

## Todo y todos comunican

Las comunicaciones en el mercadeo, desempeñan uno de los papeles más importantes, sobre todo en un mundo en el cual éstas constituyen la forma principal de dar a conocer hechos y realidades, al tiempo que se usan para estimular y hacer que el mercado responda; además, porque en marketing efectivo “todo y todos comunican y no se puede no comunicar.”

Quizá, la mejor definición que hemos encontrado sobre lo que son y deben significar las comunicaciones, es la que dice que “es la actividad de administrar y hacer llegar información directa o indirectamente a otras personas con relación a productos, ideas, objetos, servicios, personas, etc., buscando provocar determinadas actitudes o comportamientos en los individuos que reciben sus mensajes, haciéndolos sostenibles”, lo que implica que para obtener una respuesta del cliente, que sea continua y pueda garantizar progreso a una organización,



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

las comunicaciones tienen que ser permanentes y efectivas, tal como ocurre en la vida personal.

Es por ello que todas las formas de transmitir o comunicar, deben observar una conducta responsable desde las ópticas de la ética y la moral, tratando de hacer de ellas una verdadera y eficaz manera de hacer que la gente responda como se desea.

Por ello, las comunicaciones de mercadeo deben tener algunos ingredientes, como son la diferenciación con respecto a la competencia, partiendo de la base de que la promesa básica debe involucrar algo distinto que haga que la gente la escoja primero y la pueda preferir más tarde; deben ser agradables, llamativas, fáciles de recordar, y que traten de impactar sobre el mercado en el menor tiempo posible.

### LAS COMUNICACIONES TIENEN QUE SER PERMANENTES Y EFECTIVAS, TAL COMO OCURRE EN LA VIDA PERSONAL

Cuando de comunicaciones se trata, en el marketing, se debe partir de la base de lo que el cliente quiere escuchar, es decir, de lo que le interesa y motiva, para hacer de ellas una acción estimuladora, pero siempre fiel a la realidad, respetando los valores y las creencias de las personas. Porque en verdad, hoy, se ven unas formas de comunicación que dan tristeza, además de pobres de contenido o carentes de él.

Es por lo anterior, básicamente, que cada día gana más relevancia el concepto de “punto de contacto”, como se lee en reciente nota del portal marketing91, lo cual definen como el punto o momento durante el cual se está en contacto directo o indirecto con el mercado para que éste se forme o reafirme una idea sobre lo que es una empresa, un producto, una marca, una persona, una sociedad o lo que ese punto de contacto representa, lo cual se asemeja a lo que en su momento se describió como momento de verdad.

Dadas las circunstancias actuales, cuando vivimos un mundo sobre comunicado y sobre informado, esos puntos de contacto adquieren un mayor rol dentro del proceso logístico de mercadeo, por lo que ninguno de ellos debe considerarse con mayor o menor nivel de importancia ya que ello es potestativo del mercado.

Toda forma de generar un mensaje es de vital importancia, y es por ello que una vez más hay que recordar que todo y todos comunican y que no es posible no comunicar, ya que cualquier punto de contacto del cliente con un elemento de una organización, genera o transmite algo que es interpretado por quien lo vive pero nunca por quien lo emite, pues éste no hace más que desear que lo que quiere decir sea entendido como desea, y por ello hay que entender lo que “hacen” las comunicaciones.

## La pobreza y la desigualdad



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

El estancamiento de la economía se tradujo en un aumento de la tasa de desempleo, reversionó la tendencia de la última década, en el transcurso de la cual se logró reducir la

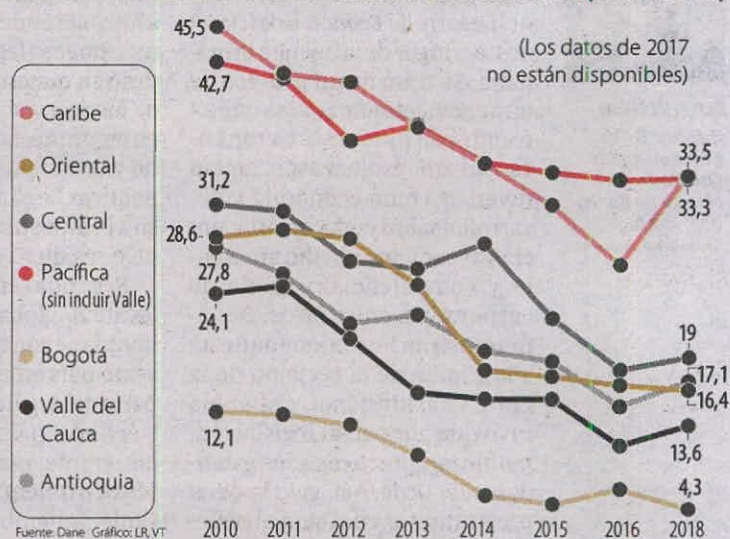
pobreza monetaria, que se define a partir del costo mínimo de una canasta de consumo básica de bienes, desde 42% hasta 26,9% de la población total en 2017 y lo que es peor el coeficiente Gini, que mide el grado de concentración del ingreso, ya de por sí elevado, también empeoró. Como lo afirma la consultora McKinsey, “la lenta expansión de los empleos de mayor productividad y salarios más altos ha dejado a muchos vulnerables” y “siguen con un alto riesgo de volver a caer en la pobreza”. El aumento de la tasa de desempleo y la pobreza, así como la persistencia de la desigualdad son secuelas de la ralentización del crecimiento del PIB.

