

Las necesidades del cliente

Muchos han sido los análisis y tratados sobre lo que realmente necesitan los clientes que, a su vez, se convierten en bases de la toma de decisiones; y muchas también las razones que cada quien puede agregar o eliminar de todas las que se pueden encontrar por lo que no pocos definen como "estado de la demanda", que no es otra cosa que la situación vivida al momento de decidir sobre la acción a seguir, o sea, las circunstancias que hacen que se busque algo, por necesidad o simple deseo. Vale recordar y decir entonces, que las necesidades tienen un alto grado de circunstancialidad y variabilidad manteniendo vigencia la pirámide de necesidades de Abraham Maslow, y que a la hora de tomar una decisión, ésta se toma básicamente por cuatro razones que cada quien tiene pero que son influenciadas cada vez.



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

El fundador del blog Marketing91 Hitesh Bhasin, comentó recientemente sobre las variables que intervienen en los procesos decisivos y que por lo tanto afectan el análisis de alternativas del proceso psicológico de los seres humanos, y sin orden de importancia, algunas de ellas son las siguientes.

Experiencias del cliente, propias y/o ajenas; en un mercado como el actual, con exceso de oportunidades y acceso a información como nunca antes, las experiencias vividas y las que se hacen vivir al momento de la decisión, son fundamentales.

EL PRECIO ES FUNDAMENTAL Y REQUIERE UN MANEJO PSICOLÓGICO ADECUADO PARA QUE SEA EFECTIVO

Funcionalidad, pues cada día la gente busca las ofertas que conducen al logro de objetivos de la manera más sencilla para funcionar; si son productos, servicios o algo diferente, la forma como se hace uso de la oferta y los beneficios que genera, son de gran importancia.

Conveniencia, pues nadie aceptará una oferta que sea inconveniente bajo cualquier aspecto que se mire; es decir, los riesgos deben minimizarse para que se logre lo máximo como resultado de la decisión.

Fiabilidad o seriedad de la oferta, pues son muchos los productos, servicios y acciones que no ofrecen garantía para el mercado, y ante tanta experiencia negativa y la gran cantidad de comentarios negativos en las redes sociales, las personas buscan cada vez ofertas que les generen la tranquilidad necesaria para decidir.

Compatibilidad, es decir, posibilidad de hacer algo más con lo que se ofrece.

Precio, pues para nadie es secreto que lo que hay que pagar para adquirir derechos de propiedad, uso u otros ha sido, es y seguirá siendo un elemento determinante a la hora de tomar decisiones, y que en un mundo de igualdad relativa de la oferta, el precio es fundamental y requiere un manejo psicológico adecuado para que sea efectivo y no se convierta en generador de rechazo. Según muchos analistas, en la actualidad el 80% de los clientes es lo que primero consideran, pues éste "habla", es decir, se convierte en una promesa de calidad y resultados.

Diseño del producto, no solo de los tangibles sino de todos en general, pues los intangibles presentan una forma de obtenerse y ser utilizados, y si es complicado el proceso y no se tangibiliza (hace caer en la cuenta de las cosas) la decisión no será la que el oferente busca de parte del cliente. Por lo anterior, y porque cada vez todo, lo tangible y lo intangible, tiene más servicios alguien dijo que "los tangibles cada día tienen más intangibles, los intangibles también y por eso hay que tangibilizar los intangibles, o sea hacer caer en la cuenta de los beneficios y consecuencias de todo lo que se ofrece.



ALDO CIVICO
Antropólogo y estratega de liderazgo
aldo@aldocivico.com

La alimentación de los exitosos

Jürgen Klaric, el reconocido gurú del neuromarketing, me invitó esta semana a asistir a uno de sus talleres en donde enseña, a aspirantes emprendedores, los buenos hábitos de las personas millonarias y exitosas. Deseosos de cambiar la calidad de su vida, los asistentes toman asiento en un espacio que es un híbrido entre aula universitaria y estudio televisivo. Con su estilo provocador, Klaric esa noche presentó 20 hábitos que facilitan la abundancia, no solo económica, aclara el gurú, sino también de felicidad,

tiempo, amor y espiritualidad. "Somos lo que hacemos día a día, de modo que la excelencia no es un acto sino un hábito", les recordó Klaric citando al filósofo Aristóteles.

Quizás, el hábito para alcanzar éxito que más sorprendió a los participantes fue el de la alimentación. "Déjame decirte que si tu meta es transformar tu vida y alcanzar tu éxito, es el momento de hacer unos cambios a tu dieta", dijo Klaric a sus estudiantes sin tantos rodeos. En otras palabras, dime que comes y te diré

quien eres. Para corroborar las palabras de Jürgen Klaric, hubiese podido dar mi propio testimonio.

