

Futuro del mercadeo

A pesar del repunte de la actividad mercadológica durante la naciente pospandemia, recientes análisis han dejado claro que los recortes que ha sufrido el mercadeo han ocasionado, entre otras cosas, que muchos ya hayan cambiado de trabajo y otros estén considerando hacerlo.

Además, algunos han puesto en tela de juicio la actividad del marketing por razones como la falta de lealtad de tantos clientes, el abuso de no pocos con las herramientas usadas, la invasión de la privacidad, y otra buena cantidad de razones dejando claro que aún está vigente el famoso escrito de Ted Levitt sobre "La Miopía del Marketing". Si por ello se ha de juzgar la efectividad y la importancia de los programas de acciones para generar y mantener mercados, tienen toda la razón quienes cuestionan lo que hacemos.



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

Podría decirse que hay de todo y en todo. El desarrollo del mercadeo en las organizaciones y en la sociedad pasa por seis etapas, y puede demorarse varios años, dependiendo de la cultura organizacional y del mercado en general, y en el caso colombiano, bajo circunstancias que podría decirse que no son normales y muy complicadas, es de esperarse que para algunas organizaciones y casos tome más tiempo.

Para completar, si damos una mirada a mercados como los de la política, las religiones, el deporte, la cultura, las ciencias de la salud, y muchos otros, podríamos decir sin lugar a equivocarnos, que la miopía del mercadeo ha hecho que la cultura mercadológica no ha sido desarrollada adecuada y efectivamente.

EL MERCADEO ES UN TRABAJO DE SERES HUMANOS CON SERES HUMANOS PARA SERES HUMANOS

Sus formadores, orientadores y dirigentes, en muchos casos porque no ha sido en todos, han tenido al mercadeo como una actividad secundaria, o en el mejor de los casos para vender productos y servicios, razón por la cual no han utilizado las herramientas de manera adecuada, o lo han hecho de manera muy equivocada; de ahí no puede darse nada diferente a mercados inestables, distorsionados y generadores de problemas, pues el cliente es considerado como generador de ingresos antes que como ser humano sostenedor de lo que se hace, a quien hay que formar en comportamientos, sean estos de consumo o de otra índole.

El mercadeo bien entendido y aplicado parte de la base de que es un trabajo de seres humanos con seres humanos para seres humanos, buscando siempre el mejoramiento del nivel de vida de sus grupos objetivo y de la sociedad en general, usando siempre y en todo momento los medios y las maneras de satisfacer al máximo las necesidades y los deseos de todos. Por ello, es bueno recordar la definición presentada por la *American Marketing Association* que dice que "Mercadeo es la actividad, el conjunto de iniciativas y procesos para crear, comunicar, suministrar e intercambiar ofertas de valor para y con clientes, consumidores, socios y la sociedad en general".

("Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large"), lo que implica que es una función de todos administrando relaciones de forma tal que se generen beneficios. Algo muy distinto a lo que muchos piensan, y que al analizarse en su verdadera dimensión, hace que el mercadeo sea, como dijo Peter Drucker, lo fundamental en las empresas en las circunstancias actuales.

¿Qué hay detrás del repunte del petróleo?



PASCAL ROHNER
Director de Inversiones
prohner@monocapital.com

En el mundo existen más de 150 tipos de crudo dependiendo de su pureza, calidad y uso que se les pueda dar. No obstante, las dos principales son las conocidas como WTI y Brent. Estos dos tipos son las referencias a nivel global ya que son crudos ligeros, poco densos y de alta calidad. Por lo tanto, su proceso de refinación es mucho más fácil comparado con otros tipos.

La referencia Brent se extrae principalmente de varios yacimientos de petróleo en el mar del norte, ubicado en el Océano Atlántico entre las costas de Noruega y Dinamarca. Aproximadamente 60% de los tipos de petróleo alrededor del mundo utilizan el Brent como su referencia en precio.

Por el otro lado, el WTI o West Texas Intermediate es extraído de Texas y el Sur de Oklahoma, en Estados Unidos y utilizado como referencia en varias partes de América, aunque principalmente alrededor del mismo EE.UU.

Más allá de la historia de estas referencias, lo más llamativo es que el petróleo ha sido un gran protagonista de los mercados en los últimos meses pues en apenas un año su entorno ha cambiado drásticamente, pasando de un deprimido estado hace un año por las cuarentenas impuestas con la llegada de la pandemia a un fuerte rebote alcanzando precios no vistos desde 2018, un giro de 180°. Incluso, su fuerte repunte también ha llevado a que la gasolina en EE.UU. -un buen referente- alcance su precio más alto en los últimos siete años.

