

LOS PROBLEMAS DE MERCADEO EN LAS EMPRESAS SALVADOREÑAS

Lic. Ever Mejía¹⁸

Introducción

Actualmente El Salvador se encuentra afectado por muchos problemas sociales, políticos, económicos y comerciales entre otros, directa e indirectamente cada suceso que ocurre en la sociedad afecta el rumbo de las empresas nacionales e internacionales que se encuentran en el mercado nacional, por ello es súper importante que los empresarios tengan una visión clara del mercado y sus componentes para poder responder a todas las variables que le pueden afectar. Pero ¿Cuáles son los problemas reales a los que se enfrentan las empresas salvadoreñas en el área de mercadeo? Encontramos todas las variables externas que directa e indirectamente afectan a las empresas en el mercado; ya sea por cuestiones legales, competencia o por nuevas tendencias de consumo, la empresa tiene que afrontar a diario con diferentes obstáculos que se le presentan y que pueden afectar la imagen y ventas de la empresa.

“Problemas de Mercadeo que Enfrentan Las Empresas Salvadoreñas”

La siguiente es una lista de los problemas de mercado a los que se enfrentan las empresas locales, tanto en el mercado local como en el extranjero.

El mercado salvadoreño es pequeño geográficamente hablando

Pero grande en número de consumidores, por lo tanto las empresas carecen de la infraestructura necesaria para poder ofrecer sus productos en las mejores condiciones, esto se debe a la centralización del comercio es decir las plazas donde las empresas pueden ubicarse solo están en los centros comerciales o en zonas comerciales, y ello no permite que las empresas puedan cubrir mayor porción de mercado, o mayor número de

consumidores, acá entra la alta competencia pues los consumidores en última instancia y debido a la necesidad de sus producto eligen el proveedor que se los entregue en el menor tiempo y si es posible con los menores costos mejor para ellos.



La inseguridad económica e incertidumbre política en la que se encuentra El Salvador actualmente también juegan un papel muy importante en este caso, ya que es razonable que un empresario al no tener un panorama a futuro claro de nuestro país no se atreva a invertir para expandir para su empresa y cubrir mayor parte del mercado, incluso se niegan a dar el salto y modificar la forma de dirigir a su empresa pensando en que lo está haciendo de la manera más indicada; y tal vez no se pueda mejorar.

Lamentablemente también los viejos **problemas sociales¹⁹ y políticos** aumentan cada día y vistos desde el ojo mercadológico afectan de gran manera a las empresas. La delincuencia²⁰ es un mal que afecta a diferentes zonas del país y limitan el acceso y cobertura por parte de las empresas, pues cada día aumentan los robos a los equipos de reparto y es por eso que muchas empresas deciden cambiar la forma de realizar esta actividad subcontratando a otras empresas para que lo hagan²¹, afectando al cliente, quien en diferentes casos se ve obligado comprar un seguro para no perder su inversión, dado que aún existen

¹⁸ Licenciado en Mercadeo Internacional. Auxiliar de Investigación del Instituto de Investigaciones Económicas de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador.

¹⁹ <http://elmundo.com.sv/delincuencia-afecta-comercio>

²⁰ <http://www.laprensagrafica.com/el-salvador/judicial/87471-sube-40-robo-de-mercaderia>

²¹ <http://www.laprensagrafica.com/pnc-logra-ubicar-camion-robado-con-mercaderia>



carreteras que son muy solas y carecen de seguridad vial.



En el caso de las colonias populares el rápido crecimiento de este mal social ha llegado a impedir que las empresas permanezcan ahí o en su defecto que presten el servicio de entrega pues los repartidores son atacado, robados y sus vehículos dañados.