Hace un año, fui a conocer la cultura organizacional de Mattelsa, una empresa líder en el sector de la moda en Colombia. Su fundador, Mateo Jaramillo, me explicó que una alimentación sana es el primer pilar de la cultura Mattelsa. La elegante cafetería de esta empresa ofrece solo comida vegana. En la medida que los empleados suben su nivel de consciencia, van adoptando un estilo de vida saludable, que ade-



AMYLKAR ACOSTA MEDINA
Docente de la Universidad Externado de Colombia
@amylkaracosta

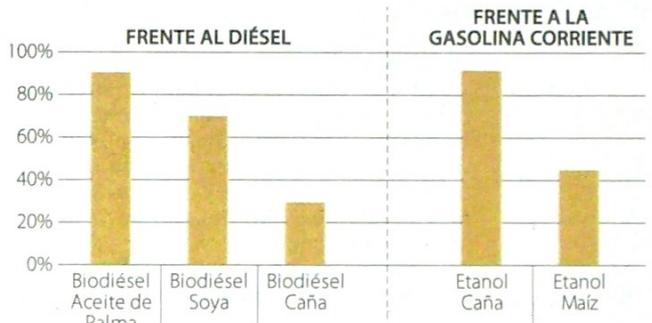
Las autoridades de Medellín y Bogotá se han visto precisadas a decretar la alerta por los niveles críticos de contaminación del medio ambiente, que ponen en riesgo la salud de sus moradores, disponiendo el pico y placa ambiental. Y no es para menos, pues la Resolución 2254 de 2017, que regula la calidad del aire, establece que cuando la concentración de material particulado 2.5 sobrepase los 55 microgramos por metro cuadrado se debe decretar la alerta amarilla. Y ambas capitales, una vez más, se han pasado de la raya.

El alcalde de Medellín, Federico Gutiérrez, dijo que las medidas que restringen el tránsito automotor se propone "evitar una contingencia en la calidad del aire que llegue a niveles críticos". Por su parte, el alcalde Enrique Peñalosa adujo una contaminación "anormal" de medio ambiente, debido a la "concentración atípica de material particulado".

Según la subdirectora ambiental del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, María del

REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO

Reducción de emisiones de GEI*
Biocombustibles (100%) vs. Combustibles fósiles



*GEI- dióxido de carbono, óxido nítrico, metano, hidrofluorocarbonos, perfluorocarbonos y hexafluoruro de azufre

Fuente: Usda, 2007 y E4 Tech, et al 2005 / Gráfico: LR-ER

Pilar Restrepo, "los días más críticos, según nuestra alerta temprana, son los primeros días de marzo". Es decir, los peores días están por venir y lo mismo se puede predicar para Bogotá, en donde la concentración de material particulado 2,5 ha llegado a superar los 70 microgramos por metro cúbico, pues la tendencia es hacia un agravamiento de la contaminación ambiental. Esto está pasando de castaño a os-

curo. Al fin y al cabo, Medellín y Bogotá son la primera y la segunda más contaminadas del país, novena y décima de Latinoamérica.

La contaminación del medio ambiente en Colombia es grave y tiene sus consecuencias, pues es considerada por la Organización Panamericana de Salud como "determinante básico de la salud". Según reciente estudio publicado por el Instituto Nacional de Salud,

El Empresario del Año



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

Importante la distinción que La República hace cada año a los empresarios del país. En esta oportunidad, coincidiendo con los 65 años del primer diario económico, el galardón fue entregado, por el Presidente Duque, a Simón Borrero, un millennial, como lo identificó el director Fernando Quijano, que en tres años y medio edificó una empresa que tiene hoy más de 2500 empleados, presencia en ocho países, una valoración superior a los US\$1.000 millones y un crecimiento anual de 400% que la convierten en un hito sin precedentes en la región.

Borrero intervino en el acto para señalar la necesidad de:

primero, crear en nuestra gente, crear en su capacidad y saber que los técnicos nuestros no tienen nada que envidiar a los de Silicon Valley; segundo, crecer para abandonar las limitaciones que no hemos impuesto como ciudadanos del tercer mundo; tercero, lograr los apalancamientos financieros que nos permitan superar limitaciones económicas y cuarto, capacitar los técnicos que la especialización de las tareas reclama.

