



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

Cuidado con el cliente

Los que vivimos el mercadeo recordamos con cierta nostalgia algunos avisos, campañas publicitarias, promociones y más elementos de comunicación que se usaban para transmitir mensajes y estimular comportamientos de los seres humanos, y otros que aparecían en películas, series de TV y diferentes medios.

Unos de esos avisos, que poco pero todavía se ven, es “cuidado con el perro”, haciendo saber a quien transita que había o hay un can pendiente de intrusos o similares; algunos agregaban “perro bravo”, para ahuyentar a quien cerca se encontraba.

En mercadeo habría que decir, hoy más que nunca antes, “cuidado con los clientes”. Y no es ni menos cierto ni menos importante que este aviso se debe ubicar en sitio visible para quienes laboran en las empresas, sin importar el sector en el que se desenvuelven.

La razón es muy simple: cada vez existe más comunicación entre las personas, no solamente por medio del llamado mercadeo de palabra, sino también y muy fuerte por las redes sociales que se multiplican y aumentan en proporciones inimaginables, haciendo que, como tantas veces hemos dicho, haya que estar pendientes de lo que dice la gente, puesto que la credibilidad de los comentarios de quienes nos rodean es altísima, y de muy fuerte influencia en los procesos de toma de decisión, y los comentarios que aparecen en los medios tradicionales, muchos sin ningún tipo de restricción ni control.

Otro ejemplo sobre lo que decimos es el que a diario se ve en almacenes y supermercados, lugares en los cuales se pregunta a cualquier persona sobre productos, servicios, y opiniones en general, muchas veces triviales, pero que son de alta influencia en la decisión, presentándose con claridad lo que se ha denominado disonancia cognitiva, que lleva a que la decisión se cambie fácilmente.

UNO DE LOS RETOS PARA LOS MERCADÓLOGOS ES PERMANECER ENTERADOS DE LO QUE SE DICE EN LOS MERCADOS

Las circunstancias que vivimos, con una constante de cambio tan veloz como nunca antes, el exceso de oferta, la actividad en los medios de comunicación, la sobresaturación de mensajes publicitarios que cada vez pierden efectividad por no medir las consecuencias de sobrepasarse y la manera de decir las cosas, la cantidad de productos que desaparecen y nacen, y mucho más, han generado confusiones e inseguridad mental en las personas, y ante ello, lo que un individuo normal hace, no es otra cosa que preguntar o acudir a las redes, o por teléfono a Google, como buscador líder. Y ello se hace para tratar de sustentar decisiones que de otra manera harían que esa disonancia cognitiva fuera más fuerte.

Al ser conscientes de esta realidad, uno de los retos para los mercadólogos es permanecer enterados de lo que se dice en los mercados, pues un comentario negativo, aún alejado de la realidad, puede acabar con empresas, productos, personas, etc.

Como decía Sam Walton, “Solo hay un jefe. El cliente. Y él puede despedir a cualquiera en la compañía, desde el presidente hasta el último empleado, simplemente gastándose su dinero en otra parte”.

Las cosas, como se dice, no están para descuidar absolutamente nada, y si se es consecuente con lo que se predica y afirma, ya que todos dizque consideran que el cliente es muy o lo más importante, el aviso debe colocarse en partes visibles para que todos lo recuerden y se pueda lograr la lealtad que tanto se busca.

Como decimos al principio, el aviso debe ser “cuidado del cliente”, si no es que hay que afirmar “cuidado...”, “¡clientes bravos!”

¡Vuelve y juega!

Con terquedad aragonesa el ministro de Hacienda, **Alberto Carrasquilla** insiste en la necesidad de vender, esta vez, el 8,9% de las acciones de la Nación en *Ecopetrol*. En 2004, en su calidad de ministro de Hacienda, había descartado de plano la privatización de *Ecopetrol* y en su lugar planteó la conveniencia de vender aquellos activos no estratégicos de la empresa.

En 2009, cuando ya había hecho dejación del cargo, conceptuó que no le veía sentido “tener en el balance del Gobierno Nacional acciones de *Ecopetrol* o de otras empresas, siendo que tenemos tantas necesidades. Ese es un lujo que uno muchas veces no se puede dar”. Claro que entre 2004 y 2009, el mismo ministro **Carrasquilla** presentó a la consideración del Congreso de la República y logró su aprobación la Ley 1118 de 2006, mediante la cual se cambió la naturaleza de *Ecopetrol* que dejó de ser una empresa industrial y comercial del Estado para convertirse en una sociedad anónima por acciones.

En esta misma Ley se autorizó “la emisión de acciones para que sean colocadas en el mercado y puedan ser adquiridas por personas naturales o jurídicas”. No obstante, el legislador estableció una barrera con el fin de preservar el carácter estatal de *Ecopetrol*, considerada la joya de la corona y dispuso que “se garantizará que la Nación conserve, como mínimo, el ochenta por ciento (80%) de las acciones en circulación”.

