

INVESTIGACION SOBRE LA IMAGEN QUE DE LA SITUACION DEL PAIS Y DE SU PROFESION POSEEN LOS EJECUTIVOS DE MERCADEO Y VENTAS DE LA CIUDAD DE CALI

Hernán de los Ríos y Fabio Villegas O.**

Universidad del Valle

El trabajo que realizan los ejecutivos de Mercadeo y Ventas se centra fundamentalmente en el contacto permanente con su mercado, con sus clientes; esto hace que ellos sean muy sensibles a los cambios que en un momento dado se presenten, tanto en su negocio como en la situación económica local, regional o nacional. En otras palabras, el ejecutivo de mercadeo y ventas es sensible a la situación general del país y de la situación específica de su profesión.

Kenneth Boulding (1956) propone la tesis según la cual la actividad humana se refiere a imágenes más bien que a realidades objetivas del mundo externo. Downs y Stea (1973), entre otros autores, se apoyaron expresamente en Boulding para estudiar las representaciones internas de la organización especial del mundo externo.

De acuerdo con los planteamientos anteriores, estimamos que lo que determinaría las actividades de los hombres de mercadeo y ventas no sería la realidad objetiva en sí de su negocio o de la situación del país, sino las "imaginaciones" o "representaciones mentales" de esta situación. Estamos hablando del denominado "Mapa cognitivo" o "Mapa psicológico".

Es entonces nuestra presunción que en el "Mapa psicológico" de los hombres de mercadeo y ventas ocupa un lugar decisivo la situación del país, precisamente por su mayor sensibilidad a la misma. Su "Mapa psico-

**HERNAN DE LOS RIOS H. Candidato a Ph. D., Universidad de Colonia, M.A. en Psicología Social y Organizacional, Ohio State University. Profesor de Psicología Organizacional, Social y del Consumidor, Universidad del Valle.

FABIO VILLEGAS O., Economista y Magister en Administración, Universidad del Valle. Experto en Mercadeo Internacional, Fundación Getulio Vargas, Río de Janeiro. Profesor de Mercadeo e Investigación de Mercadeo, Universidad del Valle.

lógico”.

Es entonces nuestra presunción que en el “Mapa psicológico” de los hombres de mercadeo y ventas ocupa un lugar decisivo la situación del país, precisamente por su mayor sensibilidad a la misma. Su “Mapa psicológico” de la situación del país va a determinar, por ejemplo, sus estrategias sus planes, sus actividades, su misma actitud hacia su negocio.

El concepto de “Mapa psicológico”, es semejante al concepto de “Proyecto personal” desarrollado por Palys y Little (1980), según el cual el proyecto personal es un episodio comportamental que organiza, en secuencias significativas, elementos comportamentales individuales. También es semejante a la idea de “Plan de Miller, Galanter y Pribram” (1960), según los cuales el comportamiento se organiza en el tiempo por medio de un conjunto de planes organizados en forma jerárquica. Es claro en ambos conceptos el papel personal, subjetivo de la persona, en este caso del hombre de mercadeo y ventas, en la organización mental, cognitiva, de los eventos o situaciones del mundo exterior (cfr. la relación entre estrategias y estilos cognitivos presentada por Proshansky et al., 1978, p. 146).

De acuerdo con el anterior marco conceptual, el problema que estudiamos en la presente investigación ha sido:

Cuál es la opinión que tiene el hombre de Mercado y Ventas respecto a la situación económica actual de nuestro país, cuál será la opinión para el futuro inmediato y, ubicándose dentro de este contexto, cómo ve su trabajo hoy en día y en el futuro?

METODOLOGIA

Encuestados

La investigación se realizó entre 70 ejecutivos del mercadeo y las ventas de organizaciones medianas y grandes de Cali, representantes de entidades que comercializan productos de consumo masivo, productos industriales y representantes de empresas de servicio tales como publicidad, seguros y consultoría.

Instrumentos:

Según lo planteado en el Marco Teórico, nos pareció conveniente utilizar métodos indirectos de recolección de información. Dado que se trataba

de "imágenes" se dio libertad a los encuestados de expresar, en cualquier forma escrita sus ideas respecto a la situación del país hoy y en el futuro, lo mismo que sus imágenes respecto a su propia profesión en el contexto de esa situación del país.

Las formas de representación que se podían utilizar iban desde del texto escrito, hasta las representaciones mediante gráficas, diagramas, esquemas, personas, objetos, etc.