Esta claro que el emprendimiento requiere creatividad, capacidad e imaginación, reinventando la tecnología para incursionar en un mundo acelerado que reclama actualización

constante y permanente para competir, penetrar los mercados y permanecer, creciendo, como lo afirmó el galardonado. Sin embargo los empresarios de la nueva era de la aceleración deben saber que ese modelo de crecimiento, quasi milagroso, no puede ignorar la proyección social. Autores como Thomas Friedman afirman categóricamente sobre la necesidad de evitar crear un "modelo de crecimiento basado en activos u oportunidades accesibles a unos pocos". En el mismo sentido, Byron Auguste, asesor económico de Obama, reclama la necesidad de repensar un pacto entre trabajadores, empleados,

más de la alimentación, se centra también en el movimiento, el ocio, el conocimiento, y las buenas relaciones. En *Mattelsa* están convencidos que los resultados extraordinarios que registran cada año son también el producto de una alimentación que favorece el enfoque, el rendimiento, la energía y la felicidad. Mientras **Mateo Jaramillo** me presentaba su filosofía sentí todo el peso de mi cuerpo. Me sentí inflado, intoxicado. Aquel día salí de *Mattelsa* con la decisión de cambiar mi alimentación. Dejé de comer

carnes, además que productos con gluten. No solamente perdí 10 kilos, sino que mejoró la calidad de mi concentración, de mi creatividad, de mi sueño.

Un cambio en la forma de comer provoca un cambio en el nivel de consciencia. En estos días, en su redes sociales, **Juan Manuel Barrientos**, dueño de los restaurantes *El Cielo* (otro empresario exitoso que cambió su hábitos alimenticios) dijo a sus seguidores: "al quitar de todos los restaurantes de la organización el 99% de productos derivados de la carne de vaca

le ahorramos al año más de 200 millones de litros de agua al planeta! Ahí vamos haciendo pequeños cambios". No es casualidad que **Jeff Bezos**, **Richard Branson**, y **Bill Gates**, los multimillonarios que **Klaric** invita sus estudiantes a tomar como modelos, están liderando una campaña de financiación a la empresa de carne vegana *Motif Ingredients*. Dice **Jürgen Klaric** a sus estudiantes: "quien no puede cambiar su forma de comer, no puede cambiar su forma de ser"; de lo cual depende el éxito personal.

17.549 personas mueren al año por factores de riesgo ambiental como el aire. Estamos hablando de 5% del total de defunciones en Colombia. El costo de la morbo-mortalidad por causas asociadas a la contaminación ambiental le costaron al país en 2015, según el DNP, la friolera de \$12,1 billones.

Según reciente estudio epidemiológico del Área Metropolitana del Valle de Aburrá liderado por el médico epidemiólogo **Elkin Martínez**, que se propuso evaluar la correlación entre la calidad del aire y la salud de los 3,8 millones de quienes habitan en la misma, constató que allí fallecen 3.000 personas en promedio cada año por enfermedades relacionadas con la contaminación ambiental. Dicho de otra manera, ocho personas mueren diariamente y tres de ellas cada hora por esta causa. Y ello ocurre en un país en el que la salud, según la Ley 1751 de 2015 es un derecho fundamental (!!).

De no haber sido por la mezcla de los biocombustibles, 10% de etanol con la ga-

solina y 10% de aceite con el diésel, la emergencia ambiental en estas dos capitales y en las demás sería más dramática, pues gracias a la misma al oxigenar el combustible se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero y de material particulado que envenenan la atmósfera. Gracias a los biocombustibles se están reduciendo 3,3 millones de toneladas anuales de GEI, valiosa contribución para el cumplimiento del compromiso de Colombia con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de reducir sus emisiones en 20% hacia 2030. Por ello no se entiende la reticencia del Gobierno Nacional para aumentar el porcentaje de la mezcla sabiendo que si lo hace se reducen en la misma proporción tales emisiones. Como tampoco se explica la razón por la cual las empresas mineras se abstienen de cumplir con la Ley, que obliga a utilizar la mezcla en todo el territorio nacional, sin excepción. Indudablemente, los biocombustibles son parte de la solución. El Plan Nacional

de Desarrollo que se debate en este momento en el *Congreso de la República* es la oportunidad para que se de un nuevo impulso a los biocombustibles.

No obstante, como lo afirma la copresidenta del Panel Intergubernamental del Cambio Climático, **Valérie Masson Delmotte**, según la revista *Nature*, muchas veces "los modelos económicos son malos a la hora de considerar las consecuencias económicas de los daños ocasionados por el cambio climático" y cuestionan medidas como estas con falacias que no consultan para nada la realidad. Se compara, por ejemplo el precio del etanol y el aceite, que hay que cultivarlo, cosecharlo y procesarlo, con el precio de la gasolina y el diésel, que son derivados del petróleo, que solo hay que extraerlo, para concluir que es demasiado alto su precio relativo, sin considerar además el beneficio que reporta al fisco al reducir las emisiones y, en consecuencia, el costoso número de enfermos y defunciones por cuenta de la contaminación ambiental.

estudiantes, universidades y gobiernos donde el capital humano sea el activo central.

