

Marketing y experiencias

Desde 1999, cuando Bernd Schmitt escribió los libros sobre el mercadeo experiencial, comenzó a hablarse con insistencia sobre la importancia que en el proceso logístico de formar y mantener clientes tiene la generación de situaciones memorables y positivas, es decir, del manejo de las experiencias. Como ha ocurrido con tantas cosas, la pandemia ha despertado el uso de esas experiencias que se viven y hacen vivir al cliente (mercado), y no pocas personas del marketing lo han tomado como



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

caballito de batalla. La emoción y la razón siempre estarán combinadas, algunas veces aquellas más fuertes que éstas, y en ocasiones, al contrario, dependiendo ello de la circunstancialidad o momentos que las partes viven, siendo hoy más importante que antes, por aquello de la comoditización o igualdad que se da en el mundo entero, en todos los campos.

En el proceso de vivir y hacer vivir experiencias positivas memorables, deben considerarse algunos aspectos que son fundamentales:

Acciones y mensajes que hagan que la gente piense, que medite, que no sean simples receptores sino que se conviertan en verdaderos receptores/perceptores activos partiendo del principio de que todo y todos comunican y no se puede no comunicar.

Es muy importante entender que de acuerdo con lo anterior, deben considerarse y valorarse los aspectos psicológicos, como los colores, los símbolos, los aromas, las formas, el tipo de letras, el vocabulario y el léxico entre otros. No puede pasarse por alto lo que se relaciona con la cultura y las tradiciones, e igualmente importante las variables que el mercado valora, para lo cual los mapas perceptuales son una gran herramienta.

LAS RELACIONES SE BASAN Y SOSTIENEN POR MEDIO DE CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIAS

Existen elementos que son generadores de estados de ánimo del mercado como la música, la comida, el deporte, y hasta la música, etc., que son de gran valía cuando de generar experiencias se trata. Un tinto o un vaso de agua en el momento indicado son ejemplo diario de ello.

La acción que debe desarrollar el mercado, sumada a la del personal de la organización, es un aspecto básico de la generación de experiencias. Por ello es indispensable entender que el marketing tiene como una de las funciones más importantes en la actualidad el simplificar las cosas en lugar de complicarlas. La desconfianza manifiesta es una actividad que se puede vivir diariamente en casi todos los sitios en los que existe interacción entre un cliente y una organización, sea cual sea su naturaleza.

Como bien se expresa en la definición moderna del marketing, el relacionamiento es un aspecto fundamental en el proceso, el cual debe iniciarse desde el primer contacto, cuando se considera que la persona puede convertirse en un buen cliente. Las relaciones se basan y sostienen por medio de conocimiento y experiencias, que a su vez tienen en las comunicaciones una base sólida para lograr una lealtad o fidelidad que tanto preocupa a gerentes de marketing y a las directivas en general. Y las relaciones son de doble vía, lo cual mucho se ha descuidado.

Es pues una realidad del mercadeo actual que las experiencias son un elemento fundamental del marketing práctico que tiene que trabajarse en un mercado de alta competencia, globalizado, en crisis casi que permanente. Pero hay que generar esas experiencias, y hacerlo bien para lograr la sostenibilidad que hoy se requiere.

El lío de monómeros



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

Se ha armado un lío de padre y señor mío, a raíz de la decisión de la Superintendencia de Sociedades de asumir el control de la empresa Monómeros colombiano venezolano S. A para, supuestamente, “subsana una situación crítica” de la misma, la cual podría llevarla a la iliquidez, a la insolvencia y a la imposibilidad de “seguir desarrollando su operación normal” y según la misma “se presume que entraría a incumplir con los pagos de sus obligaciones”.

Vale la pena recordar, como antecedente, que tal como lo registró en un Editorial de *El Heraldo* de Barranquilla, en el año 2005 la empresa había alcanzado “uno de los mejores balances. Sus ganancias registraron un récord en toda su historia”. Y justamente, después de conocerse semejante balance, el gobierno colombiano, decidió vender su participación accionaria en la empresa. Como se dice coloquialmente, ya que esta fiesta está tan buena, vámonos para otra.

En efecto, en el afán privatizador de los activos y participaciones en empresas del Estado, inspirado en el credo neoliberal, se le ofreció al entonces Presidente Hugo Chávez, cuando todavía la relación entre los dos países estaba en los gozosos, que ejerciera el derecho de preferencia para la adquisición de las acciones de *Ecopetrol* y del *IFI*, a través de la estatal venezolana *Pequiven*, ya que era su decisión venderlas, proceso este que se finiquitó en 2006.