Procedimiento:

Se escogió un evento en el que estuviera presente un grupo representativo de ejecutivos del área del mercadeo y las ventas. Con ocasión de una conferencia dictada por los investigadores a nombre de la Universidad del Valle para una entidad gremial nacional que agrupa a los ejecutivos de primera línea del mercadeo y las ventas, se pidió a los asistentes, antes de iniciarse la conferencia que:

1. En una hoja de papel representante por cualquier forma escrita (dibujos, gráficos, esquemas, palabras, etc.) la manera como cada uno veía al país en la actualidad y en su futuro inmediato.
2. En una segunda hoja los participantes debían ponerle un título a su obra y añadir cualquier tipo de explicación, si fuera necesario.
3. En una tercera hoja, se pidió que representaran de igual manera la situación actual y el futuro inmediato de su profesión.
4. Finalmente, se pidió en la última hoja que titularan su segunda representación y la explicaran, si fuera necesario.

Métodos de Análisis:

Análisis de contenido del material escrito (Cfr. Holsti, 1968).

ANALISIS DE RESULTADOS

Formas de Representación de la Imagen del País

Según el método empleado en la recolección de la información en el cual se dio libertad a los encuestados de seleccionar la forma de representación que mejor se adecuara a su estilo o idea, se obtuvo el siguiente resultado:

Cuadro No. 1

FORMAS DE REPRESENTACION DEL PAIS

FORMAS	No. de Respuestas	o/o
Mapas de Colombia	13	18.7
Texto (Redacción)	13	18.7
Personas	9	12.9
Organigramas	8	11.5
Elementos de la naturaleza	6	8.6
Objetos	5	7.1
Esquemas	5	7.1
Gráficos	3	4.2
Signos de interrogación	3	4.2
Porcentajes	2	2.8
Papel moneda	2	2.8
Otros	1	1.4
Total	70	100.0

Del análisis del cuadro anterior, se obtienen las siguientes conclusiones:

- En nuestra cultura, marcada por la palabra, las personas expresan fundamentalmente sus opiniones, sentimientos, etc. por este medio. En el caso presente, a pesar de haberse sugerido otras formas de representación, aparece sin embargo, la representación en forma de texto en lugar prominente (18,70/o).
- Esto no obstante, es interesante ver como el mapa de Colombia es empleado en igual porcentaje para representar la situación del país.
- Elementos propios de representación y uso frecuente entre ejecutivos, elementos tales como: organigramas, esquemas, gráficos y porcentajes son empleados en este caso para expresar la opinión (25.60/o).

Como Ven al País Hoy

Respecto a la pregunta de cómo ven al país en la actualidad, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Cuadro No. 2
COMO VEN AL PAIS HOY

IDEAS CENTRALES NEGATIVAS MAS FRECUENTES	No. de Respuestas	o/o	No. de Respuestas	o/o
Interrogantes	10			
Crisis económica y social	7			
Caos total	6			
Oscuros nubarrones	5			
Subdesarrollo	5			
Derrumbamiento y miseria	4			
Falta de planificación	3			
Dependencia	3			
Mundo cambiante	3			
SUBTOTAL	46	65.7		
OTRAS IDEAS NEGATIVAS				
Estancamiento total	1			
Devaluación	2			
Fuga de capitales	1			
Balanza comercial desfavorable	1			
Competencia desleal	1			
Más oferta que demanda	1			
Falta oportunidades de empleo	1			
Baja en producción y ventas	1			
Monopolio	1			
País en manos de intermediarios financieros	2			
Tío Sam pisoteando a Colombia	1			
Mucha discusión, pocas soluciones	1			
Objetivos cumplidos a medias	1			
SUBTOTAL	15	21.4		
SUBTOTAL NEGATIVAS		61	87.1	

IDEAS POSITIVAS

Bien	2	
Buscando soluciones	1	
Lo más difícil ya pasó	1	
Progreso económico	2	
Liderazgo del poder ejecutivo	1	
Planificación estatal	1	
Sustitución importaciones	1	
		<hr/>
SUBTOTAL POSITIVAS	9	12.9
		<hr/>
TOTAL	70	100.0

Del análisis del cuadro anterior se pueden obtener las siguientes conclusiones:

- Prevalece entre los ejecutivos de mercadeo y ventas encuestados una visión negativa del país en la actualidad (87.10/o).
- El conjunto de ideas centrales negativas es relativamente coherente: predomina un estado de incertidumbre (interrogantes, oscuros nubarrones) acompañado por un estado de crisis (económica y social, caos total, subdesarrollo, dependencia y derrumbamiento y miseria).
- Para el 12.90/o de los encuestados, el país es visto en la actualidad, en forma positiva. No obstante, este porcentaje es el resultado de la suma de respuestas muy parciales y fragmentarias; de la cual no se puede obtener una visión clara de conjunto.

