



CARLOS FERNANDO VILLA GÓMEZ
Consultor de
mercadeo
cvilla@une.net.co

Colombia y mercadeo

El derrumbe de las barreras de comunicación y la globalización de los mercados han hecho que las distancias se acorten y se acaben las fronteras en muchos sentidos, tanto para el turismo como para exportadores e importadores, habiéndose generado un mercado abierto para todos, en la mayoría de los casos. Al mismo tiempo se han abierto las puertas para los inversionistas del mundo entero, quienes han mirado al país, en nuestro caso, desde muchos ángulos y con muy variados ojos: bien, mal y neutral.

Otrora empresas colombianas ya no lo son desde el punto de vista accionario: *Éxito*, *Avianca*, *Coltejer*, *Bavaria*, *Caracol*, etc., son ejemplo de ello. Y han llegado inversionistas, empresas y marcas para y en todos los sectores: alimentos, restaurantes, almacenes, bancos, automóviles, ropa, y hasta café. En lo que éramos dizque los mejores, encontramos competidores de todo el mundo, desde lugares que ni imaginábamos, porque internet lo ha hecho posible.

El éxito de las marcas que salen y llegan, nacionales o extranjeras, depende de muchos aspectos; pero uno de los más importantes, por no decir el más, es la percepción que se tiene y/o genera en las mentes de los clientes y prospectos, pues más allá de políticas, normas técnicas y similares, si el posicionamiento competitivo del país no es adecuado, los resultados no serán los mejores. La mente humana es la que determina, como siempre lo ha hecho, si las cosas son buenas o no, lo cual depende de la formación de la persona y de la percepción que se genera con lo que se dice y se hace.

Es por ello que el posicionamiento competitivo de Colombia es fundamental, pues se convierte en elemento tranquilizador para el mundo. Pero hay que generarlo o crearlo, sin dejarlo a la interpretación selectiva de todos; hay que orientarlo primero, recordarlo siempre para mantenerlo, y ajustarlo cuando se requiera, usando para ello comunicaciones estimuladoras adecuadas, y refuerzos con hechos que lo respalden y confirmen.

Por eso causa preocupación la existencia de celos y desunión, de instituciones politizadas y, un regionalismo mal entendido, que es lo que trasciende como noticia al resto del mundo y hace que la realidad, que pocos reconocen y que busca cambiar el presidente Duque, sea responsabilidad de todos.

Colombia necesita que el mundo y los inversionistas la perciban por algún elemento básico y tres de apoyo; es decir, necesita un posicionamiento competitivo generado con base en un diferenciador de interés fuerte para la mayoría que se pretende atraer, complementado por tres más para sectores o mercados adicionales que se pretendan.

La marca país, como la denominan algunos, es cada vez más "tranquilizadora" para los mercados porque bajo circunstancias de alta competencia, aún en épocas de las llamadas de crisis, las marcas son las que el mercado debe tener con claridad en las mentes para actuar con tranquilidad. ¿Acaso no se siente más seguridad viajando, invirtiendo y comprando ciertas cosas yendo a algunos países que a otros, o invirtiendo y comprando ciertas marcas de determinados países que otros?

Colombia actúa más como un país de regiones, antes que nación. Y para competir, con un fuerte posicionamiento competitivo, debe ser primero una nación..., y ello implica que todos debemos estar preocupados por lograr que la percepción que se dé ella, sus gentes, marcas, productos y servicios sean percibidos adecuada y competitivamente.

La gran marcha

Este 10 de octubre se movilizaron en todo el país los estudiantes de las universidades públicas para reclamar y demandar la atención e interés tanto de parte del Gobierno Nacional como del Congreso de la República, en momentos en los que las universidades estatales afrontan una crónica crisis financiera que las amenaza gravemente. Esta gran marcha ha permitido visibilizar la problemática de la educación superior pública en Colombia, sobre todo su red de universidades, y procurar que esta crisis haga parte de la agenda pública, después de tantos años de su postergación y del desdén por parte de los sucesivos gobiernos.

En cuanto al financiamiento se refiere, la educación superior acusa enormes falencias. La misma se rige por la Ley 30 de 1992, por medio de la cual "se organiza el servicio público de la educación superior", la cual no responde a la dinámica de crecimiento de la cobertura y de las nuevas y mayores exigencias que ella demanda. De conformidad con el artículo 86 de la misma Ley, las transferencias de la Nación a las universidades, desde su entrada en vigencia en 1993, están indexadas a la inflación causada el año anterior.