La mayor reducción de la pobreza se había logrado al amparo del largo ciclo de precios altos de los commodities entre 2010 y 2014, con -8,7 puntos porcentuales menos, en el intervalo 2015 - 2017 se redujo -1,6 puntos porcentuales más, hasta tocar fondo para luego rebotar levemente en el 2018, situándose en el 27% la tasa de desempleo monetaria. Estos +0,1 puntos porcentuales significan el aumento en 190.000 personas que durante el último año se sumaron a los 13,8 millones de pobres que se registraron en 2017, después que entre los años 2010 - 2017 superaron la pobreza, en promedio, 591.000 habitantes entre 2010 y 2017.

Es claro, como lo afirma Anif, “que se mantiene una gran heterogeneidad en las cifras de pobreza a nivel nacional. El nivel de pobreza monetaria urbana estuvo cerca del 16% durante 2015-2018, pero los niveles de pobreza en las áreas rurales se mantuvieron en un alarmante 36,1% al cierre de 2018”. No obstante, entre las mismas ciudades se presentan diferencias abismales: mientras en Bogotá la pobreza monetaria se estableció alrededor del 12,4% en 2018, Cartagena registró un índice del 25,9%, más del doble (!). Asaz difícil le va a quedar al Gobierno alcanzar las metas del Plan Nacional de Desarrollo de reducir la pobreza monetaria al 21% en promedio a nivel nacional y al 29% en el campo.

En cuanto al Índice de pobreza multidimensional (IPM), que identifica múltiples carencias a nivel de los hogares y las personas en los ámbitos

### INCIDENCIA DE LA POBREZA MULTIDIMENSIONAL (2010-2018)



de la salud, la educación y el nivel de vida, se había reducido de manera continua, pasando de 30,4% a 17,8% en 2016, pero en 2018 repuntó elevándose hasta 19,6, para un incremento de 1,1 puntos porcentuales, el cual se tradujo en casi 1,1 millón de personas que volvieron a caer en la cuneta de la pobreza multidimensional en los últimos dos años, pasando el número de ellos de 8,5 millones a 9,6 millones. Cabe anotar que esta es la primera vez que aumenta el IPM desde que empezó a calcularse en 2010.

Existe, además, una brecha interregional que se pone de manifiesto cuando cotejamos las cifras de la pobreza entre unas y otras regiones, destacándose el hecho que el Dane en más de la mitad de las regiones del país aumentó el porcentaje de la población por debajo del umbral de la pobreza.

### SERÁ DIFÍCIL PARA EL GOBIERNO ALCANZAR LA META DE REDUCIR LA POBREZA A 21%

Mientras la región Caribe y la región Pacífica, por ejemplo, siguen siendo las más rezagadas y es en donde se concentra casi la mitad de los pobres del país, 4,1 millones (30%) en el Caribe y 2,4 millones (17%) en el Pacífico, la incidencia de la pobreza multidimensional pasó del 26,4% en 2016 al 33,5% en 2018 y del 33,2% al 33,3%, respectivamente, en Bogotá llegó a su punto más bajo con el 4,3%. Pero también se mantienen las brechas intrarregionales. En efecto, nuevamente, la pobreza multidimensional se ensaña sobre departamentos como La Guajira con el 51,4% y el Chocó con el 45,1% y las zonas rurales del país, alcanzando 39,9% (!).

Yo he sostenido que Colombia es el país de las desigualdades y no lo decimos a humo de paja, pues según la Ode Colombia hoy por hoy es el país más desigual de Suramérica, el segundo en Latinoamérica después de Haití y el cuarto en el mundo (!). El

coeficiente Gini (un número entre cero y uno, siendo uno concentración absoluta) que venía bajando lentamente desde 0,56 en el 2010 al 0,508 en 2017, lejos aún del nivel promedio observado en Latinoamérica (0,48), en 2018 subió a 0,517; uno de los peores registros de toda Latinoamérica. Y la explicación no es otra que una caída en los ingresos de los hogares más pobres en contraste con el aumento en los hogares de mayores ingresos. En este aspecto se presentan también grandes desequilibrios entre unos departamentos y otros, en donde varios de ellos se alejan del promedio nacional, es el caso del Chocó y La Guajira que registran coeficientes Gini aún más alarmantes, de 0,579 y 0,552, respectivamente.

Este dato cobra mayor relevancia si tenemos en cuenta que el magro ingreso per cápita de Colombia sigue estancado cuando lo comparamos con otros países. Si nos remontamos a hace 100 años, el ingreso per cápita en Colombia era 20% del de EE.UU. 100 años después, sigue siendo igual. Creciendo al 4,5% anual Colombia duplicaría su ingreso per cápita en 20 años, mientras que a 2,8% actual tardaría 40 años. Por ello, no es de extrañar que, como lo sostiene el exministro de Hacienda Rudolf Hommes “Colombia tendría que esperar aproximadamente 475 años para cerrar la brecha entre nuestro ingreso por habitante y el de EE.UU., si los dos países siguen creciendo al ritmo que lo hicieron en ese período (1980 - 2017)”.

De allí que el reto sea crecer más y mejor y para ello es fundamental replantear y repensar el modelo de desarrollo actual, con una apuesta seria y sostenida para diversificar la economía, las exportaciones y el destino de estas, con inclusión social. Como lo ha dicho y repetido la Secretaria ejecutiva de la Cepal, Alicia Bárcena, la economía debe “crecer para igualar e igualar para crecer”, porque la desigualdad, además, frena el crecimiento. ¡Esta debe ser la consigna!