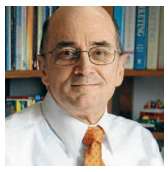
Refrescando el marketing

Como dijo el padre del marketing moderno **Philip Kotler:** "La buena noticia es que el marketing lleva un día para aprender. ¡La mala noticia es que lleva toda una vida dominarlo!" Por lo tanto, comprender qué es, no es tan complicado, pero aplicarlo de manera adecuada y efectiva es difícil, porque no hay fórmulas y no se puede garantizar ningún resultado. Es una actividad que depende de gran número de variables exógenas y del comportamiento humano; es un proceso eterno de relación, estimulación, educación, conocimiento mutuo, mantenimiento de intereses, bloqueos, etc. Pero, las fórmulas no existen, excepto para medir ciertos indicadores de rendimiento de la inversión y similares.



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

Se han escrito muchos libros sobre cómo lograr más y las experiencias de aquellos que han sufrido fracasos y logrado el éxito con las diferentes aplicaciones. Sin embargo, estos son simplemente ilustrativos y anecdóticos, dado que nada se puede replicar como tal, ya que no son los mismos mercados ni las mismas condiciones. Son casos de estudio que deben analizarse de acuerdo con la realidad de cada caso en función de situación y circunstancias específicas.

En este tiempo de incertidumbre, es complicado hasta pensar sobre el futuro, por lo que es necesario considerar una serie de elementos tanto de marketing práctico como académico. ¿Cómo, por ejemplo, esperar que los clientes no se pierdan? En muchos documentos se habla de planes de lealtad, algo que se aplica principalmente a los clientes existentes, porque son conocidos (supuestamente) y no implicarían mucho riesgo. Pero tradicionalmente cuando se trata de prospectos, se dice que la acción se debe centrar en comunicaciones para generar un conocimiento mutuo.

EL MARKETING DEBE APLICARSE DE MANERA DIFERENTE DEPENDIENDO DEL MERCADO OBJETIVO

Dicho esto, las ofertas deben crearse con base en el hecho de que todas no son iguales y las personas (mercados) no tienen las mismas necesidades o deseos, ni es lo mismo cuando se trata con los mercados de consumo e industriales que cuando hay que diseñar y aplicar técnicas de comercialización para mercados diferentes por ubicación, cultura y otros. Los aspectos culturales y legales, por ejemplo, hoy más que nunca por las circunstancias que vivimos y viviremos después de este confinamiento, también son un elemento fundamental a tener en cuenta a la hora de tomar decisiones.

El marketing debe aplicarse de manera diferente dependiendo del mercado objetivo y las capacidades y herramientas con que se cuenta, siendo realistas y conscientes de que el mundo va a cambiar radicalmente cuando se supere este tiempo, entendiendo además, que puede darse el caso de reapertura, pero con la posibilidad de volver a lo que hoy estamos viviendo. Quizá, debería hablarse más bien de planeación a corto plazo, con objetivos a largo plazo, y que para todos los mercados, como religión, política, deportes, comportamiento social, etc., también existe y necesitan el marketing.

Como se ha dicho durante mucho tiempo, pero rara vez se practica, la realidad nos ha enseñado que solo hay una fórmula verdadera y aplicable en todos los casos: los mercados son seres humanos y deben ser tratados como tales.

Actualizando una vez más la definición de la American Marketing Association: "El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general".

Se hunde el precio del petróleo



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

El pasado 9 de abril, por fin, tuvo lugar la tan anunciada cumbre virtual de la *Organización de Países Exportadores de Petróleo (Opep)*, liderada por Arabia Saudita, que junto con sus trece aliados encabezados por Rusia aglutinan una treintena de países productores, identificados como la *Opep+*. Se trataba de deshacer los pasos de la confrontación a la que había conducido el desencuentro entre Arabia Saudita y Rusia, que había provocado una guerra de precios que los había llevado a mínimos históricos de US$22,71 el barril de la referencia Brent el 31 de marzo, su más baja cotización desde noviembre de 2002, un descenso del 69% en los últimos 12 meses.

Pero esta no fue la única causa de la destorcida de los precios del crudo, sino que la trifulca entre la *Opep* y Rusia se vino a sumar a la menor demanda de crudo a consecuencia del freno al crecimiento de la economía global que se derivó de las medidas draconianas que tuvieron que tomar los países para enfrentar la pandemia del covid-19. Tanto más en cuanto que las previsiones sobre el crecimiento de la economía global en lo que resta de este año y el entrante son muy pesimistas; lo ha dicho la directora del *FMI*, **Kristalina Georgieva**, "hemos entrado en una recesión igual o peor que la del 2009"

