



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

Posicionamiento y mercadeo digital

En marketing, el posicionamiento está diseñado para generar mercados, una misión tan importante como siempre con la gran cantidad de oportunidades digitales de hoy en día para involucrar y motivar clientes y prospectos; es la idea distintiva que diferencia con claridad de la competencia.

Una idea distintiva llama la atención por ser diferente, pero, además, la idea debe (tiene que) ser significativa. Diferenciación y significatividad son los ingredientes principales para aumentar la retención y mantenerse en la memoria activa.

La posición de la marca es una sola idea coherente, pero durante el proceso de toma de decisiones, las organizaciones o empresas pueden ampliar sus mensajes. Una historia más extensa que proporciona más razones para creer nunca sobra y puede ser narrada.

Las herramientas digitales han cambiado la dinámica comercial, pero no las reglas básicas que se aplican en el mercadeo. Actualmente se discute sobre la aplicación de tácticas digitales para aumentar los clientes, por lo que vale la pena comentar algunos aspectos.

Las oportunidades existen en dos mercados: el actual y el potencial, y siempre se ha dicho que es más efectivo y económico mantener un cliente que conseguir uno nuevo; además, que los objetivos principales de un plan de mercadeo deben partir de conservar el mercado actual, aumentarlo con clientes nuevos y generar el futuro.

El primero son los clientes actuales. Cada día existen más oportunidades para escucharlos y servirlos, con el objetivo principal de mantenerlos, para lo cual se requiere de un contacto permanente, como en cualquier relación entre seres humanos. Como un segundo objetivo con los clientes actuales puede establecerse hacer crecer las actividades o negocios con ellos.

Los clientes nuevos son el segundo segmento, estando conformado por quienes pueden llegar en el presente (de los competidores, o de nuevos mercados) y quienes pueden estar en el futuro.

Las tácticas utilizadas en ambos comparten la comunicación de posicionamiento, pero ambos segmentos contienen clientes y prospectos con datos demográficos y psicográficos similares, siendo común que se dividan en segmentos más pequeños.

En el segmento de clientes existentes, el contacto permanente es una necesidad; hay que hacer las preguntas correctas y ejercitar la escucha activa; son clave para retener y hacer crecer las relaciones y la actividad con ellos.

El segundo mercado es donde se encuentran los clientes potenciales para el presente y el futuro, y se ha convertido en una oportunidad más reciente debido a la variedad de estrategias y tácticas de marketing digital disponibles, siendo ello la razón principal por la cual Google y Facebook están entre las empresas más grandes del mundo además de que se han convertido en plataformas publicitarias de gran tamaño y poder. En el mercadeo del llamado B2B, LinkedIn compite cara a cara con Facebook. Por ello, la presencia en línea (on line) se ha convertido en algo clave.

El mercadeo digital cada día es un complemento más importante del llamado marketing tradicional. No es que lo desplace, como algunos lo han hecho creer, ni se ha convertido en otro tipo de marketing pues éste sigue siendo uno solo con varias alternativas, y el mundo digital, como se ha dicho antes, es una manera de trabajar más efectivamente el posicionamiento en mercadeo, y ante esta realidad, hay que aceptar y vivir en y el presente.

Nos estamos sobregirando

La Red Global de la Huella Ecológica se ha dado a la tarea de monitorear la trazabilidad de la huella de carbono que van dejando tras de sí los países y para ello emplean una especie de contabilidad ecológica de partida doble y a partir de esta poder establecer el saldo a favor o en contra. Esta Red ha podido establecer que desde finales del siglo XX el "Día del sobregiro", entendido este como el exceso de demanda de servicios ambientales con respecto a la capacidad de reparación o reposición de la naturaleza, se ha ido adelantando progresivamente, cada vez con mayor celeridad.

Según lo sostienen el Fondo Mundial para la Naturaleza y Global Footprint, el costo de este sobreconsumo ya es visible: "escasez de agua, desertificación, erosión de los suelos, caída de la productividad agrícola y de las reservas de peces, deforestación, desaparición de especies. Vivir a crédito solo puede ser algo provisional, porque la naturaleza no cuenta con un yacimiento del que podamos proveernos indefinidamente". Y, como es bien sabido, no hay plazo que no se venza ni deuda que no se pague.

De acuerdo con esta contabilidad de la huella de carbono, a partir del 1 de los corrientes mes y año la humanidad está recurriendo a las "vigencias futuras" para sobrevivir el resto del año y apenas han transcurrido siete meses de doce. A este ritmo se necesitarían 1,7, casi dos planetas Tierra para satisfacer las necesidades de los 7.630.491.175 de habitantes que alberga. La perspectiva es aún más preocupante en países como Chile y Catar, toda vez que si los países vivieran como ellos, en el primer caso se necesitarían 2,3 planetas Tierra y en el segundo cinco planetas (1).