Como ven el País en el Futuro

Los resultados a esta pregunta aparecen en el siguiente cuadro.

Cuadro No. 3
COMO VEN EL PAIS EN EL FUTURO

IDEAS CENTRALES NEGATIVAS	No. de Respuestas	o/o
Interrogantes	9	12.9
Mal futuro	6	8.6
Caos	5	7.1
Sigue subdesarrollo	3	4.3
Dependencia gringa	2	
Mayor devaluación	1	
Competencia desleal	1	
SUBTOTAL NEGATIVAS	27	38.6
NO RESPONDEN	22	31.4
IDEAS CENTRALES POSITIVAS		
Superación de la crisis	14	20.0
Posibilidad de recuperación	6	8.6
Desarrollo urbano	1	
SUBTOTAL POSITIVAS	21	30.0
TOTAL	70	100.0

Las conclusiones que se pueden obtener del cuadro anterior son las siguientes:

- Aunque aparece una ligera predominancia de la visión negativa sobre la positiva respecto al futuro inmediato del país (38.6 o/o vs. 30.0 o/o), hay un número alto de encuestados (31.4 o/o) que no responden. Esto puede interpretarse como una señal de expectativa.
- En apoyo al argumento del punto anterior, puede verse que entre las ideas centrales negativas, sobresale nuevamente la idea de interrogación (12.9 o/o).

- De los ejecutivos que ven el futuro del país en forma positiva, el 20.00/o expresan que la crisis va a ser superada, mientras que el 8.60/o lo ven meramente como una posibilidad.

Atributos Constitutivos de la Imagen del País Hoy y en el Futuro para los Ejecutivos de Mercadeo y Ventas

Además de la cuantificación mostrada en los cuadros No. 2 y 3, se estimó conveniente efectuar un análisis de contenido de todo el material escrito presentado por cada uno de los encuestados. Se trata de formulaciones expresas, comentarios al margen, títulos a las representaciones, etc.

Como resultado del análisis de contenido, se identificaron unos atributos salientes o centrales y otros secundarios de la imagen del país hoy y en el futuro.

Esta fase hace referencia a un análisis cualitativo de la información.

Atributos Salientes de la Imagen Global del País

Se trata de un país:

Crucificado/Deformado,/Con falta de orden social,/Inseguro,/En el que se han aumentado las dificultades,/Donde se ha acabado la prosperidad,/Que es una colcha de retazos,/Donde hay mucha discusión y pocas soluciones,/Donde impera la competencia desleal,/Las utopías comerciales,/La incertidumbre,/Y donde el hombre está atrapado por las circunstancias,/.

La situación económica del país se caracteriza por:

Deuda externa,/Dependencia extranjera,/Crisis económica,/Falta de recursos financieros,/Devaluación del peso colombiano,/Balanza comercial desfavorable,/Problemas en la oferta y la demanda,/Problemas de empleo, y,/Estar en manos de intermediarios financieros/,

La crisis se extiende a los valores morales:

Inmoralidad social y del gobierno,/Crisis de pensamiento,/Crisis Psicológica,/. ,

Con respecto a organización y planificación el país se encuentra:

Marchando a diferentes ritmos,/Falto de equilibrio,/Sin rumbo,/Necesitado de planificación/.

La imagen general que resulta es básicamente negativa, lo cual es coherente con los resultados del cuadro No. 2.

Se muestra a continuación lo que, en opinión de los encuestados, necesitará el país y los elementos positivos que darían pie a un sentido de esperanza.

El País necesitaría entonces de:

Una gran fuerza,/Un cambio,/Mercadeo, y/Un cambio a nivel de mercado/.

Se vislumbra:

La superación del caos,/La solución de Colombia,/La superación de la crisis,/La recuperación y reactivación económica,/Un mejoramiento económico y social, y/Un progreso urbano,/.

Se ve:

Un país en desarrollo,/Con confianza en sus propios valores,/Con un sano nacionalismo,/Un país preparado para el futuro,/Con medidas positivas del gobierno y un poder ejecutivo,/.