Las empresas locales utilizan demasiado su marca, siendo la extensión de marca uno de los principales pecados de mercadeo

Un problema muy común es que las empresas salvadoreñas **compiten utilizando su marca de manera extensiva** es decir que con una sola marca fabrican, distribuyen y venden todos sus productos. En otros casos muchas empresas no poseen una marca o utilizan una que no está registrada legalmente, lo que permite a los competidores poder registrar las ideas, marcas y modelos de los productos a su nombre. Y es que a nivel local la competencia es un factor que afecta a todas las empresas nacionales, puesto muchas micro empresas compiten en nuestro país por precio y no por calidad; y no es por falta de ley u organismos que la regulen, sino porque la existencia de muchas empresas para una actividad productiva en específico disminuye la cobertura de mercado y reduce la rentabilidad de las existentes.



A esto se le puede sumar la disminución del poder adquisitivo de los clientes quienes compran a la empresa que le ofrezca mejores precios y mejores condiciones, pero es un factor que afecta a todas las empresas del sector pues no todas están en condiciones de disminuir su precio, ya que los costos de producción y distribución son muy altos.



También es válido mencionar los **cambios en las tendencias de consumo de los clientes**, pues tanto la publicidad como muchos organismos de salud y seguridad están influyendo en los consumidores para que consuman y utilicen productos más saludables y amigables con el medio ambiente, con empaques biodegradables, sellos de seguridad, envases retornables, etiquetas con fecha de vencimiento, mensajes con los efectos secundarios que puede producir la manipulación del producto y muchos otros factores que se traducen en una inversión más que la empresa debe realizar para poder permanecer en el mercado y mantener a sus clientes y por ende sus niveles de venta.

Además está el **acceso a la información y la invasión de medios sociales**, pues a través de ello muchos consumidores pueden recomendar negativamente a una empresa y producir reducciones en las ventas, incluso está la aparición de instituciones como la Defensoría del Consumidor que se encarga de vigilar a las empresas y de proteger al consumidor, así también existen organizaciones de consumidores que exigen mayores beneficios para los clientes y consumidores de las empresas; siendo una variable que debe ser tomada en cuenta por todos los





empresarios, para verse afectado por ninguna de ellas.



Cuando las empresas locales se deciden a exportar tienen que enfrentar una serie de dificultades que van desde fallas o la poca calidad de los sistemas informáticos utilizados por las instituciones para realizar los procesos, hasta **las barreras que se encuentran en diferentes países** donde se quiere incursionar. El Salvador a pesar de no ser una economía emergente mantiene vigentes tratados de libre comercio con países como Colombia, Estados Unidos, Chile y otros; y además tiene relaciones comerciales con diversos países alrededor del mundo²².

Y dado que cada país tiene sus propios regímenes y barreras para entrar a sus mercados; se dificulta el acceso a las empresas salvadoreñas, ya que en muchas veces no se pueden cumplir esos requisitos en cada país, y las exportaciones nacionales son afectadas en gran manera, como ejemplo esta la Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA) en Estados Unidos que mantiene un control estricto de todos los productos que ingresan a ese país y en ocasiones bloquea la entrada a los productos por diferentes circunstancias; ello se traduce en pérdidas monetarias tanto para el país como para las empresas.

Otro factor como **el contrabando** también afecta duramente a los empresarios locales y de la región

pues en muchas veces los controles aduanales²³ no son suficientes para evitarlo, y es que en este caso cuando las empresas importan o exportan sus productos están expuestos al robo de su mercadería hasta en las mismas fronteras. Si vamos más allá esta práctica beneficia al consumidor final, pues este puede adquirir un producto de calidad a un mejor precio, pero para las empresas se traduce en pérdidas muy altas que desmotivan al empresario a seguir realizando sus prácticas comerciales e incluso a dejar de invertir en este país e irse a mercados como el nicaragüense donde estos problemas sociales se encuentran en menor escala.



Además está **la piratería** y es que El Salvador está catalogado como el mercado de la región donde existe más piratería²⁴ y claro está que esto se traduce en reducción en las ventas tanto de las empresas locales como las internacionales, siendo los más afectados los sectores de sistemas informáticos, cine, la música, la ropa, zapatos e incluso las medicinas; este es un problema que no solo afecta a las empresas locales e internacionales, también repercute en la imagen del país pues muchas empresas o gobiernos catalogan al país como uno de los peores mercados para invertir y para distribuir su producto, debido a la falta de seguridad económica y a la propiedad intelectual.

