sale caro.

Recordamos lo expresado por la reconocida periodista y catedrática norteamericana **Ellen Ruppel Shell**, en el libro que escribió en 2009 "Cheap: the high cost of discount culture", llamando la atención sobre la manera como se ha trabajado este elemento de la mezcla en los mercados mundiales, quizá más desde el enfoque de las comunicaciones y el efecto que ocasiona, debido a su profesión, pero válido y concreto desde la perspectiva del mercadeo.

Escasez de grandeza



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

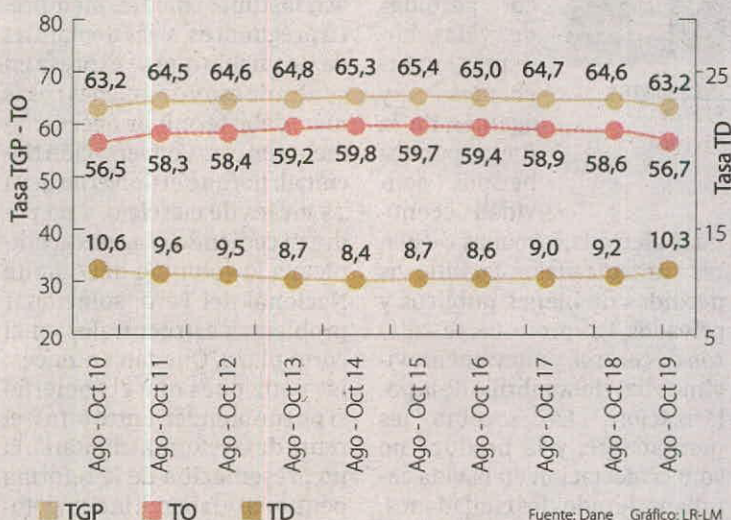
Después del paro nacional del 21-N, convocado por las centrales obreras y multiplicidad de organizaciones sociales, gremiales y estudiantiles y de las marchas multitudina-

rias en todo el país y en muchos países extranjeros, que se han prolongado con un inédito y ruidoso cácerolazo por doquier, el presidente **Iván Duque** se dio por notificado. En su alocución al final de la jornada, que se vio empañada por graves disturbios y desmanes localizados en varias regiones del país, el primer mandatario manifestó: "hoy hablaron los colombianos y, lo que es más importante, dijo que 'los estamos escuchando'. A renglón seguido sostuvo que 'el diálogo social ha sido la bandera principal de este gobierno. Debemos profundizarlo con todos los sectores de nuestra sociedad y acelerar nuestra agenda social y de lucha contra la corrupción'".

Creo que con estas palabras el presidente **Duque** está tratando de reconstruir los puentes que había derruido con su descalificación a la convocatoria del paro, por considerar que la misma estaba basada en mentiras. Pero, mientras él trataba de desmentir, por ejemplo, que estuvieran en riesgo *Colpensiones* y el régimen de prima media, dos de sus ministros se trenzaron en un debate público en torno a lo que será la propuesta del Gobierno. Mientras el ministro de Hacienda, **Alberto Carrasquilla**, planteó públicamente su desacuerdo con el régimen de prima media vigente, la ministra de Trabajo, **Alicia Arango**, se mostró contraria a la propuesta del ministro **Carrasquilla**.

Y, de contera, se insiste por parte del Gobierno en mantener en la reforma tributaria que cursa en el Congreso las gabelas tributarias a las grandes empresas, dizque para que generen más empleos mientras los destruyen. Según el Observatorio del Mercado de Trabajo y la Seguridad social de la Universidad Externado de Colombia, en el trimestre abril - junio de este año se perdieron 360.000 empleos y en el siguiente trimestre, julio - septiembre, se perdieron 475.000 más. Y, mientras la tasa de desempleo sube y de nuevo volvió a los dos dígitos, ahora la nueva propuesta, supuestamente para generar más empleo, es seguir flexibilizando y precarizando el empleo, particularmente el de los jóvenes. Esta calamitosa situación, por sí sola, justifica la protesta.

TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN, OCUPACIÓN Y DESEMPLEO



Fuente: Dane Gráfico: LR-LM

Aunque, por fuerza de las circunstancias, el Gobierno se vio precisado a aplazar su propuesta de reforma al régimen laboral y pensional, esta pende como una espada de Damocles sobre la clase trabajadora, razón suficiente para que quienes temen por su futuro se manifiesten en paz, como lo hicieron, para conjurar el peligro que se cierne, sin esperar braceruzados que este riesgo se materialice.

Así como después de un temblor viene el temblor, aún no se ha recobrado la calma y la tranquilidad, continúan brotes de movilización y protesta en muchos lugares del país. Los organizadores del paro le respondieron al gobierno que están listos para el diálogo en torno a las motivaciones del mismo. Por lo menos ya hay un primer consenso entre las centrales obreras, las organizaciones sociales, los partidos políticos sin excepción y el Gobierno, al condenar al unísono los actos vandálicos y los desmanes, que nada tienen que ver con la protesta civilizada que se repitió, una vez más, este miércoles.

LAS PALABRAS SE LAS LLEVA EL VIENTO. HAY QUE PASAR A LOS HECHOS

No se puede trivializar la protesta, afirmándose, como se afirmó en algunos medios, con alguna ligereza y contumacia, que "con la anunciada marcha comienza en firme la campaña presidencial" para concluir que la misma "hace parte de una estrategia continuada que irá hasta las elecciones de 2022", porque de ser ello cierto no haría sentido dialogar en torno a los reclamos de la protesta. Tanto mas cierto, si se parte de la base, infundada, de que "esta marcha tiene varios planes de gobierno. ¿Cuáles? Los que perdieron las elecciones, pero que ahora nos lo quieren imponer en las calles". Para afirmar esto se necesita estar, como diría el escritor **Octavio Paz**, "a las afueras de

la realidad", pues los hechos son tozudos.

Tampoco se puede despachar el tema olímpicamente, aseverando que todo se reduce a un problema de falta de comunicación del Gobierno y, por lo tanto que, para superar el desencuentro del gobierno con la ciudadanía, bastaría con que "comunique lo que ha hecho y desmienta las mentiras de algunos sectores", como lo sugiere un senador. De ser así, bastaría con cambiar el equipo de comunicaciones de Palacio y listo; pero, la calentura no está en las sábanas. El problema es más de fondo y no hay que poner el oído en la tierra para advertir que hay disgusto, insatisfacción e indignación ciudadana y así lo ha entendido el propio Presidente.

La lucha no es contra molinos de viento, las razones de la protesta están lejos de ser una entelequia. La agenda abierta con el paro debe tramitarse por los canales que ofrece y garantiza la democracia, que se ve fortalecida con el diálogo y la concertación y no con evasivas. Lo peor que le puede pasar a Colombia es que su clase dirigente entierre la cabeza en la arena como el avestruz. Eso fue lo que pasó en Chile, tanto el presidente **Piñera** como la clase política reaccionaron tardíamente y por ello, a pesar del remezón del gabinete ministerial, el reajuste del salario mínimo y las pensiones e incluso la promesa de una reforma de la Constitución, la tensión sigue y la protesta no amaina para nada, pues los ánimos siguen caldeados, en medio de la crispación política. Esta debe ser una lección aprendida tanto para las autoridades como para la dirigencia del país, para no incurrir en el mismo error.

Este fue el primer campanazo y así parece haberlo entendido el presidente **Duque** al proponer la profundización del diálogo social, pero las palabras se las lleva el viento, hay que pasar y cuánto antes mejor de las palabras a los hechos, porque, como bien dijo **Ovidio**, las palabras sin acciones son asesinas de los ideales!