

Anti, contra y desmarketing

En la práctica del mercadeo son muchos los términos que se han utilizado por académicos y pragmáticos para describir acciones que supuestamente van dirigidas a generar comportamientos sostenibles en los mercados, sean estos a favor o en contra de lo que se ofrece para satisfacer necesidades o deseos de las personas. Por esa misma razón, no son pocas las veces que reina la confusión, que hace unos años nos llevó a afirmar que se estaba generando una Torre de Babel del y en el mercadeo, y se encuentran



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

opiniones que se contradicen en muchas ocasiones, tratando el mismo tema, como ocurre con las que comentamos. A **Philip Kotler**, considerado uno de los principales exponentes de la disciplina sin ninguna duda, se atribuye el haber sido quien primero habló de antimercadeo, y con el profesor **Sidney Levy** a principios de la década de los años 70, sobre el denominado desmarketing, aunque hay quienes

opinan que el mayor desarrollador de esta práctica es **Vincent Bastien**, quien habló de las 24 leyes del antimercadeo o desmarketing, y hay otros que prefieren hablar de contramarketing. La *RAE* dice que el prefijo anti significa opuesto o contrario, mientras que contra lo describe como algo que denota oposición y contrariedad de una cosa con otra, y desventaja o aspecto desfavorable, además de los significados que como preposición tiene. Acerca de des, dice entre varias connotaciones, que denota negación o inversión del significado de la palabra simple a la que va antepuesto, indica privación o algo fuera de. Dicho de una manera simple, anti, contra y desmarketing o desmercadeo son palabras que han sido acuñadas para expresar dos situaciones que se presentan en la práctica de la disciplina, y que podrían ser consideradas una buena y otra mala.

LOS TRES HABLAN DE LO MISMO PERO EN DIFERENTE FORMA, HACIENDO QUE TODO SEA CUESTIÓN DE SEMÁNTICA

El antimercadeo del cual habló **Kotler** se refiere a las prácticas para desestimular la demanda, es decir, lo que implementa la organización que hace mercadeo con el propósito de hacer que parte del mercado no actúe por un tiempo o de manera permanente, tal como hizo *Amazon* durante la pandemia al suprimir la actividad del servicio “prime” de manera temporal, para poder cumplir con los compromisos que adquiriría, los cuales aumentaron la actividad de la organización de manera considerable, pero que de no haber suspendido ese servicio extraordinario le habría generado problemas. Otro caso es el de la determinación de condiciones para acceder a ciertas ofertas, como pueden ser un sobreprecio o cover para ingresar a establecimientos, o fijar precios altos o con exigencias que no están al alcance de los posibles mercados. Existe otro anti, contra o desmercadeo, de consecuencias negativas, que es desarrollado por los errores que comete una organización al no cumplir con las promesas que hace, hacer mal las cosas, exigir demasiadas condiciones al mercado, y que aleja la clientela y la hace influenciar a los demás de manera que no actúen; y otro que nace de los movimientos del mercado por medio del llamado mercadeo de palabra, susurro o boca-boca hablando mal, o en términos despectivos, o no recomendando algo utilizando para ello todos los medios de comunicación posibles. Es decir, los clientes se encargan de hacerlo sin que nadie se los solicite, y hace mucho daño. En resumen, los tres hablan de lo mismo pero en diferente forma, haciendo que todo sea cuestión de semántica más que otra cosa.

¡La hora del agro!



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

“Uno nunca debe desperdiciar una buena crisis”
Churchill

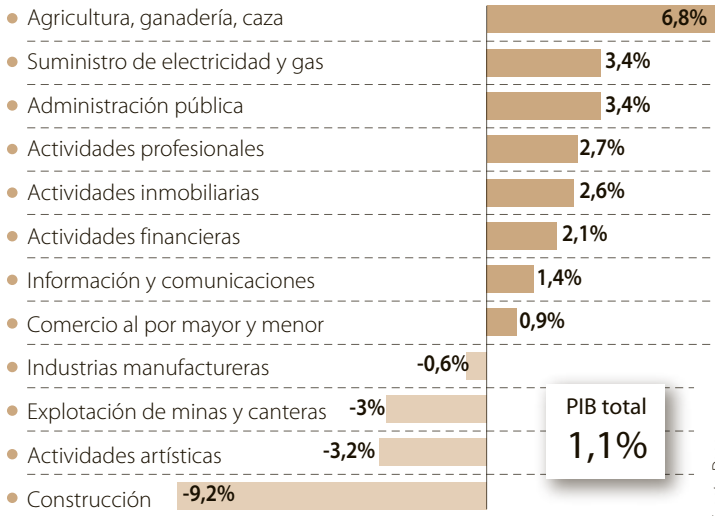
Dice el adagio popular que no hay mal que por bien no venga. En medio de la crisis económica que se precipitó con la pandemia del covid-19, el sector agrícola ha mostrado su resiliencia y se ha destacado como uno de los pocos que, según el *Dane*, ha registrado una variación en terreno positivo en el primer semestre de este año, con un crecimiento promedio de 6,7%. Gracias a ello se ha podido garantizar el abastecimiento del mercado doméstico de productos agrícolas y se ha mantenido la dinámica exportadora de los mismos, que determinaron el año anterior su crecimiento excepcional, de 2,43%, en medio de la caída de -5,7% de las exportaciones totales y en el primer semestre de este año tuvieron un nuevo repunte de 10%.