²²http://www.amchamsal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=143&lang=es

²³

http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Mejores_aduanas_para_combatir_el_contrabando

²⁴http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47976&idArt=7748379





Los sistemas de transporte nacional también juegan un papel importante para que las empresas puedan desarrollar sus actividades comerciales de mejor manera posible, pero es un sistema que no ha mejorado como se esperaba en los últimos años, es cierto que se está invirtiendo en la construcción y mejora de carreteras que facilitarán el acceso entre ciudades, pero el caso es que otros factores como la seguridad en las mismas, el tráfico o la falta de equipo adecuado para el transporte de mercadería sigue manteniendo lento el proceso en transporte y almacenaje de materiales y productos que las empresas comercializan a nivel local y regional.



También cabe aclarar el país solo cuenta con un aeropuerto y que muchas veces se satura, ya sea por afluencia de pasajeros o por niveles de comercio exterior, lo que disminuye la capacidad de respuesta que una empresa pueda tener ante sus proveedores o compradores extranjeros.



Aeropuerto Comalapa de El Salvador.

Según Juan José Daboud²⁵, presidente de la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), las diversas **intervenciones del gobierno** en curso dificultan la incursión de la

empresa privada en los mercados nacionales, y la falta de inversión extranjera se debe a muchas trabas que pone el gobierno subiendo los impuestos, y manejando de forma equivocada el sistema de subsidios; ello no permite el desarrollo de los mercados, ni el crecimiento de las empresas locales y extranjeras. "Mientras las empresas estén sujetas a las políticas que establece el actual gobierno, la inversión seguirá decayendo y nuestro país será a la baja en los sistemas internacionales de calificación para hacer negocios"

Conclusión

Los problemas de mercadeo que enfrentan las empresas salvadoreñas parten de la influencia de factores externos que van desde la incertidumbre política y económica del país hasta los factores sociales como la delincuencia, contrabando y piratería; esa incertidumbre hace que los empresarios no puedan tener una visión clara a futuro de nuestro país y los desincentiva a invertir y a cambiar la toma de decisiones en los procesos de producción, distribución y venta de sus productos. Existe la concentración del comercio, pues los empresarios solo se pueden ubicar en centros comerciales o en zonas comerciales del país y ello evita darle mejor respuesta y atención a los clientes; y siendo un problema que las empresas compiten solo por precios, es notable la pérdida de clientes si no se ofrece un precio cómodo para el cliente. Además los empresarios deben lidiar con instituciones como la defensoría del consumidor y organizaciones de consumidores que cada vez están más informados y exigen mayores beneficios en los productos que compran. Por su parte las empresas que se deciden a exportar tienen que luchar a diario con problemas locales como las barreras de cada país hacia donde dirigen sus productos, y es que muchas veces no existe la preparación técnica necesaria y a pesar de que El Salvador tiene diferentes Tratados de Libre Comercio vigentes, ello no asegura que el nivel de exportaciones mejorará; también está la red de logística a nivel nacional. Dependerá de la experiencia de los empresarios salvadoreños adecuarse a los diferentes cambios del mercado, y saber asimilar las influencias externas, valiéndose de las fortalezas y oportunidades para poder contrarrestar las debilidades y amenazas.

²⁵ Declaraciones hechas en el programa de opinión Frente a Frente, el 12 de Julio 2013.



Bibliografía:

- <http://elmundo.com.sv/delincuencia-afecta-comercio>
- <http://www.laprensagrafica.com/el-salvador/judicial/87471-sube-40-robo-de-mercaderia>
- <http://www.laprensagrafica.com/el-salvador/judicial/87471-sube-40-robo-de-mercaderia>
- http://www.centralamericadata.com/es/articulo/home/Mejores_aduanas_para_combatir_el_contrabando
- http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47976&idArt=7748379
- Las declaraciones hechas por el presidente de la Asociación Nacional de la Empresa Privada, fueron hechas en el programa de opinión matutino de la cadena nacional de televisión Tele Corporación Salvadoreña TCS

