

¿Es efectiva la planeación?

Cuando el mundo del marketing continúa debatiendo sobre lo que se debe y no se debe hacer durante esta ya muy larga, pero necesaria, temporada de aislamiento, que ha hecho pensar sobre cómo se debe reiniciar la actividad diaria una vez se supere la crisis, los mercadólogos siguen trabajando para mantener los mercados y, posiblemente, ganar nuevos ante las situaciones complejas y dificultades de muchos para continuar con vida.

La planeación, como se ha afirmado siempre, ha sido, es y seguirá siendo una herramienta necesaria en la logística del marketing, porque como alguien dijo, si no se sabe para dónde se va, ya se llegó, y además, porque la competencia no se acabará, entre otras cosas; quizá podrá reducirse temporalmente, porque surgirán nuevos participantes a medida que transcurre el tiempo, como ha sucedido en los ciclos de los mercados, y la invisible se incrementará ante el auge del marketing digital.

Recordando que no se trata de establecer camisas de fuerza para la actividad de todos en las organizaciones, y que debe hacerse un adecuado seguimiento al desarrollo planteado para ajustar o modificar el rumbo, como también que sigue siendo una realidad la existencia de barreras para la planeación de mercadeo, como indicó hace unos años el profesor británico **Malcolm McDonald**, las cuales deben superarse, hay expresiones de expertos y pensadores que sirven cuando se está adelantando ese proceso planificador para que sea como debe ser: efectivo, si se hace bien, porque posibilita que los pensamientos y las ideas se conviertan en metas para la organización, optimizando el uso de los recursos para asegurar en lo posible que se den los pasos necesarios haciendo que esas ideas sean realidad.

ES UN PROCESO DE TRAER EL FUTURO AL PRESENTE DE MANERA TAL QUE SE PUEDA HACER ALGO POR EL DESDE AHORA

Hitesh Bhasin, en reciente artículo, dijo que “cuando se tiene una meta sin un plan para alcanzarla, esa meta es solamente un deseo en manos de fuerzas celestiales; sin planes, solo serán promesas y esperanzas”. El reconocido autor sobre temas de administración del tiempo, entre otros, **Alan Lakein**, dijo que “la planeación es un proceso de traer el futuro al presente de manera tal que se pueda hacer algo por el desde ahora”.

El influyente psicoterapeuta **Charles Richard**, hablando sobre el manejo del tiempo, comentando sobre los procesos de planeación, dice “no se deje engañar por el calendario. Sólo hay tantos días en el año como cada quien los usa. Un hombre obtiene solo una semana de valor en un año mientras que otro hombre obtiene un valor de un año completo en una semana”

Paul J. Meyer, considerado como el pionero de la industria de la superación personal afirmó, entre muchas otras cosas aplicables a los procesos de planeación que “el éxito es la realización progresiva de objetivos personales predeterminados, que valen la pena”, que “si usted no está haciendo el progreso que le gustaría y es capaz de hacer, es simplemente porque sus objetivos no están claramente definidos” y que “comunicaciones, la conexión humana, es la clave para el éxito personal y profesional”

Y **Ralph Waldo Emerson**: “el entusiasmo es uno de los más poderosos motores para el éxito. Cuando se hace algo, se debe hacer con todo el poder, poniéndole el alma a lo que se hace y el sello de la personalidad. Siendo activo, energético, entusiasta y teniendo fe, se lograrán los objetivos. Nada grandioso se ha conseguido sin entusiasmo”.

En conclusión, es efectiva, si se hace bien.



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



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

La crisis económica global, que se ha visto exacerbada por la pandemia del covid-19, y las medidas que se han tomado para su contención, han obligado a los gobiernos a disponer acciones tendientes a evitar su agravamiento, evitando que muchas empresas pasen de la iliquidez a la insolvencia y de esta a la quiebra, aprisionadas por un choque del lado de la oferta y del lado de la demanda tanto en la economía doméstica como en la economía internacional, sacudida por la caída de los precios de las materias primas, el colapso del turismo y el endurecimiento de las condiciones en los mercados financieros. De allí, que las proyecciones sobre el crecimiento del PIB que antes le apostaban al repunte, después de un largo letargo, acentuado por la guerra comercial que desató el presidente de EE.UU. **Donald Trump**, ahora estén en terreno negativo para este año.

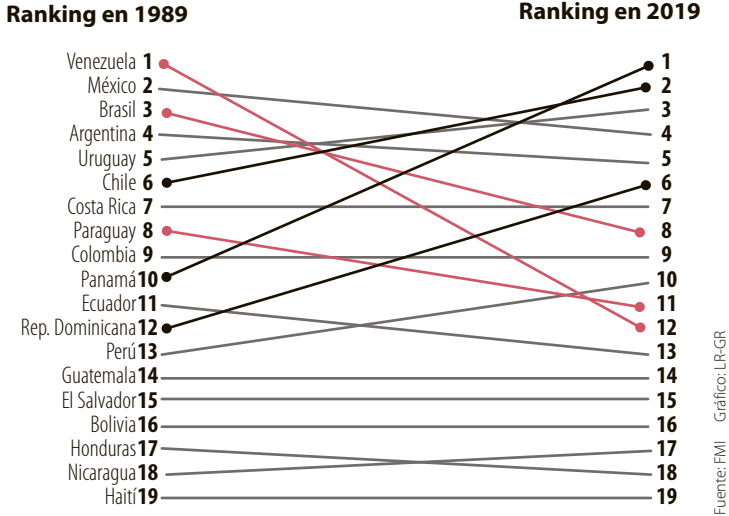
Y no es para menos, después de semejante frenazo de la actividad económica. Según las Perspectivas económicas de la *Ocde*, la economía global registrará este año una recesión sin precedentes, de -6% si la pandemia “permanece bajo control” y de -7,6% en caso de una segunda ola, al tiempo que prevé una leve recuperación de 2,8% para 2021. Su economista jefe, **Laurence Boone**, vaticina, además, que “la pérdida de ingresos superará todas las recesiones anteriores de los últimos 100 años”. Y de contra, según cifras de la *OMC*, el comercio global se reducirá en 32%, mucho peor que el registrado durante la crisis financiera internacional de 2008 - 2009.