Este hecho es digno de resaltar habida cuenta que en la última década el crecimiento del PIB agrícola siempre ha estado por debajo del crecimiento de la economía, a guisa de ejemplo el año pasado mientras el PIB creció 3,3% el sector agropecuario a duras penas creció 2%. Como si lo anterior fuera poco, este sector ha venido perdiendo participación en el PIB global, la cual pasó de 18% en 1990 a 6,3% actual. Ello ha obedecido a la falta de una política agrícola que apoye e impulse esta actividad.

Según el Censo agropecuario del 2014 y la *Unidad de Planeación Rural Agropecuaria (Upura)*, de los suelos netamente agrícolas, que son 11,3 millones de hectáreas, solo se aprovecha 35%. Según la más reciente Encuesta Nacional Agropecuaria del *Dane* (ENA 2019), el área cultivada se redujo a sólo 4,61 millones hectáreas, después que, según la misma Encuesta en 2016 reportó 5,12 millones hectáreas cultivadas.

El caso más patético es lo que ocurre con la producción de alimentos. No obstante que Colombia, según la *FAO*, está entre los siete primeros países del mundo con mayor potencial para convertirse en parte de la solución de la seguridad alimentaria, en la última década ha pasado de importar ocho millones de toneladas en 2009 a 14 millones de toneladas en 2019. Y ello, a pesar de que la Constitución Política dice en su artículo 64 que “la producción de alimentos debe gozar de la especial protección del Estado” y de lo dispuesto en el

PIB EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2020



Fuente: Dane

Documento Conpes 113 del 31 de marzo de 2007, que establece la “Política nacional de seguridad alimentaria y nutricional (Psan)”.

El Informe del *Pnud* en 2011 fue muy descarnado en su diagnóstico: “Colombia es más rural de lo que se cree, pero cuenta hoy con más hectáreas en minería que en producción de alimentos. El *Gobierno* firma tratados y asociaciones de libre comercio y crea incentivos para el empresariado agroindustrial pero, con honrosas excepciones, el desempeño productivo agropecuario deja mucho qué desear”.

Como dice el director de la *FAO*, **José Graziano Da Silva**, “no basta que los agricultores tengan la tierra o el acceso a ella, sino también los insumos, bienes y servicios públicos y recursos financieros”. Así mismo, es fundamental el acceso a los mercados, pues “sólo con acceso a los mercados los productores son capaces de absorber las tecnologías mejoradas y así elevar su productividad y competitividad.

EL CASO MÁS PATÉTICO ES LO QUE OCURRE CON LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS

Es una realidad que Colombia tiene como uno de sus más importantes retos el de la diversificación de la economía, en la cual el sector agrícola es una de las claves, además de que está llamado a jugar un rol de la mayor importancia en la reactivación económica en orden a superar la recesión en la que estamos inmersos por cuenta de la pandemia del covid-19.

Ahora bien, para que el sector agrícola gane participación en el PIB y crezca más es fundamental una política agraria que estimule e impulse su competitividad y en ello juega un papel de la mayor importancia la dotación de bienes públicos, especialmente de infraestructura de transporte y de riego. En cuanto a las vías es de destacar el apoyo que le ofrece la Ley de regalías que se acaba

de expedir por parte del *Congreso de la República*, en la cual se le asignan recursos importantes a la construcción e intervención de vías terciarias. En cuanto a riego y drenaje, el *Congreso de la República* le dio un gran estímulo, primero a través del artículo 227 del la Ley 1955 de 2019 del Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022 y posteriormente en el artículo 125 de la Ley 2008 de 2019, del Presupuesto de la vigencia 2020.

Allí se estableció que “la Nación asignará un monto de recursos destinados a cubrir el valor correspondiente a un porcentaje de 50% del costo de la energía eléctrica y gas natural que consuman los distritos de riego y demás esquemas de obtención del agua, tales como pozos profundos, por gravedad o aspersión”. Es de anotar que este beneficio se circunscribe a predios que no superen las 50 hectáreas, es decir a pequeños y medianos propietarios de los mismos.

Lo insólito e inexplicable es que transcurridos ocho meses de la entrada en vigencia de esta norma sus beneficiarios no hayan podido tener acceso a dicho reconocimiento en la factura del servicio de la energía que consumen para irrigación simple y llanamente porque los ministros de *Minas y Energía* y *Agricultura y Desarrollo Rural* no se han podido poner de acuerdo sobre la competencia para la reglamentación de la norma.

Señores ministros, quien espera desespera y más en las actuales circunstancias tan críticas, tanto más en cuanto que, como lo han podido establecer los expertos **Perfetti, Balcazar, Hernández & Lebovich** (2013), “se estima que el riego, en particular, puede duplicar el rendimiento por hectárea y aumentar en más de 80% el ingreso promedio mensual de los productores agropecuarios en Colombia”. Esta es la hora del agro, será mucho pedirles que reglamenten cuanto antes esta norma, a riesgo de malograr esta oportunidad sino lo hacen.