En el corrido del año el petróleo Brent se ha valorizado 64% alcanzando un precio alrededor de US\$75, pero en abril del año pasado rondaba US\$20 por barril... mientras que la referencia WTI actualmente cotiza cerca a los US\$74 con una apreciación de 52% en lo corrido del año, pero en aquel peor momento de la pandemia (abril) llegó a negociarse incluso con un precio negativo como muestra del exceso de oferta y la ausencia de demanda.

Entonces, ¿qué hay detrás de este fuerte repunte?

Si en primer lugar, el petróleo sigue siendo el termómetro del mundo, es un fiel reflejo de su estado y crecimiento. Niveles altos señalan una economía por el camino de la expansión y viceversa.

Actualmente la reapertura económica y el mejor panorama frente a la pandemia a nivel global comparado con aquel oscuro marzo y abril de 2020 ha sido el principal catalizador, pues ese camino de recuperación ha llevado a una reactivación de la demanda la cual incluso ha retornado a un ritmo más acelerado que la misma producción de petróleo.

Es más, el banco de inversión *Goldman Sachs*, estima que en la segunda mitad del

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PETRÓLEO



Fuente: Bloomberg Gráfico: LR-GR

año la demanda por petróleo aumentará en 2,2 millones de barriles diarios (mbd) acumulando para final de 2021 un déficit de 5 mbd. En otras palabras, esperan que la demanda exceda considerablemente la oferta diaria de petróleo llevando a que el oro negro alcance los US\$80.

Esta ampliación del déficit o la brecha entre oferta y demanda es un claro impulso para los precios.

Adicionalmente, la ampliación del desbalance entre oferta y demanda es explicada en gran parte por una afectación a la producción de petróleo, las cuarentenas en 2020 llevaron a un ajuste obligado para las empresas productoras de petróleo donde uno de ellos fue la reducción del Capex o inversión destinada a exploración y producción, por lo tanto, la poca inversión del año pasado se refleja en una menor capacidad de producción para el 2021.

GRANDES CASAS DE INVERSIÓN ESPERAN QUE LA RACHA ALCISTA DEL PETRÓLEO SIGA

Sin embargo, la demanda también ha aportado su granito de arena ya que el proceso de reapertura económica impulsa a un mayor consumo de petróleo, pero quizá uno de los argumentos más llamativos podría ser el propuesto por el banco estadounidense, *Bank of America*, donde ellos esperan que el petróleo alcance US\$100 pues los hábitos de consumo también han cambiado. Aunque las personas puedan trabajar desde casa o prácticamente desde cualquier lugar, utilizan su auto durante el día para movilizarse y en especial, con el fin de evitar contacto con las personas, prefieren moverse en autos privados.

Por otra parte, otro importante catalizador ha sido el papel de la *Organización de Países Exportadores de Petróleo (Opep)* y sus aliados (*Opep+*). En abril de 2020, el cartel acordó un recorte histórico de producción, 9,7 mbd salieron del mercado desde entonces, ayudando al mercado del oro negro. Con el aumento de pre-

cios, el mercado espera que los recortes se reversion gradualmente, sin embargo, contrario a esta expectativa, el lunes se conoció que el cartel no llegó a ningún acuerdo de aumento de producción ya que Emiratos Árabes Unidos quería que se le permitiera aumentar mucho más la producción, pero Arabia Saudita se opuso, terminando este capítulo sin acuerdo y dejando al mercado de petróleo con un déficit que se acentuará.

Así también lo refleja la curva de futuros de petróleo la cual se encuentra en un estado conocido como *backwardation*, esto simplemente es que el precio actual del petróleo es mucho mayor al precio que se negociaría esta misma materia prima con entrega a un plazo mayor.

Esto sucede normalmente en el mercado de materias primas porque se genera una escasez de oferta del producto que finalmente impulsa el precio actual o spot al alza, pero que se espera que con el tiempo se normalice, aunque puede tardar. No obstante, lo más importante es que la curva se utiliza como un indicador de sentimiento de mercado, por lo tanto, en este momento refleja es un mercado muy alcista en el petróleo.

Finalmente, otro factor que juega a favor de precios más altos son las políticas de energías limpias donde la transición podría impulsar a los grandes productores a disminuir sus presupuestos de inversión a largo plazo en los sectores de extracción bajo el panorama de un mundo más verde limitado la oferta.

Por estas razones grandes casas de inversión esperan que la racha alcista del petróleo continúe en los próximos meses, sus consecuencias sin duda alguna podría ser más inflación y un golpe en el consumo que finalmente pueda opacar el crecimiento global, pero aún no se está en este punto. Por el momento la tendencia parece sostenible, pero si la economía se enfria y los choques de oferta se disipan esto podría cambiar, algo a observar hacia finales del próximo año.

Con colaboración de Diego Fernando Agudelo López