

Más miopía de mercadeo

Desde la publicación de Ted Levitt sobre la miopía del marketing hace más de medio siglo, se ha notado lo que decía el gurú. Y en muchos casos hasta pareciera que es ceguera, haciendo que desde hace unos años se hable de una nueva clase de miopía mercadológica.

Craig Smith, Minette E. Drumwright y Mary C. Gentile hablaron sobre el tema hace unos diez años, llamando la atención sobre el particular, recordando que si bien Levitt insistía sobre la importancia de centrar las actividades en los



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

deseos y necesidades de los clientes, no se podían descuidar los demás integrantes del mercado para la toma de decisiones, ni desconocer los grandes cambios que siempre están ocurriendo en la sociedad; no solo a medida que se van produciendo los naturales relevos generacionales sino por las circunstancias que presenta la evolución en todos los campos.

Como el mismo Levitt comentó, es necesario tener en cuenta lo que hacen los competidores y hasta a quienes no hacen parte de los grupos objetivo, debido a que todos "sufren o se benefician" como consecuencia de las decisiones y acciones, puesto que todo lo que una organización hace afecta a toda la sociedad, aunque a unos más que a otros.

Por lo anterior, la oferta debe partir del análisis de aspectos y variables que hacen necesaria, la interdisciplinaria. Por esa nueva miopía que se aprecia, muchos académicos y mercadólogos han tratado la acción formadora y sostene-

EL MERCADEO NO ESTÁ MUERTO, SE HAN REDUCIDO LAS MASAS QUE CONFORMAN LOS GRUPOS OBJETIVO

dora de mercados de varias formas, haciendo pensar que existen diferentes clases de mercadeo, ocasionando confusiones y visiones reduccionistas, llegando incluso a decir que el mercadeo tradicional está muriendo (y hasta lo han matado), y que ha sido sustituido por el mundo digital; pero la realidad es que ni está muerto ni moribundo, sino que se han reducido las masas que conforman los grupos objetivo de las organizaciones y se han aumentado las formas de estar en contacto con los mercados y la competencia, por decir lo menos.

Para corregir esa miopía se debe partir de la base de trabajar teniendo en cuenta a todos los integrantes del mercado y las herramientas y alternativas con las que se cuenta, por lo que se necesita una consideración y participación mayor de todos, haciendo del marketing una verdadera función organizacional, como predica la AMA, para buscar, cada vez, un mayor beneficio por medio de la creación, comunicación e intercambio de ofertas de valor para la sociedad en general. Ello significa que el trabajo mercadológico actual requiere de una alta dosis de interdisciplinaria para que pueda desarrollarse un verdadero y efectivo trabajo formativo de gustos, comportamientos, hábitos de compra y consumo, conocimiento básico de la oferta y sus diferentes componentes, etc.

Lo anterior tiene que entenderse en su dimensión real: aplicable en todos los casos y no solo para lo relacionado con comercio y consumo, que ha hecho que las religiones, la política, la salud, y muchos otros, no lo consideren como fundamental, a pesar de estar en un mundo de competencia, con mercados cada día más conedores y exigentes que reclaman un mejor trato y procesos que conduzcan a lograr mejoramiento continuo. Es imperativo un verdadero y efectivo mercadeo, participativo, con visión de futuro, para lograr los fines que verdadera, objetiva y realmente se persiguen: mercados bien formados, estables y un nivel de vida cada día mejor para todos.



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

China está ante una gran encrucijada: una gran demanda de energía, al tiempo que las restricciones medioambientales impuestas, afectando la producción de carbón y al consumo del mismo, para cumplir con la meta de descarbonización, alineada con el Acuerdo de París, son señales contradictorias que entran en un conflicto no resuelto.

A la encrucijada de China, que está afectando y de qué manera la cadena de suministros a nivel mundial, que es de por sí motivo de gran preocupación, se viene a sumar un alza sincronizada de los precios de todas las materias primas en los mercados internacionales, empezando por el petróleo y el gas natural. Mientras el primero ha tenido un incremento del 70% en los últimos doce meses, el segundo ha experimentado un alza del 300% (!).

El aumento del precio del crudo es atribuible a múltiples causas, pero se debe especialmente a la decisión de la Opep+ de incrementar su oferta a cuenta gotas, en un momento en el que el repunte de la economía más lo demanda. A ello se ha venido a sumar el cuello de botella que afronta la infraestructura petrolera de los EE.UU., así como la caída de sus inventarios. Por su parte el aumento de los precios del gas natural obedece a una baja en la producción, en parte debido a la caída de las reservas, a conflictos geoestratégicos en los que Rusia tiene un papel protagónico, y a una mayor demanda de Asia. Y las perspectivas de precios para estos dos hidrocarburos no son alentadoras, habida cuenta de la proximidad del otoño y el invierno en los países desarrollados. Quien a esta hora debe estarse frotando las manos de la dicha es Putin, pues Rusia está sacando provecho por partida doble en este escenario de mercados caóticos y de aumento vertiginoso de los precios del petróleo y del gas natural.