Lo más preocupante es que año tras año el "Día del sobre-



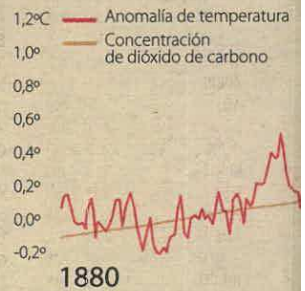
AMYLKAR D. ACOSTA M.
Docente de la Universidad Externado de Colombia
@amylkaracosta

giro" de las naciones se acerca más al comienzo que del fin del año y esta carrera sin posta es cada vez más vertiginosa, a saber: el "Día del sobregiro" el año pasado fue el 8 de agosto, en 2015 fue el 13 de agosto y en el año 1970, cuando se empezó a hacer esta medición, el 23 de diciembre. Claro está que el "sobregiro" de los países difieren unos de otros, según el ritmo al cual consumen sus recursos naturales. El más crítico es Catar (9 de febrero) y Colombia empieza a "sobregirarse" el 17 de noviembre. Ello es atentatorio del desarrollo sostenible, entendido este como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

El "sobregiro" obedece al "consumismo desenfrenado", al que alude el Papa Francisco en su Encíclica Laudato Si. Se trata, como lo delata el Santo Padre del "antropocentrismo despótico que se desentiende de las demás criaturas". Y su llamado a este propósito no puede ser más pertinente: "en este tema los términos medios son sólo una pequeña demora en el derrumbe. Simplemente se trata de redefinir el progreso". Pero el mayor obstáculo para ello son los intereses creados y la voracidad del capitalismo salvaje.

Según el Informe, de 300 páginas, que acaba de publicar la Agencia Nacional Oceá-

TEMPERATURA GLOBAL Y DIÓXIDO DE CARBONO



Fuente: Nasa Giss, NOAA Ncei, Esri / Gráfico: LR-JG

EL "SOBREGIRO" DE LOS PAÍSES DIFIEREN UNOS DE OTROS, SEGÚN EL RITMO AL CUAL CONSUMEN SUS RECURSOS

nica y Atmosférica, en el que participaron 450 científicos, y la Sociedad Estadounidense de Meteorología, la concentración de los tres gases de efecto invernadero más peligrosos que hay en la atmósfera (dióxido de carbono, metano y óxido nítrico) alcanzaron un nuevo récord en 2017. En el caso particular del dióxido de carbono (CO₂) la concentración media mundial en la superficie de la Tierra en 2005 fue de 381 partes por millón en contraste con las 280 ppm de la era preindustrial (antes de 1750).

Dicho estudio indica que el nivel alcanzado por la concentración de gases es la más alta en los registros modernos de medición atmosférica. Estamos en niveles superiores en un 145% con respecto a la era preindustrial y lo que más preocupa es la aceleración de la tasa de crecimiento de la concentración de GEI en la atmósfera, que se ha cuadruplicado desde principios de la década de 1960 y su efecto es acumulativo.

Duque, un arranque tortuoso

Cuando todos creíamos que después de la tempestuosa campaña presidencial, llegaría la calma con la posesión de Duque y la acostumbrada luna de miel que tradicionalmente acompaña los primeros días de un nuevo Gobierno, han aparecido señales de incertidumbre y manifestaciones de turbulencia que muestran una pasmosa improvisación, incompatible con la nada fácil situación política y económica que atraviesa el país.

Nadie previó las consecuencias de entregarle las llaves del país, no al supuesto incondicional de un expresidente, obstinado en no hacer uso de buen retiro, sino a los sectores gremiales y empresariales que cooptaron el poder para darle



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

oportunidad a técnicos independientes y apolíticos que, como es previsible, no son ni lo uno ni lo otro.

Preocupa la visión cortoplacista de los nuevos dueños de los carros oficiales. Los anuncios del Minhacienda son defi-

nitivamente preocupantes porque no consultan la realidad social. Insistir en la fracasada fórmula de subsanar las falencias fiscales, aumentando la regresividad de los impuestos, mediante la fórmula perversa de gravar el trabajo y estimular el capital, proponiendo aumentar los gravámenes indirectos y disminuir los directos, bajo la falsa premisa de que las empresas tributan demasiado y que esa es la fórmula para impulsar el crecimiento y el empleo, es un sofisma inaceptable.

No aparece por parte alguna el deseo de revisar el modelo económico que por la globalización y la apertura, ha propiciado el estancamiento del sector productivo. Pareciera que todo se