

## **¡ A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES !**

### **MERCADEO DE PRODUCTOS O SERVICIOS COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD**

Las condiciones del entorno de las empresas en la actualidad, le han mostrado al empresario la importancia de construir y monitorear planes estratégicos claramente enfocados a un mercado objetivo. Adicionalmente, la apertura de mercados ha hecho que el cliente sea cada vez más exigente con la calidad e innovación en los productos.

El reto sigue siendo que los empresarios reflexionen acerca del entorno en que desarrollan sus negocios, entendiendo que dentro de los objetivos de mercadeo de las organizaciones están la rentabilidad, el crecimiento, la sostenibilidad, el posicionamiento y el reconocimiento de su marca en la mente de sus clientes reales y potenciales.

**La teoría sugiere que el mercadeo tiene que ver con el proceso que permite conseguir el producto correcto, para la gente correcta, con el precio correcto, en el sitio correcto y en el momento preciso.**

Una adecuada gestión del mercadeo permite fortalecer la relación con los clientes que son la razón de ser de las organizaciones. A esto se deben sumar estrategias de mantenimiento y fidelización o de conquista para mercados potenciales locales e internacionales.

En el caso de la internacionalización de las empresas, realizar una investigación de mercados sistemática en forma cualitativa o cuantitativa es imperativo, pues la mayor carencia y causa de fracaso en los procesos de negociación en mercados externos, tiene que ver con la toma de decisiones erradas por falta de información.

Las fuentes de información que un empresario puede utilizar incluyen: Sondeo con sus proveedores o distribuidores; preguntas a los clientes, consumidores y gremios; directorios de empresarios; bases de datos de Proexport; observación directa a través de misiones comerciales, viajes y participación en ferias; consultas a embajadas y agregados comerciales de los países a los que le interesa ingresar; publicaciones especializadas de universidades y centros de investigación; consulta en bibliotecas; boletines de agremiaciones y asociaciones, y bases de datos de la Organización Mundial del Comercio por Internet.

A continuación se proponen algunas preguntas con las cuales el empresario puede iniciar su reflexión personal en torno a estos temas al interior de su propia empresa:

	ACTIVIDAD - DOCUMENTO O REQUISITO	SI	NO
1	¿Su empresa cuenta con un Plan de Mercadeo a escala Internacional?		
2	¿Tiene definida la estructura de precios de sus productos?		
3	¿Sabe quienes son sus clientes pareto? ( Los que concentran el 80% de sus ventas?)		
4	¿Tiene una base de datos actualizada de sus clientes?		
5	¿Cuenta con un sistema de investigación que permita monitorear las necesidades de sus clientes y las tendencias del sector?		
6	¿Cuenta con un sistema de evaluación de satisfacción del cliente?		
7	¿Ha exportado sistemáticamente?		
8	¿Ha utilizado comercializadoras internacionales?		
9	¿Conoce los acuerdos o convenios que tiene Colombia con los países a los que le interesa exportar?		
10	¿Conoce la ventaja de su empresa que la hace competitiva frente a la competencia?		
11	¿Tiene experiencia con el envío de muestras sin valor comercial a sus potenciales clientes?		
12	¿Tiene codificados sus productos en cadenas de almacenes?		
13	¿Ha participado en eventos con Proexport como observador y/o expositor (Macro ruedas, ferias, agendas y misiones, entre otros)?		
14	¿Conoce los atributos del producto que más valoran sus clientes?		
15	¿Tiene claro qué canales de distribución utilizará para comercializar sus productos en el exterior?		
16	¿Ha creado y registrado su marca en Colombia y en los mercados a los que aspira llegar??		
17	¿Tiene definida su imagen corporativa?		
18	¿Hace negocios a través de su Página Web?		

19	¿Cuenta con tarjetas de presentación, catálogos- folletos- videos en español , inglés u otros idiomas?		
20	¿Utiliza su nombre y logotipo en el empaque de sus productos?		
21	¿Tiene un presupuesto de ventas mensual y/o anual en dinero y en unidades?		
22	¿Tiene fuerza de ventas propia, capacitada y organizada por territorios?		
23	¿Tiene la ficha técnica de cada uno de sus productos que quiere exportar?		
24	¿Tiene la posición y la descripción arancelaria de todos sus productos?		

El resultado de estos cuestionamientos le facilitará la identificación de los aspectos en los cuales su empresa debe mejorar.

Además de las ideas que surjan de este auto-diagnóstico, es importante tener en cuenta otras recomendaciones que le ayudarán a mejorar el desempeño de su empresa:

- Estar atento a las señales del mercado sobre la percepción de la aceptación de sus productos o servicios, lo cual requiere una actitud permanente de indagación e investigación.
- Fortalecer su imagen corporativa.
- Tener actualizada la información de sus clientes y buscar distribuidores con experiencia.
- Mantener un enfoque de diferenciación de sus productos, servicio personalizado y cumplimiento de garantías.

Este material presentado por Bancóldex, su programa “aProgresar Gestión Empresarial” y la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia a través de la unidad de Fortalecimiento Empresarial, quien lo prepara, es la cuarta entrega del coleccionable ¡A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES!

Espera la siguiente entrega, en la cual desarrollaremos el tema: Los procesos de internacionalización: Oportunidad en tiempos de globalización.

Para mayor información, favor contáctenos a los correos electrónicos: [contactenos@bancoldex.com](mailto:contactenos@bancoldex.com) y [fortalecimientopyme@uexternado.edu.co](mailto:fortalecimientopyme@uexternado.edu.co)