Podríamos concluir con el Director ejecutivo del Comité de acero de la Andi, David Barrios, quien refiriéndose al mercado del acero hizo una aseveración que se puede hacer extensiva a los productos básicos, que "hay una relación inversa en lo que es la producción e inventarios, de tal manera que no hay suficiente producto que permita satisfacer la demanda global y local".

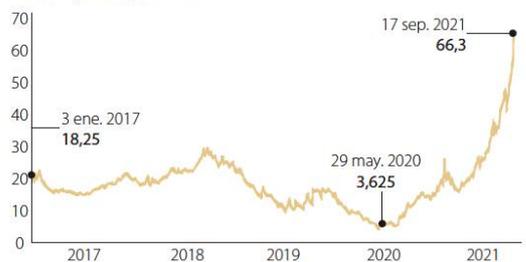
Además, para terminar de configurar la tormenta perfecta, resulta que, a consecuencia de la pandemia y la recesión

La tormenta perfecta

EL PRECIO DEL GAS, EN ASCENSO IMPARABLE

Los futuros de gas natural para octubre de 2021

Transfer Facility (TTF) holandés, principal referencia para el mercado gasista de Europa
En euros por megavatio hora



Fuente: Bloomberg

Gráfico: LR-LM

económica que provocó, los grandes puertos chinos se vieron atiborrados de contenedores y no hay suficientes buques disponibles para acelerar el transporte con destino a Europa y EE.UU. A consecuencia de este atasco, los fletes marítimos se han incrementado en más del 500%. A guisa de ejemplo, el transporte de un contenedor de 40 pies desde China a Panamá que antes costaba US\$3.000, ahora está costando US\$15.000.

Es en la Unión Europea en donde primero y con mayor fuerza se están sintiendo estos sobresaltos, los cuales terminarán por afectar también a EE.UU. y Latinoamérica, amenazando con una hiperinflación global y con la ralentización de la reactivación económica. A Europa, particularmente, la sorprende en medio de un estrés energético sin antecedentes recientes.

COLOMBIA DEBE TOMAR ATENTA NOTA DEL ESTRÉS ENERGÉTICO QUE VIVE EUROPA

La situación ha llegado a tal extremo que el asesor del Departamento de Estado de EE.UU. para la seguridad energética, Amos Hochstein, manifestó que "si el invierno es realmente frío, mi preocupación es que no tendremos gas para el uso para el calentamiento en partes de Europa", y añadió "no solo será un valor recesivo, sino que afectará la capacidad de proporcionar gas para calefacción. Toca la vida de todos". Y ello ocurre en momentos en los que se registran nuevos récords en el uso de combustibles para calefacción y generación de energía, a despecho del compromiso y las acciones emprendidas por la Unión Europea de "desengancharse" de los combustibles de origen fósil, como se lo propone la Ley de cambio climático de España.

Este ha sido un duro revés para la transición energética y la promoción e impulso de las fuentes no convencionales de energías renovables (FNCER) en Europa entera, ya que su limitado avance ha empujado a

las empresas generadoras de electricidad a apelar a la generación térmica y al mayor uso de combustibles de origen fósil, derivados del petróleo, gas natural y el abominable carbón térmico, todos además con sus precios por las nubes. Esta tendencia se acentuó a raíz de la ausencia de vientos en Europa en esta temporada y por los preparativos para enfrentar el invierno, que ya está a la vuelta de la esquina. Ello retrasa y entorpece la marcha de la transición energética, ahora en pausa.

En tales circunstancias, los europeos han empezado a pagar tarifas de electricidad y gas altas y lo serán más en los próximos meses. Todos los gobiernos de los países que integran la Unión Europea se han visto sorprendidos por el brusco encarecimiento de los energéticos. Por su parte, los generadores no han podido encajar el golpe que les significa, lo que ellos llaman el "hachazo" sobre sus ingresos en los contratos a largo plazo a precio fijo firmados con sus clientes. De hecho, los precios de la energía eléctrica en el mercado mayorista en España, por ejemplo, se han duplicado con creces en lo que va corrido del 2021.

Lo acaecido en Europa se repite el Reino Unido, que recién se retiró de la UE, en donde la espiral alcista de los precios de la energía obligó a varias plantas productoras de fertilizantes y acerías a paralizar sus actividades. Son millones los hogares en Inglaterra, Gales y Escocia que recibieron asombrados las facturas de la electricidad con aumentos del 12%, el máximo permitido por la regulación.

Lo que pone de manifiesto el estrés energético europeo es la importancia de la complementariedad e interdependencia que debe existir entre las fuentes convencionales y las no convencionales de generación, las cuales se deben respaldar mutuamente, única forma de garantizar una matriz energética robusta, diversificada y resiliente frente al cambio climático. Colombia debe tomar atenta nota de ello.