El paso siguiente fue la colocación en el mercado, en 2007 se hizo la primera oferta, y en 2011 tuvo lugar la segunda emisión de acciones, las cuales sumadas elevó a 11,1% la participación de los particulares en la estatal petrolera. Después que el número de accionistas llegó a su clímax con 521.740 socios de



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

Ecopetrol se produjo una desbandada a consecuencia de la caída de los precios del petróleo, reduciéndose el número de accionistas a sólo 291.000 accionistas.

Como es bien sabido el déficit del Presupuesto General de la Nación para la vigencia de 2019, cifrado según el ministro de Hacienda en \$14 billones, motivó la presentación al Congreso de la República por parte del mismo del proyecto de ley de financiamiento para cubrirlo, pero sólo se espera un aumento del recaudo de \$7,3 billones. Para cubrir el faltante acaba de plantear el ministro **Carrasquilla** la venta de 8,9% de las acciones de *Ecopetrol*, hoy en manos de la Nación.

Aduce el ministro que la “autorización ya está para hacerlo...Esta operación está aprobada”, refiriéndose a la autorización dada por el Congreso de la República en la Ley 1118 de 2016. Al parecer en este caso, como en tantos otros, todavía no hay un consenso dentro del mismo gobierno para dar este paso, pues, al hacer su anuncio el propio ministro dice que “obviamente, toca discutir el tema con el señor Presidente de la República”.

Es de anotar que, cuando apenas había sido designado y aún no había asumido el cargo de ministro **Carrasquilla** se mostró dubitativo ante la propuesta del Presidente de *Fasecolda*, **Jorge Humberto Botero**

ECOPETROL



Mayores aportes de la Nación
\$8,5 billones
impuestos y dividendos



Más recursos para regiones y territorios
\$5 billones
regalías e ICA



Propuesta de distribución de dividendos
\$89 por acción*

Fuente: Ecopetrol / Gráfico: LR-JG

CARRASQUILLA SACA ESTE AS DE LA MANGA Y PROPONE SALIR A OFERTAR CON EL PROPÓSITO DE TAPAR EL HUECO FISCAL

de vender 88,9% de las acciones de la Nación. El ministro **Carrasquilla** se limitó a decir que “el planteamiento queda para la discusión y para mirarlo con cuidado”.

Vuelve y juega, ahora, de manera intempestiva pero no sorpresiva, el ministro **Carrasquilla** saca este as de la manga y propone salir a ofertar por parte de la Nación 8,9% de las acciones con el fementido propósito de tapar el hueco fiscal, cuando en realidad de lo que se trata es de taponar la tronera que se le abrió a los ingresos del Estado con la Ley de desfinanciamiento, que es como la llamó apropiadamente Anif. En efecto, en dicha Ley no sólo se mantuvieron las onerosas gabelas a favor de las empresas que venían de reformas tributarias anteriores sino que se adicionaron otras, cuyo costo sobrepasa con creces los \$8 billones que se aspira recibir por esta operación de venta de acciones del Estado. De prosperar esta iniciativa, con tales recursos podrá enjugarse parcialmente el déficit, pero hacia

¿Hacemos lo correcto?

El país está tranquilo pues el año lo pasamos a medias, sin tener que habilitar ninguna de las materias más importantes de nuestra economía. El crecimiento debe estar alrededor de 2,7% del PIB, y la inflación, dentro del rango meta del Banco de la República, con una cifra de 3,18%. El desempleo se mantiene por debajo de los dos dígitos. Sectores como la minería, la construcción, la industria, lograron una recuperación que se hizo clara en el tercer trimestre del año anterior, pese a un arranque negativo, tal vez producto de la incertidumbre de un año electoral, transveralizado por la expectativa de la reforma tributaria. El sector industrial tuvo una breve recuperación, y definitiva-



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

mente el sector agrícola no levantó cabeza, a lo que se sumó la caída de los precios del café que, sin lugar a dudas, incidió en el lento crecimiento del consumo, en el último trimestre, particularmente en el nivel de ventas de diciembre que, si bien

subió, fue inferior al crecimiento del año anterior.

El déficit en cuenta corriente continúa en 3,6% y todo indica que no será posible bajarlo en los próximos años. El petróleo sigue siendo el factor que determina el crecimiento de nuestra economía y somos víctimas de la volatilidad de sus precios.

Se entiende el optimismo del Gobierno y de los voceros de los gremios que apuntan a que no haya sobresaltos en 2019; sin embargo, no se pueden soslayar los riesgos del próximo año. En el orden interno preocupa el déficit fiscal, las dificultades de financiamiento, el cumplimiento de la regla fiscal y la política de recortes que pueden desestimular la demanda interna. Ex-