Se pasa entonces:

De la oscuridad a la claridad, y/De la decadencia a un brillante futuro.

Atributos Secundarios de la Imagen Global del País:

Los atributos presentados en el numeral anterior representaban las ideas centrales constitutivas de la imagen del país, hoy y en el futuro. Nos pareció conveniente reseñar otra serie de atributos secundarios que complementarían el cuadro general de la imagen global del país.

Se trata además de un país, en:

Desequilibrio,/Estancamiento,/Postración./

con:

Atraso tecnológico,/Malos gobiernos,/Nubarrones,/Desigualdades,/.

donde:

Se desconoce la situación actual,/Hay tendencias socialistas,/Hay publicidad equivocada,/Falta atención de sus autoridades,/Hay temor al cambio/.

como:

“Una bomba de tiempo/.

La situación económica del país se caracteriza por:

El despilfarro,/La pérdida de poder adquisitivo en la clase media,/La desesperación económica,/La fuga de capitales,/Donde la comercialización va a quedar en manos de los distribuidores,/.
|

La crisis se extiende a los valores morales:

Deshumanización,/Deterioro familiar,/Frustración,/Se piensa más en el extranjero,/.
|

Se debería:

Aumentar la producción.

Se ve un país:

Joven,/Optimista,/Con grandes recursos naturales,/Que disminuye su dependencia,/.
|

– Donde ha habido innovaciones

– Mejor que otros de Suramérica.

Es decir:

“Hay tierra a la vista”

Formas de Representación de la Imagen de la Profesión de Mercadeo y Ventas

Cuadro No. 4

FORMAS DE REPRESENTACION DE LA PROFESION

FORMAS	No. de Respuestas	o/o
Texto (Redacción)	29	42,6
Personas	11	16,2
Esquemas	7	10,3
Objetos	6	8,8
Mapa de Colombia	5	7,4
Elementos de la naturaleza	4	5,9
Diagramas	4	5,9
Otros	2	2,9
TOTAL	68	100.0

*) Dos personas no respondieron.

Del análisis de este cuadro, se obtienen las siguientes conclusiones:

- De igual manera que en la representación de la situación del país, prevalece la forma de representación en texto (42.60/o).
- En la representación de la percepción de la profesión, ocupa el segundo lugar la representación por medio de personas (16.20/o) quizás por tratarse de la profesión misma del encuestado.
- La representación por medio del mapa de Colombia pasa a un lugar muy secundario (7.40/o).
- También en este caso, la representación por medio de elementos de uso frecuente entre ejecutivos (esquemas y diagramas) ocupó un lugar sobresaliente (16.20/o).

Cómo ven la Profesión Hoy y en el Futuro

Los resultados de esta pregunta aparecen en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 5

COMO VEN LA PROFESION HOY Y EN EL FUTURO

IDEA CENTRAL	No. de Respuestas	o/o
Como motor del desarrollo económico del país	32	47,1
En forma conceptual	13	19,1
Depende de la evolución económica del país	11	16,2
Requiere de esfuerzos y dedicación	4	5,9
Se debe pensar en el cambio	3	4,4
Como un quehacer personal	2	2,9
Como generadora de satisfacciones	2	2,9
Sin límites	1	1,5
TOTAL	68	100.0

El cuadro anterior permite afirmar lo siguiente:

- Aparecen formas marcadamente diferentes de ver la profesión hoy y en el futuro. La diferencia mayor está en el papel activo o pasivo que se asigne a la profesión misma. Es así, como para el 47.10/o, la profesión se ve en forma activa tal que el Desarrollo Económico del País depende del Mercadeo y Ventas. Y para el 16.20/o, la profesión depende de la evolución económica del país.
- En contraste con la visión fundamentalmente negativa respecto al país hoy y en el futuro, (crf. Cuadro No. 2 y 3), el hombre de Mercadeo y Ventas ve su profesión en forma muy positiva.
- El 19.10/o ve a la profesión en términos conceptuales, es decir, su marco de referencia es la definición académica de lo que es el mercadeo y ventas.
- Las respuestas restantes se refieren más al profesional como persona.

Atributos Constitutivos de la Imagen de la Profesión para los Ejecutivos de Mercadeo y Ventas

De igual manera que en el análisis de la situación del país, se estimó conveniente efectuar también un análisis de contenido del material escrito presentado por los encuestados.

