

CARLOS FERNANDO VILLA GÓMEZ
Consultor de Mercadeo
cfvilla@une.net.co

Los centros comerciales y el mercadeo (2)

El farmacéuta de Filadelfia, quien más tarde se convertiría en filántropo, **Asa Candler**, co-fundador y segundo dueño de la empresa *Coca-Cola*, la cual adquirió al comprar la fórmula original a **John Pemberton** por US\$ 2.300, fue el inventor de los cupones de descuento, durante una promoción de la gaseosa en 1895.

Para facilitar la actividad comercial, los códigos de barras fueron patentados por vez primera por su inventor **Joseph Woodland** en 1952. La primera caja registradora que se usó en actividades de comercio fue inventada por **James Ritty** en 1884. La llamaron "el cajero incorruptible".

Aaron Montgomery Ward, impulsando las ventas de su empresa, creó los catálogos de compra haciendo famosa la empresa *Montgomery Ward* en 1872, líder de esta actividad (ventas por catálogo) hasta 1926 cuando abrió el primer almacén de ventas al por menor en la ciudad de Plymouth, Indiana; la idea le nació trabajando como vendedor de ruta de la empresa *Marshall Field*, al haber ensayado pedidos por correo y creado la empresa con un capital de US\$2.400.

Los almacenes por departamentos, como los conocemos hoy, se atribuyen a los hermanos **Lyman y Joseph Bloomingdale**, quienes fundaron el almacén que aún conserva el apellido de sus iniciadores desde 1872, y los de varios pisos a **John Wanamaker**, quien fundó en 1877 los almacenes *The Grand Depot*, que después se llamaron como el fundador. El primero tenía seis pisos para comercio. Este último es considerado por muchos como el fundador de los almacenes por departamentos. Unos pocos los atribuyen al líder mormón **Brigha Young**, quien en 1868 fundó la *Institución*

EL MERCADEO NO SE HACE CON LAS VENTAS, SINO CON ACTIVIDADES DE FORMACIÓN DE LOS CLIENTES

Cooperativa Mercantil Zion (Zmci) en Salt Lake City. Según la enciclopedia *Británica*, la tarjeta de crédito apareció en el comercio de Europa en 1890, y en los Estados Unidos en 1920 cuando hoteles y petroleros la ofrecieron a sus clientes.

El papel de los centros comerciales en el mercadeo es cada vez más importante, pues al haber alcanzado el sitio que ha logrado en la sociedad, pasando de ser solamente lo que en principio fueron, hoy son tenidos como sitios de socialización, polos de desarrollo de las ciudades, puntos de referencia, lugares para la diversión, sede de hoteles y actividades culturales, centros financieros, etc., lo que hace que sean tenidos cada vez más en cuenta por quienes dirigen el mercadeo de bienes, servicios y social.

Según algunos, en nuestro país existen más de 400 centros comerciales, y se aprecia cómo cada vez más son sede de eventos de todo tipo, celebraciones, exposiciones de productos para el consumo y la industria, y más, poniendo de presente la importancia que para los habitantes de las ciudades tienen estos centros del comercio.

Cuando se trata de formar y mantener clientes, por la acogida y aceptación que han tenido, tienen y tendrán, lo que ha llevado a generar una posible sobreoferta de centros, hay que pensar seriamente en su uso y lo que significan. El mercadeo no se hace con las ventas, las cuales son una consecuencia de un marketing efectivo; se hace con actividades de formación de los clientes y mantenimiento de ellos, y a los centros comerciales llegan todos, por lo que desde hace unos años se han comenzado a considerar también como gran medio de comunicación de todo tipo de empresas y organizaciones, muchas de ellas de tipo social.

Son pues una verdadera herramienta de mercadeo, para todo y para todos.

La dependencia del petróleo

En 2018 se cumplieron 100 años de la industria del petróleo en Colombia y 70 años de *Ecopetrol*. Pese a esta larga trayectoria, Colombia sigue siendo un importante productor de hidrocarburos, pero no se puede considerar como país petrolero, debido tanto a la precariedad de sus reservas probadas, de las cuales dispone como por sus volúmenes de producción. No obstante, la economía colombiana, para bien y para mal, tiene una enorme dependencia con respecto al mismo y la dinámica de su crecimiento está al vaivén del comportamiento de los precios internacionales del crudo, que son volátiles y más parece una montaña rusa.

Venimos de un largo ciclo de precios altos de todos los commodities, que perduró casi una década (2003 - 2012), el del petróleo se prolongó hasta junio 16 de 2014, fecha esta que marca su punto de inflexión cuando alcanzó su pico de US\$107.95 el barril de petróleo de la referencia WTI y US\$115.19 de la referencia Brent. Desde entonces los precios se vinieron abajo, a tal punto que a finales de enero de 2016 los precios bordearon los US\$24 el barril, para luego repuntar hasta alcanzar un año después precios por encima de los US\$52 el barril, para un incremento de más de 100%.