Todo indica que Latinoamérica será el epicentro de la recesión económica global, será la que llevará la peor parte, de hecho, antes de esta crisis el ritmo de crecimiento de la economía regional venía rezagado con respecto a la media mundial. Según las proyecciones del *Banco Mundial* la contracción del PIB en Latinoamérica y el Caribe en 2020 será de -7,2%, más de tres veces mayor que la registrada a raíz de la crisis financiera en 2009, que fue de -1,9% y la de la crisis de la deuda en 1983, cuya pérdida fue de -2,5%. Según la *Cepal* la economía de la región podría caer este año entre -5,3% y -7% y “quizá lleguemos al -8%”, algo nunca visto.

Todo indica que la recuperación de la economía será lenta y dolorosa. Al pregun-

La crisis económica global, que se ha visto exacerbada por la pandemia del covid-19, y las medidas que se han tomado para su contención, han obligado a los gobiernos a

PIB PER CÁPITA (1989 - 2019)



tarnos por la forma que tomará, si será en V, saliendo rápidamente del fondo, W con recuperación o L después de un largo letargo, encontramos una respuesta plausible en el Director del Centro para el Desarrollo Internacional, **Ricardo Hausmann**. Según él, dicha recuperación tomará la forma del logotipo de la marca *Nike*, una recuperación muy lenta después de una caída brusca, de tal suerte que no es dable esperar volver a los niveles de 2019 antes de 2022.

A ESTE RITMO TARDAREMOS MUCHOS AÑOS PARA REVERTIR LAS TENDENCIAS

En este contexto, resulta demasiado optimista la aspiración del ministro de *Hacienda*, **Alberto Carrasquilla**, de una caída en el crecimiento de -5,5% para este año y un repunte del crecimiento del PIB para el año entrante “por lo menos 5%” e “incluso del orden de 6%, como pensamos que va a suceder”, contrastando con las proyecciones del *Banco Mundial* y el *FMI* para 2021 de 3,6% y 3,7%, respectivamente. La recuperación de la economía colombiana, en barrena, estará lastrada por las secuelas que se derivan de la onda recesiva en curso, que ha elevado sensiblemente la tasa de desempleo, la cual registró en el mes de abril, primer mes de la cuarentena, 19,8%, la cual subiría, según *Fedesarrollo*, hasta 30% si se le suman los inactivos, con tendencia a su agravamiento. El desempleo afecta el ingreso, así como también al consumo y este, que representa casi 70% del total de la economía, es el gran impulsor del crecimiento del PIB.

En cuanto al sector externo, además de la contracción del comercio internacional, Colombia enfrenta un estancamiento inveterado de sus exportaciones, las cuales dependen en una altísima proporción de las materias primas, especialmente del carbón y el petróleo. Colombia

ocupa el penúltimo lugar en Latinoamérica, en diversificación de sus exportaciones, apenas supera a Venezuela. El bajo índice de exportaciones per cápita (US\$1.000) no mejora, pese a los 16 tratados de libre comercio firmados en los últimos veinte años. Como afirma el Ministro de *Comercio, Industria y Turismo*, **José Manuel Restrepo**, “nos hemos concentrado mucho en firmar tratados, pero no en aprovecharlos”.

De allí que, para salir del atolladero en que está patinando la economía, se requiere cambiar el modelo económico por otro más sustentable, diversificando la economía, su oferta exportadora y los mercados externos. Lo advirtió la *Cepal* al cierre del año anterior, mucho antes de la pandemia, en su Informe preliminar: “América Latina debe repensar su modelo económico para reducir la desigualdad, telón de fondo de la crisis social que está atravesando la región...En parte, el modelo neoliberal ha fracasado y hay que encontrar un camino que se ajuste mejor a las características de la región”. ¡A pensar, entonces, fuera de la caja!

Es inadmisibles que siga haciendo carrera en el país el gracejo, inspirado en la concepción neoliberal, según el cual la mejor política industrial es no tener política industrial y la mejor política agrícola es no tener política agrícola. Ello ha sido nefasto para la economía y para el país. A la vista está que el crecimiento potencial del PIB bajó desde 4,8% en 2012, insuflado por el largo ciclo de precios altos de las materias primas, a solo 3,5%, en el que permanece y lo más grave es que en los últimos cinco años el crecimiento del PIB ha estado por debajo de ese magro crecimiento potencial. A este ritmo Colombia tardará muchos años para revertir la tendencia del desempleo y volver a tasas de desempleo de un solo dígito, así como para recuperar el terreno perdido por cuenta de la actual crisis en materia de reducción de la pobreza y de la desigualdad.