Los atributos hallados se van a presentar en términos semejantes a los del cuadro anterior (No. 5). Los atributos se agruparon en torno a cinco conceptos:

- a. La profesión como motor de desarrollo del país.
 - b. La profesión como dependiente de la evolución económica del país.
 - c. Lo que es la profesión, lo que ella implica.
 - d. Lo que la profesión exige del individuo, y
 - e. Las perspectivas hacia el futuro.
- a. En la idea central del papel que desempeña la profesión de mercadeo y ventas, se encuentran los siguientes elementos:

Se trata de una profesión que:

Construye patria,/Es apoyo para el país,/Es eje para su desarrollo,/ Es eje de cambio,/Lo revive,/Lo sostiene,/Lo ilumina,/Lo conduce,/Es el despertar colombiano,/Es transformador del país y el mundo,/Es igual al futuro del país,/.

- b. En caso contrario, es la situación del país la que determina la profesión.

La profesión se encuentra en una situación:

Difícil,/De sandwich,/De incertidumbre,/De descontento,/De escasez de dinero,/De pocas posibilidades de empleo en mercadeo,/De falta de capital,/De recesión mundial,/De competencia y dificultad del mundo actual,/ Prisionera de la situación del país,/.

- c. Ahora bien, la profesión en sí misma implica una serie de atributos.

La profesión requiere de:

Eficiencia,/ Agilidad,/ Previsión,/ Seguridad,/ Acción,/ Cambio continuo,/ Renovación,/ Originalidad,/ Agresividad,/ Investigación,/ Planificación,/ Aprovechamiento de las oportunidades,/.

- d. La profesión exige, asimismo, una serie de condiciones en el individuo.

La profesión exige de la persona:

Trabajo arduo,/Tenacidad,/Desarrollo personal,/Crecimiento continuo,/ Cuestionamiento permanente,/Búsqueda personal,/Confianza en la profesión,/Fe,/Honestidad,/Preparación,/Actitud hacia el cambio,/.

Es:

“El Fundamento de mi vida”,/“Mi combate”,/.

- e. Finalmente, con respecto al futuro.

Se vislumbra (n):

Un futuro mejor,/Sin límites,/Perspectivas de triunfo,/Muchas posibilidades,/Esperanzas para el futuro,/Nuevos horizontes,/.

Según el hombre de Mercadeo y Ventas:

“El mercadeo es vital”,/“La inmortalidad de las ventas”,/“El futuro es nuestro”,/“Hay mucho camino por recorrer”,/“Siempre adelante”,/.

DISCUSION

En la representación de la idea que los ejecutivos de Mercadeo y Ventas tienen de la situación actual del país, prevalecen elementos negativos constitutivos de un cuadro fundamentalmente negativo. Dentro de este cuadro negativo predomina un estado de incertidumbre.

Con respecto a la imagen del futuro del país, aparece una ligera predominancia de la visión negativa sobre la positiva: esto no obstante, el cuadro está compuesto fundamentalmente de atributos de interrogación y expectativa.

Dentro de este cuadro básicamente negativo, podría esperarse una imagen igualmente negativa de la profesión. Nos sorprende gratamente encontrar un alto grado de optimismo y creencia en las posibilidades de la profesión. Coherentemente con este concepto encontramos una prevalencia de atributos referidos al papel activo y no pasivo o dependiente de la profesión frente a la situación del país.

El hombre de mercadeo y ventas aparece entonces como levantando su cabeza por encima de la crisis y mirando hacia el futuro en forma positiva respecto a su profesión.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BOULDING, K. *The Image*, 1956.

DOWNS, R.M. & STEA, D. "Image and Enviroment: Cognitive mapping and spatial Behavior". Chicago: Aldine, 1973.

HOLSTI, O.R. "Content Analysis". En: Lindzey, G. & Aronson, E. *The Handbook of Social Psychology*, vol. 2. Reading, Mass: Addison - Wesley, 1968, pp. 596-692.

MILLER, G.A., GALANTER, E. & PRIBRAM, K.H. *Plans and the Structure of behavior*. New York: HOLT, RINEHART & WINSTON, 1960.

PALYS, T.S. & LITTLE, B.R. *A proyect bases analysis of community dynamics and satisfactions*. Trabajo presentado en EDRA 11: Ann. Meet. Enviroment Design Res. Assoc., Charleston, S.C. 1980.

PROSHANSKY, H.M., ITHELSON, W.H. y RIULIN, L.G. *Psicología Ambiental. El Hombre y su Entorno Físico*. México: Trillas, 1978.