Y desde entonces los precios del petróleo han observado un alza sostenida, al punto que después de haber registrado una cotización, en promedio de US\$52 el barril en 2016 y US\$54 en 2017, en este momento oscila alrededor de los US\$80 el barril y es muy probable que cierre el año con un precio promedio superior a los US\$70.

Este comportamiento de los precios se refleja fielmente en el desempeño de las distintas variables de la economía nacional. Durante la década del



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

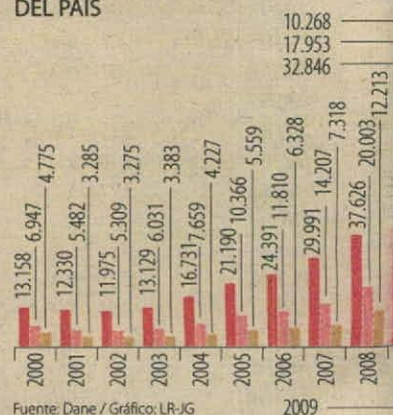
boom de los precios del petróleo el crecimiento del PIB llegó a superar el crecimiento potencial de la economía (4,5%), para luego, cuando se descolgaron, no sólo se desaceleró el crecimiento del PIB, sino que hasta el crecimiento potencial se vino a pique y perdió un punto porcentual, situándose en el 3,5%. Y lo que es peor, en los últimos dos años el crecimiento promedio del PIB escasamente alcanzó 2%, muy por debajo del diez-mado crecimiento potencial.

Por su parte las exportaciones llegaron a su culmen en 2014 con US\$57.900 millones insuficientes por el renglón del petróleo y sus altos precios, para luego desinflarse hasta caer un 61%, registrando sólo US\$35.600 millones en 2017, de los cuales 32,8% corresponden a las exportaciones petroleras. Y ello a pesar de los mejores precios del crudo, repercutiendo también en el saldo negativo de la balanza comercial, que pasó de un déficit de US\$3.800 millones en 2014, pasando por uno más abultado de US\$15.900 millones en 2015, otro de US\$12.000 en 2016, hasta cerrar el año anterior en US\$9.300 millones.

Ello obedece al peso específico de los hidrocarburos en el PIB, dado que ha llegado a representar hasta 8% y en el sector externo, 55% de la totalidad de las exportaciones. Con la destorcida de los precios, además del crecimiento de la economía y las exporta-

HIDROCARBUROS FUNDAMENTALES

PARA LA ESTABILIDAD MACROECONÓMICA DEL PAÍS



VENIMOS DE UN LARGO CICLO DE PRECIOS ALTOS DE TODOS LOS COMMODITIES, QUE PERDURÓ CASI UNA DÉCADA

ciones, también se vieron afectados los ingresos del Estado, tanto los del Gobierno central como los de las entidades territoriales. Tanto más en cuanto que el impacto se dio por partida doble, dado que a la caída de precios se vino a sumar la caída en la producción, la cual, después de haber alcanzado el millón de barriles diarios en 2013, a partir de 2014, la misma ha venido decayendo año a año, hasta alcanzar a duras penas los 854.121 millones en 2017.

Bien dijo el acaudalado inversionista y filántropo **Warren Buffet** que "sólo cuando baja la marea se sabe quién estaba nadando desnudo" y este es el caso de Colombia. Con el doble golpe infligido a las finanzas públicas del desplome de los precios y el freno de mano de la producción, la sostenibilidad fiscal queda seriamente comprometida. Y no es para menos, pues la renta petrolera pasó de representar 23,8% de los ingresos corrientes de la Nación en 2013 (\$23,6 billones) a un

Contribuyentes al límite

Difícil entender o aceptar los criterios de nuestros gobernantes cuando de trazar políticas públicas en el campo fiscal se trata. El diagnóstico en materia tributaria está totalmente claro. Sería prudente que nuestro acucioso *MinHacienda* leyera las recomendaciones de la Comisión de expertos, para la reforma de 2016, que siguen vigentes pues la mayoría se desatendieron. Esa reforma pretendía ser estructural para corregir las enormes deficiencias de un sistema tributario regresivo que genera inequidades verticales y horizontales sin aportar nada a mejorar la distribución del ingreso. La Comisión propuso además que la reforma de 2016 saneara las finanzas públicas



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

proporcionando a la *Dian* los instrumentos para combatir con eficacia la evasión.

Muy poco de lo recomendado por la Comisión se logró, pero la insinuación de disminuir la tributación de las grandes empresas para aumentar su com-

petitividad y estimular la generación de empleo, se cumplió casi cabalmente, olvidando que esa reducción de aportes debía compensarse gravando a las personas, especialmente, a las que reciben jugosos dividendos, que no pagan impuestos o los pagan en menor cuantía, pues mantienen privilegios que les permiten evadir obligaciones tributarias trasladando gastos personales a sus empresas.

Las empresas no pagan el impuesto a la riqueza. Según el exdirector de la *Dian*, **Juan Ricardo Ortega**, por este concepto se ahorran \$1,8 billones y por la sobretasa del impuesto de renta que bajó dos puntos, dejan de pagar \$2 billones y su aporte seguirá bajando cuando