

Mercadeo práctico: principios (1)

Los libros de mercadeo presentan una fundamentación básica para poner en práctica lo que se dice acerca de cómo generar y mantener mercados en cualesquiera circunstancias, y los mercadólogos deben interpretar cómo desarrollar el trabajo para que sea verdaderamente efectivo y de beneficio para todos, sin excepción. Pero existen muchos principios que se han



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

convertido en base de la práctica y la logística mercadológica, que hay que tener en cuenta cuando se trata de planificar las acciones que se han de ejecutar. Como todo parece indicar que se vislumbra algo de luz al final del túnel en el que hemos estado durante más de un año, tratamos de recopilar una vez más esos principios del mercadeo práctico, que enunciamos para su análisis sin orden de importancia ni de aplicación.

- No se puede ser todo para todos. Es imposible.
- No existe producto perfecto, como tampoco producto que no genere beneficios.
- Mucho no es más y más no es mejor.
- Nunca se llega al final; solamente se ganan etapas.
- El primer lugar o liderazgo no es eterno.
- Todo y todos comunican. No se puede no comunicar.
- El precio y su presentación, “hablan”.
- La calidad es altamente subjetiva, en todos los casos.
- El servicio al cliente tiene una alta dosis de circunstancialidad.
- El mercadeo es la entrega de un nivel de vida, que todos los días debe ser mejor.

LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DE MERCADEO NO PUEDEN UTILIZARSE PARA CANSAR

- Las circunstancias de los mercados cada vez llaman más a lo simple; ello (lo simple) es lo más poderoso para los seres humanos.
- Los mercados son personas humanas.
- Los elementos de la comunicación de mercadeo (publicidad, propaganda, promociones, fuerza de ventas, papelería, ferias y eventos, etc.), no pueden utilizarse para cansar ni para promover lo que no se puede cumplir.
- Hay que conocer el mercado para determinar la oferta.
- El mercadeo no es milagroso.
- Es mejor ser el primero, con lo correcto, que el mejor.
- La mente no maneja sino un máximo de cuatro alternativas.
- Las mentiras y las promesas incumplidas tienen un efecto “boomerang”.
- Hay que tener mucho cuidado con las extensiones de línea.
- Los efectos del mercadeo son a largo plazo. Las excepciones son muy pocas y se deben a circunstancias y variables externas que no se pueden controlar.
- Si no hay capital, las ideas no serán realidad.
- La percepción es la realidad que gobierna en cada cliente y prospecto. La percepción es la realidad para el mercado.
- La fidelidad del cliente se gana, no se puede comprar; y depende del proceso de relacionamiento, del conocimiento mutuo que se tenga.
- Los planes de mercadeo son guías, no camisas de fuerza.
- Hay que promocionar, promocionar, promocionar.
- La comunicación no se puede suspender. El ser humano las necesita para mantener el estado motivacional y el interés en las personas y en las cosas.

Una profecía autocumplida



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

Se entiene por profecía autocumplida la previsión o predicción que termina por convertirse por sí misma en la causa eficiente de su materialización. En ello juega un

papel de la mayor importancia la percepción de los agentes de la economía, que es la que en última instancia determina su comportamiento. Este es el caso de la pérdida reciente de la calificación inversionista de la deuda soberana de Colombia.

Como antecedente es importante advertir que la calificación de la deuda se venía degradando mucho antes de que la economía y las finanzas del Estado entraran en barrena a consecuencia de la crisis pandémica. Colombia, después de sortear con éxito la década perdida de los años 80 y salir indemne de la misma, tuvo un traspase en 1999 que se tradujo en una contracción de la economía de 4,5%. Ello le valió la pérdida de la calificación inversionista de su deuda, que solo pudo recuperar 12 años después, en 2011.

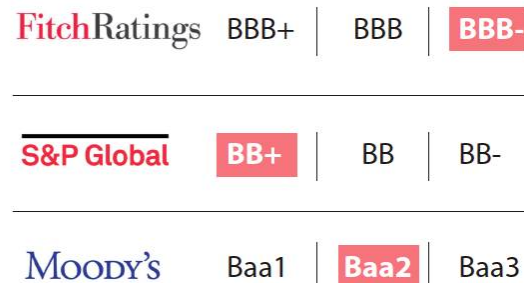
Standard & Poor's (S&P), ya en 2017, le había bajado dicha calificación desde BBB a BBB-, finalizando el año 2018, al tiempo que ratificó su calificación en BBB- con perspectiva estable, al borde del grado especulativo, alertó que podría “degradar a Colombia en los próximos uno o dos años si nuestras proyectadas mejoras en su perfil externo, particularmente su apretado balance de deuda externa neta se estanca o da marcha atrás”.

