



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

Mercadeo: un enfoque integral

Son muy variados los conceptos sobre el enfoque que debe tenerse en mercadeo: si debe ser en el cliente, en la competencia, en el producto, en el precio o en qué. A ello la mejor respuesta, como siempre en marketing, es ¡depende!, pero, eso sí, integral.

Cada época, y las circunstancias que la rodean, presentan un escenario que no puede catalogarse como único, por lo que no puede afirmarse a ciencia cierta que deba ser uno u otro, como algunos pretenden aseverarlo.

Hace miles, o millones de años, se comenzó a trabajar de lo que hoy se conoce como el enfoque del cliente, cuando en Babilonia se decía que había que centrarse en el mercado, escucharlo, e investigarlo, indicando que los prospectos y clientes potenciales eran los que se tenían que considerar para adelantar gestiones transaccionales; por eso no pocos afirman que el enfoque debe ser casi que principal y exclusivamente en el cliente.

El problema de hacerlo así es que se dejan de lado, por desconocimiento o por no tenerlos en cuenta, la competencia, el producto, el precio y muchos otros componentes de la mezcla de mercado, que en el momento, hoy más que nunca, hay que considerar constantemente, debido a la gran variedad de oferta.

Enfocarse en la competencia hace que se dejen al descubierto muchas debilidades, que se menosprecien participantes en la carrera por el mercado, que las guerras de precios sigan en aumento, que se desvíe la atención y el proceso logístico del mercadeo.

Hacerlo sobre el precio es dejar de lado los elementos fundamentales para la generación de lealtad o fidelidad, ya que se centra la atención en dicho elemento, siendo ello lo que Peter Drucker llama

TODOS LOS MOMENTOS TIENEN UNA PREPONDERANCIA RELATIVA Y CIRCUNSTANCIAL

“compra de clientes”, que igualmente serán adquiridos por los de precio más bajo, para generar una guerra que permitirá la supervivencia del más poderoso.

Pensar que el servicio al cliente es el enfoque adecuado es caer en los pecados mencionados antes, pues lo que la gente busca es medios para satisfacer necesida-

des, querencias o deseos que no pueden ser suministrados por servicio nada más.

Podríamos continuar el análisis, pero sería caer en repetición de lo expuesto. Cuando se habló de logística del marketing, de segmentación, de posicionamiento, de mezcla de mercadeo y otros temas complementarios y constitutivos de lo que es y debe ser un verdadero proceso de formación de clientes (mercados), se estaba enfatizando en lo un proceso que combina varios elementos y que considera escenarios y componentes que no son excluyentes sino incluyentes.

Hoy, todos los momentos tienen una preponderancia relativa y circunstancial, pues la relevancia de cada uno depende del momento que se vive y lo que se encuentra en el mercado. De ahí que todo depende de las circunstancias y es relativo.

Por lo anterior, hay que repetir que el enfoque de mercadeo es, y tiene que ser, integral o integrado, siendo el cliente el centro y el eje de las acciones, y que es el mercado el que “jalona”; es cierto que el cliente es la razón de ser de las organizaciones, y que, como decía Sam Walton, es rey, echa personal y cierra empresas. Pero desconocer que las circunstancias obligan a que los enfoques sean variables, ajustables y ajustados, e integrales, sería necio y generador de problemas, que en el futuro cercano no tardarán en aparecer. Ojalá quede claro y que en este 2019 el avance del mercadeo sea el necesario para que nuestra competitividad sea cada vez mejor.

La eliminación de los subsidios

El 6 de febrero el *Gobierno Nacional* radicó el Proyecto de ley del Plan Nacional de Desarrollo. En el artículo 179 se excluye al estrato 3 del beneficio del subsidio en la tarifa de la energía, debiendo pagar tarifa plena y se reduce para los estratos 1 y 2 del 60% al 50% y del 50% al 40%, respectivamente. Los más afectados serían los usuarios de *Electricaribe*, habida cuenta de que 80% de ellos corresponde a los estratos 1, 2 y 3 y, de contera esta medida agravaría los problemas de Cartera que comprometen su estabilidad financiera.

Dicho sea de paso, *Electricaribe* sigue sin reintegrar \$216.000 millones, aproximadamente, de los subsidios que, según la *Contraloría General de la República*, le fueron girados por el *Ministerio de Hacienda* y nunca se aplicaron a sus destinatarios, que son los usuarios de más escasos recursos. Cada día que pasa sin que se le transfieran esos recursos a sus beneficiarios se les están conculcando sus derechos a estos.

Esta medida estaba cantada desde el trámite de la reforma tributaria que disfrazaron de Ley de Financiamiento, que terminó siendo una Ley de desfinanciamiento, por cuenta de las nuevas gabelas impositivas decretadas en favor de las empresas. Este es el segundo colchazo de la Ley de financiamiento, después del anuncio por parte del ministro de Hacienda, Alberto Carrasquilla, de la venta de otro 8,5% de las acciones de la Nación en *Ecopetrol* para intentar sortear las aulagas fiscales que lo atormentan y exasperan.