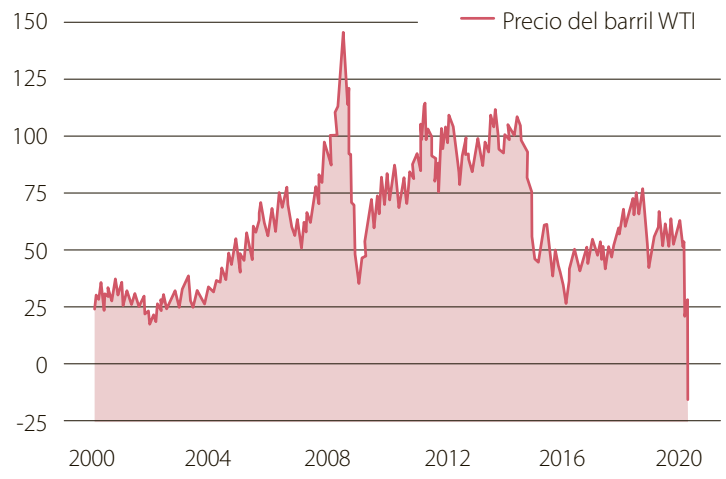
En un hecho sin precedentes, el precio del petróleo intermedio de Texas (WTI, por sus siglas en inglés) se hundió hasta situarse por debajo de su piso, cotizándose a -US$37,63, experimentando una caída de US$55,90 con respecto a su cotización el pasado viernes.

El acuerdo alcanzado llegó tarde, porque la guerra de precios declarada entre la *Opep* y Rusia, tras la ruptura del Pacto de cuotas contraído con antelación, había dado lugar a una inundación del mercado de crudo.

Como era de preverse, a pesar de retirar del mercado a partir del mes de mayo 10 millones de barriles/día, que podrían llegar a ser 20 millones de barriles/día si sumamos lo que restan Venezuela, Irán y Libia, más lo que por la inercia de los precios está dejando de exportar EE.UU., cuya oferta en un 52% depende del fracking, los precios no iban a detener su curso hacia abajo marcado por los fundamentales del mercado.

En efecto, el año anterior el cartel de la *Opep+* había logrado sostener artificialmente los precios del petróleo de la referencia Brent hasta cerrar el año alrededor de los US$64 el barril, mediante un recorte de su oferta. Pero, ahora el escenario es otro, la virtual parálisis del aparato productivo a nivel global, a consecuencia del confinamiento dispuesto por las autoridades para contener la pandemia del covid-19 ha reducido la demanda en 30 millones de barriles/día, razón por la cual después de haber acordado restringir la oferta los precios en lugar de subir bajaron.

EL PRECIO DEL PETRÓLEO DE EE.UU. COTIZA EN NEGATIVO



Fuente: Bloomberg Gráfico: LR-GR

EL PRODUCTOR LE PAGA A SUS CLIENTES PARA QUE RETIREN EL CRUDO DESDE SUS CAMPOS

Pero, lo acaecido con los precios del crudo de la referencia WTI no tiene antecedentes ni parangón en la historia de la industria del petróleo, por primera vez desde que se llevan registros los productores han terminado pagándole a sus clientes para que retiren el petróleo. Son varias las razones que explican tan inusitado escenario. En primer lugar la sobreoferta persiste, en segundo término el anuncio del *FMI* de su previsión de una recesión de la economía global este año del 3% desalienta aún más la demanda, los depósitos en tierra y mar de crudo están rebosados y los contratos de futuro de WTI que sirven de referencia para la formación del precio del Texas vencían esta semana para entrega en mayo.

A diferencia del crudo de referencia Brent, que "solo" había bajado hasta los US$25,59, el desplome del WTI lo precipitó el rebosamiento de la capacidad del terminal de Cushing (Oklahoma, sur de EE.UU.), enclave considerado como el cruce de oleoductos del mundo, que constituye el principal centro de acopio de crudo, que no da abasto para almacenarlo. Según la *Agencia Internacional de Energía (AIE)* el Medio Oriente, lo mismo que Europa, tienen limitaciones de almacenamiento de crudos, pero todavía tienen margen de maniobra.

Por lo demás, el vencimiento de los contratos a futuro del Brent solo vencen en junio, cuando se espera que el desacople entre la oferta y la demanda sea menor. A pesar de todo, el precio del crudo WTI arrastró en su caída al precio del Brent, el cual cayó hasta los US$20,36 el barril, su más bajo precio desde 2001; pero, de no haber una señal de una pronta reactivación de la economía global, podría repetirse con el Brent lo acaecido con el WTI.

Volviendo a los precios del crudo WTI, esa caída del 305% del precio con respecto al pasado viernes es algo que nunca se había visto, en donde el productor le paga a sus clientes para que retiren el crudo desde sus campos de producción, porque le resulta más costoso almacenarlo, dada la especulación por parte de quienes tienen contratada la capacidad de almacenamiento. Prefieren rematarlo porque a corto plazo no se vislumbra un repunte de la demanda, toda vez que también las refinerías tienen sus depósitos en el límite. No obstante, se espera y se aspira un efecto rebote del precio después de esta fuerte caída, de hecho los contratos de futuro del WTI que expiran en junio se cotizaron a US$15,70 el barril, acercándose al precio del Brent.

De todos modos, en perspectiva, los precios del crudo WTI y del crudo Brent correrán la misma suerte, afectados como están y van a estar por largo rato por el letargo de la economía global y en el mediano y largo plazo la suerte está echada, toda vez que la tendencia a la baja se mantendrá, esta vez por cuenta la mayor contracción de la demanda que traerá consigo la Transición energética desde las energías de origen fósil, contaminantes del medioambiente, hacia las fuentes no convencionales de energías renovables (Fncer) y limpias. Por lo pronto, Colombia tiene el consuelo que el precio de referencia de la canasta de crudos que exporta es el Brent y no el WTI, pero el futuro es incierto.