En marzo de 2020 *S&P*, aunque mantuvo la calificación anterior, varió la perspectiva desde estable hasta negativa de la deuda soberana de la Nación, aduciendo “la combinación de conmociones derivadas de la fuerte caída en el precio del petróleo y los esfuerzos para combatir la pandemia de coronavirus”. Estábamos, entonces, advertidos de factores estructurales de vulnerabilidad ligados a la excesiva dependencia de la economía de la actividad extractiva del petróleo y el carbón, los cuales conspiraban contra la sostenibilidad fiscal.

Así lo reconoció el *Ministerio de Hacienda* para justificar el fallido proyecto de reforma tributaria, al dejar claramente establecido que “la volatilidad en los precios del petróleo y su impacto en los ingresos petroleros, está inversamente correlacionado con el costo de financiamiento de la nación”.

Lo anterior, debido al “riesgo de default (cesación de pagos) al estar la Nación

CALIFICACIÓN DE COLOMBIA EN EL MERCADO



Fuente: Sondeo LR

Gráfico: LR-GR

expuesta al riesgo ocasionado por menores precios del petróleo”.

Cuando se precipitó la pandemia, la calificación de la deuda soberana estaba a un solo escalón de perder la calificación inversionista y, como se recordará, en el primer trimestre de 2020 Colombia tuvo un choque externo muy fuerte con el desplome de los precios del petróleo y del carbón, configurándose así la tormenta perfecta. No obstante, la autocomplacencia del ministro lo llevó a afirmar que por primera vez en Colombia se registraba un superávit primario de 0,6% del PIB para 2019. Pero el escepticismo de las firmas calificadoras de riesgo en torno a las cifras oficiales era cada vez mayor.

LA CALIFICACIÓN DE LA DEUDA SE VENÍA DEGRADANDO ANTES DE LA CRISIS

Otro factor que contribuyó a la baja de la calificación de la deuda soberana fue el ascenso vertiginoso de la deuda, que pasó de representar 44,9% en 2017 a 47,2% en 2018, cerró 2019 en 52,3%, elevándose posteriormente a 61%, y se proyecta que puede llegar a 70% en 2021(!).

Desde luego, a consecuencia de la crisis pandémica el déficit fiscal pasó de 2,5% en 2019 a 7,8% en 2020 y se proyecta en 8,1% para 2021. Como la pandemia se ha convertido en el muro de las lamentaciones, el Gobierno le atribuye toda la responsabilidad del desbarajuste fiscal, en momentos en los que la pérdida de la calificación inversionista de la deuda soberana se había convertido en una especie de espada de Damocles que pendía sobre la misma.

El exministro Carrasquilla, en su afán de forzar el trámite por parte del *Congreso de la República* del fallido proyecto de reforma tributaria, a riesgo de perder la calificación inversionista si no la aprobaban, fue más lejos al afirmar que el Gobierno tenía caja sólo “para unas seis o siete semanas y

por lo tanto, tenemos que estar constantemente en el mercado buscando recursos” de crédito. Según el exministro Carrasquilla, “lo peor que nos podría pasar como país sería una segunda oleada” de la pandemia y estamos en la meta de la tercera.

Así las cosas no era de extrañar que las firmas calificadoras de riesgo, que se han arrogado, con el consentimiento de las autoridades económicas, la facultad de calificar y descalificar la deuda soberana del país, volvieran a revisar a la baja dicha calificación, como lo acaba de hacer *S&P*. Esta redujo la calificación desde BBB- con perspectiva negativa a BB+ con perspectiva estable, de inversionista a especulativa. Utilizando el argot futbolístico, jello es tanto como si un equipo profesional descendiera de la categoría A para jugar en la categoría B!

Así no compartamos el odioso papel de cancerberos del gran capital que cumplen las calificadoras de riesgo, así como la oportunidad de bajar la nota por parte de *S&P*, lo cierto es que la nota asignada por ellos a la deuda soberana envía un mensaje del cual toman nota los inversionistas y los fondos de inversión, especialmente los extranjeros, con la consiguiente mayor depreciación del peso frente al dólar, amén del mayor costo de la deuda pública.

En la práctica ello se traducirá en una mayor spread de la deuda, en un aumento en la prima de riesgo país y más altas tasas de interés a pagar por entrar a la categoría denominada irónicamente de “alto rendimiento”. Ello, además, provocará una estampida de las inversiones, especialmente las de portafolio, dado que a muchos fondos de inversión les está vedado invertir en países que no gocen de la calificación inversionista, debido a la percepción de un mayor riesgo país. Indudablemente este es un duro golpe a la economía y a las finanzas públicas, convirtiéndose además en un freno al proceso de recuperación y de reactivación.