

CÓMO SOBREVIVIR EN MERCADOS DE ALTA COMPETITIVIDAD

CASOS RECIENTES

- Un informático ucraniano radicado en USA vió una oportunidad de negocio cuando Apple abrió su tienda de aplicaciones online “App Store”. Solicitó dinero prestado y fundó **Whatsapp**, una plataforma que permite enviar por teléfono mensajes de texto y voz, y fotografías. Este joven terminó vendiendo su empresa a Facebook por \$ 18000 millones.
- **Cosechas** en Costa Rica es un ejemplo de una empresa que se aprovechó de la tendencia del mercado hacia el consumo de productos saludables. En menos de 3 años pasó de tener 1 local a tener más de 100 puntos de venta en el país. Encontraron la fórmula y la repitieron cada vez más rápido.



5 CONSEJOS PRÁCTICOS PARA COMPETIR EN LA JUNGLA DE LOS NEGOCIOS

MSc. José David Ulloa Soto
Mercadólogo y Economista Empresarial

1- ESTUDIE EL MERCADO... NO LO PIERDA DE VISTA

El mercado cada vez cambia más rápidamente... En ocasiones a una velocidad impensable. Estudie **DETENIDAMENTE** cada una de las variables que tienen influencia en su negocio. Recuerde que hay variables externas a las que usted debe adaptarse para sobrevivir. Observe las variables como los clientes, los intermediarios, los proveedores, el gobierno, la economía, la tecnología y la sociedad. Al estudiar como están influyendo cada una de estas variables en su mercado usted podrá encontrar **nuevas oportunidades de negocio**. Para ello, usted también debe tener presente que debe estar en constante adaptación al cambio. No se aferre a lo viejo.

2- ELIJA UN SEGMENTO DE MERCADO ATRACTIVO

No se puede ser de todo para todos... Hay muchos competidores en la calle queriendo hacer esto. Afile su estrategia, **sacrifique una parte del mercado** y especialícese en atender mejor que los demás a sólo un grupo de consumidores. Es mejor ser PEZ GRANDE en lago chico, que pez chico en lago grande. Especialícese en un segmento.

3- LA INNOVACIÓN COMO PIEZA CLAVE DE SU NEGOCIO

Existe una competencia feróz, donde la aparición de nuevos contendientes es constante, por esto debe buscar nuevas maneras de **agregarle valor** a su oferta. Agregar atributos, colores, presentaciones que diferencien el producto del resto de competidores. Con los avances tecnológicos se pueden lograr cosas increíbles cuando se enfocan en agregar o aportar nuevos beneficios para el cliente. Piense lo siguiente... ¿Cuál es el valor agregado de su producto en el mercado actualmente? Si no encuentra respuesta, lo mejor es que se ponga de inmediato a pensar como mejorar su producto ahora mismo. La competitividad depende de la iniciativa para la innovación.

4- UTILICE MERCADEO DE GUERRILLA

Ya no se puede pensar en la manera tradicional de promocionar productos por televisión y periódicos solamente. Utilice alternativas menos costosas y más efectivas, **teledirigidas a su mercado meta** como: correos electrónicos, bases de datos, redes sociales, sistemas de mercadeo multinivel, mercadeo directo y organizando eventos. Conozca el impacto que le generan cada una de estas actividades y enfóquese en la que le provoque mayor cantidad de nuevos clientes. Desarrolle métricas de mercadeo que le permitan llevar el control de los resultados y encontrar su fórmula ideal de promocionarse. Sin métricas no se pueden hacer mejoras a futuro.

5- REPITA LA FÓRMULA CADA VEZ MÁS Y MÁS RÁPIDO...

Encuentre la fórmula de su negocio y trate de simplificarla al máximo posible. No se quede en un solo lugar. Desarrolle y expanda su negocio a nuevas latitudes. No importa si lo hace con recursos propios, con ayuda de socios, mediante la venta de franquicias, ó repartiendo acciones en el mercado accionario. **EXPÁNDASE LO MÁS rápido posible**. Ser rápido en los negocios es un ejemplo de una ventaja competitiva. El efecto de la multiplicación y presencia en el mercado da la impresión de que se es muy exitoso. Esto aumenta el valor de su marca y mejora la percepción ante el mercado. Si usted no se expande sus competidores le minarán el mercado... Piense en incorporarse en los mercados internacionales... ¿Porqué no?

“Si no tienes una ventaja competitiva, no compitas.” – Jack Welch