La intervención por parte de la Superintendencia a *Monómeros* estuvo antecedida de varios hechos que la tornan más compleja e impredecible las consecuencias que se pueden derivar de la misma. Como se recordará, el 23 de febrero de 2019 Nicolás Maduro rompió sus relaciones con el Estado colombiano. En tales circunstancias y amparado en el reconocimiento que le dispuso el gobierno colombiano y protegido por el mismo, Juan Guaidó, en desarrollo de su estrategia “Plan país” para “recuperar activos venezolanos”, tomó por asalto la Junta directiva de *Monómeros*, removieron al Gerente.

Con la llegada de Joe Biden a la Casa Blanca el escenario es otro y la estrategia para poner fin al régimen dictatorial de Maduro por parte de la oposición venezolana también es otro, ya que, como lo sostiene el investigador del Observatorio de Venezuela de la Universidad del Rosario, “la estrategia del cerco diplomático y el gobier-

COMPAÑÍAS DEL SECTOR



no de transición falló”. Así de claro!

La oposición venezolana al gobierno de Maduro pasó de la confrontación al diálogo y están sentados frente a frente en Ciudad de México desde el 13 de agosto, cuando fue instalada la Mesa de negociación. Y justamente cuando uno de los puntos acordados es el “necesidad” del “rescate” de los activos congelados en el exterior, se apresuró la Superintendencia a dar este paso en falso que compromete seriamente la tan cacareada “confianza inversionista”, al sentar un funesto precedente de cara hacia el futuro.

Este tropel, que involucra a los dos países pone de manifiesto los errores del pasado, cuando en el afán de salir de las empresas del Estado con el socorrido argumento de que es un mal administrador y los privados lo pueden hacer mejor, no se midieron las consecuencias de vender la participación de la Nación en un activo tan estratégico como lo era y lo sigue siendo *Monómeros*. Este fue un error histórico garrafal, que le puede salir caro al país.

EL GOBIERNO, CON ESTA MEDIDA, SE ESTÁ DISPARANDO UN TIRO EN EL PIE

Con su actuación la Superintendencia de Sociedades ha puesto en riesgo la estabilidad de la empresa, abocándola a una virtual parálisis y a una eventual quiebra, pues las entidades de crédito, sus proveedores y clientes están tomando distancia de ella en previsión de que puedan llegar a materializarse los malos augurios de la Superintendencia. Este puede llegar a ser un caso de una profecía autocumplida. Contrasta esta actitud de parte del gobierno con respecto a *Monómeros* con la política de mano tendida para salvar a las empresas y de paso proteger el empleo y sobre todo va a contrapelo de su apuesta por la reactivación de la economía. El gobierno, con esta medida, se está disparando un tiro en el pie!

Es tan desafortunada esta intervención por parte de la Superintendencia, que logró el milagro de poner de acuerdo a Maduro y Guaidó en el reproche a dicho procedimiento. Mientras el primero, en una de sus acostumbradas diatribas, denunció el “allanamiento de la empresa” y calificó como “un robo” de la empresa la medida tomada, la Asamblea Nacional que preside Guaidó se pronunció y en una misiva dirigida al Presidente Duque afirma que “estas circunstancias han empezado a allanar el camino para que algunos grupos económicos intenten apoderarse” de la empresa. Hablan, además de “un plan de un grupo de personas y empresas para una toma hostil de *Monómeros*”, mediante “una estrategia deliberada para deteriorar su flujo financiero”.

Lo que está en juego no es asunto de poca monta. *Monómeros*, hoy por hoy, esta lista entre las 100 empresas más grandes en Colombia, es considerada la octava empresa más grande en la región Caribe colombiana en términos de ingresos, diecisiete en ventas y la dieciocho por sus utilidades. Genera 700 empleos directos, mil indirectos y de su operación dependen más de 15.000 empleos de toda su cadena de valor. Abastece el 46% del mercado nacional de fertilizantes y exporta unas 300.000 toneladas a países del Caribe y Centroamérica.

Entre fertilizantes, fosfatos de calcio para la alimentación animal y productos químicos, está llegando a un conglomerado de más de 3 millones de agricultores del país. Lo más preocupante es que con estos desvaríos la seguridad y la soberanía agroalimentaria del país queda en un grave predicamento. Este no es un asunto de poca monta y se le debe prestar la mayor atención, la que amerita. En este sentido, nos parece que bien vale la pena que el Gobierno le permita a la empresa, como lo ha solicitado formalmente, acogerse al Plan de salvamento propuesto de conformidad con el Decreto 560 de 2020.