Comparto la tesis de **Borrero**: lo importante no es la bizantina división de izquierdas y derechas, pero los hacedores de riqueza, que son parte fundamental de nuestra sociedad, no pueden desconocer factores que han dado al traste en otras latitudes con modelos emprendedores. De nada valieron en Madagascar, en Siria y en países de la Primavera Árabe, la riqueza y los esfuerzos que se hicieron, incluso con valiosos aportes internacionales, para sacar a flote esas economías y librarlas del fantasma de la guerra,

pues se ignoró el papel protagónico de sus ciudadanos que no tuvieron acceso a una formación académica y tecnológica mínima que les permitiera construir una sociedad inclusiva. A lo anterior se sumó el divorcio del individuo con la naturaleza y la sobreexplotación de los recursos naturales.

Ahora mismo, aquí, hacemos diagnósticos sobre la crisis de nuestros vecinos, pero ignoramos deliberadamente que allá, el crecimiento económico minero ignoró al ciudadano, no lo vinculó al proceso productivo y lo convirtió en parásito de un modelo que creció sin generar inclusión.

@

CONSEJOS PARA LÍDERES

MAURICIO RODRÍGUEZ @liderazomr

"No sea prisionero de un error que cometió en el pasado, fue una lección, no una condena a cadena perpetua".

Mindset

Competidores y mercados

El mundo se integró en lo comercial desde el siglo XIX como consecuencia del abaratamiento de los costos de producción en los sistemas industriales y de la mayor eficiencia del transporte internacional. Sin embargo, la mayor integración, aún en proceso, es la social, cuyo desenlace es incierto. La mayor oportunidad para la especie está en la lucha contra el machismo, que inhibe el aprovechamiento pleno del talento de la mitad de la población mundial. Hay también grandes amenazas, entre las cuales se destaca el cultivo desbordado del ideal nacional, el religioso y el político, en desmedro de la tolerancia, la interacción constructiva entre grupos diversos y el respeto a los derechos básicos consagrados en los documentos fundacionales de los marcos jurídicos de la posguerra. Al producirse la caída del régimen comunista en Rusia y la liberación de sus satélites en Occidente se creyó que el futuro de la libre iniciativa estaba asegurado. Se olvidó que los mercados son imperfectos, los procesos económicos inciertos, y las



GUSTAVO MORENO MONTALVO
Consultor independiente
gustavomorenom@gmail.com

tecnologías fuentes de cambio en las posiciones relativas de los actores en competencia.

Los países como hoy existen no compiten. Por el contrario, compiten el capital, que trasciende las fronteras, el trabajo, con limitaciones para desbordarlas, por barreras culturales y por consideraciones de seguridad social que no se pueden desestimar, y las ciudades región, ámbito

de la vida cotidiana de las personas que estudian, trabajan y consumen con cierta vocación de compromiso con la respectiva comunidad. Las ciudades eficientes atraen la inversión del capital y, en la medida de lo posible, el trabajo, sobre todo el de altas calificaciones. Los países prestan servicios necesarios: proveen marco de referencia legal y judicial, seguridad frente a amenazas externas, moneda en la mayoría de los casos, infraestructura para vincular diversas comunidades entre sí, malla de protección social, bases institucionales para la educación y la recreación, y espacio para la deliberación más allá de lo local. Sin embargo, los retos de esta época parecen desbordarlos: muchos son demasiado frágiles para sobrevivir sin alianzas profundas, porque dependen de productos primarios, cuyos precios son volátiles. Además hay ciudades región prósperas en países con mayoría de población relativamente pobre, y ciudades pobres en países del primer mundo.

LOS MERCADOS HOY SON COMPLEJOS; REQUIEREN REGULACIÓN Y ÉTICA, PERO TAMBIÉN FLUIDEZ

La distribución óptima del ingreso en las actuales circunstancias no corresponde a situaciones de absoluta equidad, donde la burocratización tiende a imponerse, pero tampoco a desigualdades como la que está en ciernes en todo el mundo desde hace casi medio siglo, porque la propensión marginal al consumo es más alta en la base de la pirámide, de lo cual se desprende que también la mala distribución eventualmente perjudica las oportunidades de crecimiento del capital. Así las cosas, lo público debe impulsar cierta igualdad de oportunidades y mitigar el riesgo de la miseria y, con ella, la exclusión. Se requiere integrar países para capturar economías de escala, y aceptar que la tecnología conlleva la formación de oligopolios cuyas consecuencias potenciales deben ser motivo de atención. Los mercados hoy son complejos; requieren regulación y ética, pero también fluidez y espacio para la innovación. Solo pensar en grande puede salvar a la especie de los conflictos que hoy la agobian.