El ministro Carrasquilla ya había puesto la pica en Flandes, al declarar que “Colombia tiene una política en materia de subsidios diseñada para un país que no tiene los niveles de ingresos y estándares de calidad de vida que tiene Colombia hoy en día” y que por lo tanto había llegado la hora de



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

revisarlos. No obstante, la ministra de Minas y Energía, **María Fernanda Suárez**, le salió al paso dándole un parte de tranquilidad a los usuarios. Les dijo a ellos que deberían estar “absolutamente tranquilos, hoy en día tienen subsidios eléctricos los estratos 3, 2 y 1 y esos subsidios se van a mantener” y enfatizó que “es un compromiso del gobierno del presidente Iván Duque”.

Siempre se dijo por parte del ministro Carrasquilla que si no se alcanzaban a recaudar los \$14 billones a los que aspiraba con dicha Ley el afectado sería el gasto y la inversión social y se manifestó reiteradamente la intención de desmontar los subsidios a los servicios públicos, empezando por el de energía. Y, como es bien sabido, después de la peluqueada de la propuesta original del ministro Carrasquilla, con el texto aprobado a duras penas se espera recaudar por esta vía \$7,3 billones. Dicho y hecho, con el desmonte del subsidio en la tarifa de energía que se propone se estaría dando el primer paso en esa dirección.

Se trata de Robin Hood al revés, se sacrifica a la clase media, quitándole el subsidio en la tarifa de energía, lo que se traducirá en un alza en la tarifa del 17%, aproximadamente, para compensar los ingresos que se dejarán de recaudar por parte de la Nación a consecuencia de las exenciones tributarias que se le dispensaron en la reforma

SUBSIDIO DE ENERGÍA

La ley de servicios públicos domiciliarios prevé que los hogares de los estratos 1, 2 y 3 accedan a un subsidio en su factura de energía eléctrica

Con este camino se puede saber si se está disfrutando o no del beneficio: Si el municipio está...



A una altura inferior de los 1.000 metros sobre el nivel del mar



A una altura igual o superior de los 1.000 metros sobre el nivel del mar

Fuente: Epsa / Gráfico: LR-JG

LOS MÁS AFECTADOS CON LA MEDIDA SERÍAN LOS USUARIOS DE ELECTRICARIBE, YA QUE 80% SON DE ESTRATOS 1, 2 Y 3

de marras a las empresas y a los empresarios.

Esta propuesta va a contrapelo del “Pacto por la equidad” que se plantea como eje fundamental del Plan de Desarrollo 2018-2022 y de la Constituyente de 1991, que quiso hacer de “los subsidios instrumentos para alcanzar los objetivos de equidad y eficiencia en la prestación de los servicios públicos domiciliarios”. La misma que, además, estableció como premisa fundamental de los subsidios “dar prioridad a las obligaciones sociales del Estado en la Planeación y en el presupuesto”.

Extrañamente el subdirector del DNP salió a los medios a decir que “el estrato 3 no se toca en ese artículo”, pero como no se puede tapar el sol con las manos, a pocas horas de haber negado la eliminación del subsidio para el estrato 3 y su reducción a los estratos 1 y 2 dio la voltereta. Se retractó anunciando que esta medida iría acompañada con

Nos venezolanizamos

Se venezolanizó la agenda y los problemas internos, que no son pocos ni de poca monta, pasan a segundo plano. Hay un clima de agitación social y de incertidumbre por los nubarrones que produce la violencia contra actores sociales, la reaparición de ataques a poblaciones y el sabotaje a oleoductos de parte del ELN y de otros actores armados. Preocupa, en ese ambiente, la formulación de políticas que lejos de calmar las aguas incrementan la zozobra. Revivir la red de informantes, así sea disfrazando sus objetivos, y estimular la entrega de armas a los civiles, no ayuda a construir la paz; mucho menos cuando hay un ambiente de desconfianza en el proceso de cum-



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

plimiento de los acuerdos de La Habana con las Farc, pendiente ahora de la suerte que corra en la Presidencia de la República la ley estatutaria de la JEP.

Tampoco parece conveniente hoy, aplazar las reformas pensional, laboral, de salud y de jus-

ticia, que son urgentes y que no tienen ambiente propicio en el Congreso, no solo por la negativa al uso de la mermelada, lo cual aplaude el país, sino por la comprobada incapacidad de los ministros en el manejo de las relaciones con el Congreso.

La Ley de Financiamiento, muestra una discutible utilidad por sus efectos en el mediano plazo, y es hasta ahora, la única propuesta del Gobierno para enfrentar los problemas de sostenibilidad fiscal. El déficit en cuenta corriente que atenta contra la demanda sigue, sin que aparezcan por parte alguna iniciativas para el despegue de la industria que conjure nuestra dependencia absoluta de la política minera.