No obstante, como lo señala un estudio del Sistema Universitario Estatal (SUE) "los gastos de funcionamiento e inversión de las universidades en los últimos periodos, se incrementaron año a año en promedio 10,69% (...) es decir, alrededor de 5 puntos porcentuales por encima del promedio del Índice de Precios al Consumidor (IPC) en ese mismo periodo". Allí está claro el descalce entre los recursos asignados por Ley y los requerimientos de las 32 universidades públicas. Es más, de acuerdo con los profesores de la Universidad Nacional, Carlos José Quimbay Herrera y Jairo



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

Orlando Villabona Robayo, el efecto acumulado de la reducción de los aportes de la Nación a los presupuestos de funcionamiento e inversión de las universidades entre 1993 y 2015 fue de 44,4%, al pasar de representar 3,6% del total de gastos del Gobierno Nacional en 1993 a solamente 2% en 2015.

Y no es para menos, toda vez que, según cifras de la Asociación Colombiana de Universidades (Ascun), el número de estudiantes matriculados en pregrado pasó de 159.218 en 1993 a 611.800 en 2016, creció casi cuatro veces y la cobertura se amplió entre 2010 y 2016 de 37,1% a 51,5%. Pese a este avance tenemos por delante un camino largo por recorrer para posibilitar una mayor cohesión e inclusión social, en momentos en los que escuece saber que, a guisa de ejemplo, en la región pacífica solo siete jóvenes de cada 1.000 tienen la posibilidad cierta de pisar los predios de un claustro universitario. A ello se viene a añadir el alto índice de deserción, que supera 50%, motivada en gran medida por la precariedad económica de los hogares que acusan una mayor vulnerabilidad. Además, como es bien sabido, el Decreto 1279 de 2002 reformó sustancialmente el régimen salarial y prestacional vigente y ello conllevó un mayor costo de funcionamiento para las universidades no previsto en la Ley 30 de 2012.

IPC E ÍNDICE DE COSTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR (ICES)



Fuente: Dane. Cálculo con base en información corte 2017
Gráfico: LR-JG

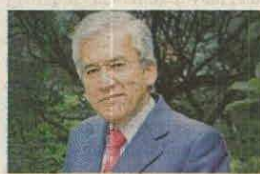
ESTA GRAN MARCHA PERMITIÓ VISIBILIZAR LA PROBLEMÁTICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR PÚBLICA EN COLOMBIA

Además, toda universidad que se respete aspira a obtener el Registro Calificado y la Acreditación de Alta Calidad de sus programas, lo cual comporta unos requerimientos por parte del Ministerio de Educación, los cuales tienden a mejorar la calidad tanto de la institución como de los programas que ofrece. Me refiero a la formación y especialización docente, a la infraestructura física y tecnológica, recursos de apoyo para las actividades de investigación y desarrollo, bienestar universitario, amén de los sistemas de gestión académica y administrativa. Y eso está muy bien, pero tienen un costo que deben asumir las universidades, que nada tiene que ver con el IPC anual, que es la base del incremento del presupuesto para las universidades públicas de un año a otro. Se estima que por el solo concepto de gastos personales para el pago de docentes se ha venido acumulando anualmente un déficit de 4,4 puntos porcentuales con respecto al IPC,

Turbulencia y mermelada

Hace unos días comentamos la incertidumbre que acecha nuestra economía, pese a los buenos augurios por la recuperación de los precios del petróleo que, al superar los US\$80 el barril, dieron un mensaje de tranquilidad al Gobierno, que procedió a disponer de \$14 billones, supuestamente recortados al pago de intereses de la deuda, para cubrir el faltante elevado caprichosamente, por *Minhacienda*, a \$25 billones, cifra que se convirtió en el ariete contra la administración Santos.

Analistas como Eduardo Sarmiento y Salomón Kalmanovitz se suman a los que no creen que el Gobierno esté haciendo lo debido, aplazando las señales que



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

el país y la comunidad internacional reclaman. Hace unos días el Fondo Monetario Internacional dejó entrever su optimismo sobre el inmediato futuro al proyectar el crecimiento del PIB a 2,8% para el presente año; sin embargo, a los pocos días Chris-

tine Legarde, que sigue tratando de frenar el Trumpismo, dijo que los riesgos en los países, en especial los emergentes, eran consecuencia "del necesario y legítimo ajuste monetario". El Fondo cree que el ajuste económico y el reordenamiento fiscal siguen siendo tareas pendientes e inaplazables para mantener la estabilidad, pero se corre el riesgo de generar incertidumbre. Es paradójico, pero los cambios estructurales deben darse, al borde de la crisis, para fomentar la productividad, que es la única salida para mejorar y mantener las condiciones de crecimiento duradero, estable y sostenible. Nada fácil la tarea, pues las políticas públicas no pueden dar la espalda a los