

**Señora Presidente de la Asociación Argentina de Marketing, Sra. Tatiana Aurich:**

Es un verdadero honor y placer para mí, el poder dirigirme a ustedes a través de estas líneas, con motivo de los festejos del quincuagésimo quinto Aniversario de la Asociación Argentina de Marketing.

Nos une a Ustedes una larga y muy buena trayectoria, con respeto y admiración por el desempeño que han tenido. Me sentí plenamente orgulloso cuando nuestro querido Presidente Sergio Smith, me confirió la distinción de nombrarme Miembro Honorífico de vuestra Asociación. Condición que guardo con mucho afecto.



Nos ha tocado vivir una época de profundos **cambios**, los que se manifiestan no sólo en los planos científicos, culturales o cibernéticos, sino que también tocan a una velocidad inusitada, todos los ámbitos de nuestra vida, que a diferencia de lo que ocurría en el pasado, disponemos hoy en nuestras manos, de información y hechos en forma casi simultánea con su ocurrencia, lo cual inevitablemente produce una especie de conciencia colectiva de lo relativo y temporal que son los conocimientos que se adquieren.



Uno de los mayores **desafíos** que estos procesos nos plantean es comprender su naturaleza, definir nuestra responsabilidad frente a ellos y prepararnos para enfrentarlos, adaptando rápidamente nuestras estrategias tanto en lo personal como en lo profesional. Por tanto el hombre de hoy debe poder adaptarse rápidamente a una sociedad “mutante”, de rápidas transformaciones políticas, económicas, sociales y culturales.

Para poder alcanzar cierto **equilibrio** y sentido de cohesión dentro de este panorama, es necesario aplicar en profundidad nuestras mejores herramientas y habilidades que disponemos y esforzarnos para comprender lo que realmente está sucediendo en el mundo.



Es tan complejo lo que estamos visualizando que basta con observar el golpe que nos ha dado el **Covid19**, que en pocos días nos ha cambiado nuestra forma de vida. Nos ha obligado a modificar nuestros planes, a alejarnos de nuestros seres queridos y a estar encerrados, excluyéndonos de nuestros puestos de trabajo, de los puestos de estudio y de nuestras amistades y rutinas, por tanto a modificar nuestro modus vivendi.

*Si pensamos en que esta pandemia ha cambiado en muy pocos días nuestra forma de vida, entonces intentaremos encontrar el camino indicado, primero en nuestras mentes, luego darle foco, para luego analizarlo, organizarlo e implementarlo.*



**La clave es no decaer**, muchos malos conceptos referidos al Covid-19 circulan por el mundo. Muchas pestes ha padecido la humanidad y muchas crisis hemos padecido nosotros y aquí estamos. En pocos días tuvimos que montar plataformas digitales; en nuestro caso, tanto en la Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay, como en la Universidad de la Empresa y seguimos cumpliendo con nuestros programas.

*Y el equilibrio podemos encontrarlo en un simple planteo adaptado a esta circunstancia que debe de encontrarnos fuertes y abiertos al pensamiento sobre las bases que ya contamos.*

*Para ser sustentables debemos generar **equilibrio**, aún en medio de una crisis de tal magnitud, que se puede lograr observándolo desde otro punto de vista:*  
**entre mi propuesta y tu decisión.**



Hay que proponer, ahora en base a nuestros criterios y posibilidades que disponemos, seguir adelante, sin detenerse. Ese es nuestro compromiso, en nuestro caso como Asociación de Dirigentes de Marketing y como la Universidad de la Empresa, dar propuestas acordes a esta nueva realidad y asumir el desafío de seguir con lo pactado, aún en estas circunstancias; por otro lado tenemos a estudiantes y empresarios, y ahí el equilibrio es base a su decisión, esa decisión de seguir y no detenerse, no permitir que estas circunstancias nos paralice.



*Debemos ser fieles a nuestros objetivos en base a nuestros valores, cambiando las formas sí, pero dirigiéndonos hacia un mismo punto. Identificar **otros caminos**, buscar reinventarse y seguir intentando, esa es la clave.*

Por tanto, como dijo el Ec. Michael Porter, **“VOLVER AL ORIGEN”**



**¿Y cómo volver al origen, hablando de cuáles son las claves para el éxito de las empresas que quieren desarrollar su trabajo, en este caso, por ejemplo, el mercado Latinoamericano? Aún en estos tiempos...**

Es una interrogante muy interesante y podríamos remontarnos a la época de la civilización incaica para dar una respuesta quizá un tanto pictórica. Los incas, fueron un pueblo expansionista que llegaron a formar el imperio incaico y a ocupar en su esplendor más de 3 millones de km cuadrados de territorio en la que habitaban más de 12 millones de personas.



Comprendían parte de Perú, Ecuador, Bolivia, Argentina, Chile y Colombia, entre algunos otros. Cuáles fueron sus estrategias, tácticas y acciones para lograrlo. Primero, enviaban familias a convivir con los habitantes de los territorios a ocupar. Investigaban su comportamiento y todo lo relativo. Autoridades, trabajos, modo de vida, ejército, potencial de guerra, etc. Luego, se acercaban a las más altas autoridades para ofrecer los beneficios de incorporarse al imperio y si no se lograba, al tener el conocimiento del todo, sabían cómo atacar, con qué, por dónde y en qué momento.

**La globalización ha homogeneizado las preferencias y gustos de los clientes en el mundo, con excepciones y particularidades.**



Por tanto, **mi recomendación es**, además de utilizar las nuevas plataformas de marketing, el HubSpot, el Inbound Marketing con todos los instrumentos de mensajería instantánea, redes incluidas, Whatsapp, Facebook, Instagram, LinkedIn, Zoom, que nos refieren los leads, no olvidarse de enviar a los “incas” a investigar in situ, para saber cómo deberíamos hacer para introducirnos exitosamente en los distintos mercados, sus regiones y sus etnias.

Concluyendo, queridos amigos, estemos en alerta preparados para el día después.

¡A todos y cada uno de ustedes, Felicitaciones!!

Con la cabeza en alto y con vehemencia, seguiremos nuestro camino. Hoy les deseo:  
**Fuerzas** para seguir, **Inteligencia** para reinventarse y permanecer y **Paciencia** para  
pasar este momento, que sin dudas pasará.

*A la Asociación Argentina de Marketing en su quincuagésimo quinto Aniversario,  
nuestros mejores deseos de Felicidad y Felicitaciones por la excelente labor que  
desempeñan.*

*Cordialmente,*

*Dr. Jorge Abuchalja  
Presidente*

**Asociación de Dirigentes de Marketing**

**y**

**Universidad de la Empresa**

**Montevideo – Uruguay**

**27 de Mayo de 2020**