

CICLO DE CHARLAS MAGISTRALES EMPRESARIALES DE ASOINCO:

Entender el mercado objetivo y tener métricas: Dos claves para el éxito de un negocio

Por: Bastián Álvarez Pardo

El alza creciente en los costos de los combustibles, transporte e insumos, en un contexto de incertidumbre internacional y un mercado cada vez más disputado, con muchos productos de bajo costo y baja calidad, obligan a las empresas de todos los tamaños, sobre todo las MiPymes, a innovar, volverse más competitivas y creativas.

Con el fin de orientar a los emprendedores y empresarios locales, ASOINCO, con apoyo de CORFO, a través del Programa Red Asociativa, Codesser e INACAP Sede La Serena, organizan el Ciclo de Charlas Magistrales Empresariales, cuyo objetivo es ayudarles a comprender el escenario económico actual y fortalecer su toma de decisiones.

Uno de los expositores de la jornada fue José Manuel Yáñez, gerente comercial de Virutex Ilko, la empresa más vendida en el rubro de la limpieza y el aseo en Chile y que cuenta con más del 50% de la participación en el mercado de utensilios de cocina.

Yáñez destacó que la primera clave para administrar y liderar un negocio en un entorno cambiante, es "entender bien tu mercado objetivo. Hoy, debes entender por qué te están comprando a ti y por qué no compran otro producto; qué uso le está dando el consumidor a ese producto y las diferentes formas de aplicarlo. No basta solo con vender, sino que hay que entender".

En segundo lugar, es esencial tener métricas, es decir, "medir realmente el nivel de ventas por días y por semana y tu nivel de operación local y tu logística, que te permiten ser más competitivo en el transcurso de los meses. Esos dos pilares permiten dar el puntapié inicial a una estrategia comercial de alto impacto".

LA INNOVACIÓN CONSTANTE

Bolsas de basura con aromas como chocolate dubai, productos de limpieza con aromas a frutilla, mango o bergamota, además de un tostador especial para cocinar arroz, son algunas de las innovaciones que Virutex Ilko está



José Manuel Yáñez, gerente comercial de Virutex Ilko, expuso en el ciclo de charlas magistrales de ASOINCO y compartió los principales consejos para que todo negocio prospere y se posicione en un mercado cada vez más competitivo y un contexto cada vez más convulsionado.



desarrollando para el mercado.

Sin embargo, la innovación no es un atributo exclusivo de las grandes empresas o multinacionales, ya que cualquier negocio, independiente de su tamaño, debe buscar la forma de innovar para diferenciarse en un mercado competitivo.

Yáñez ejemplifica que "nuestras esponjas termoflexibles, que se ponen blandas con el agua caliente y duras con el agua fría, son muy simples en términos de innovación, pero han tenido un alto impacto; o las bolsas de basura aromatizadas, que permiten un impacto importante en la experiencia en casas y oficinas. La gente tiene menos tiempo y busca productos de calidad, que se puedan usar rápida y efectivamente".

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Las alianzas estratégicas son otra clave para el éxito de una empresa ya que, independiente de su tamaño, todo emprendimiento puede generar redes de apoyo, que permitan potenciar sus productos o servicios.

En el caso de Virutex Ilko, generaron una alianza con una cadena de retail de vestuario, que proporciona los colgadores en desuso, para reciclar el material y con ello, experimentar para la elaboración de las bases

de escobillones y otros productos, solucionando a través de la economía circular, el alto nivel de desechos del retail y facilitando el acceso a materias primas para la industria.

La próxima charla del Ciclo de Charlas Magistrales Empresariales, organizado por ASOINCO, se realizará el 7 de mayo, en INACAP Sede La Serena y contará con la presentación de la compañía Lenovo, que tratará acerca

de las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial para las empresas.

PRIORIZAR (Y COMUNICAR) LA CALIDAD

Y, justamente, en un escenario altamente competitivo, en el que la irrupción de los malls y marcas chinas, que ofrecen productos a bajo costo y de cuestionable durabilidad, ofrecer productos de buena calidad, es

un atributo indispensable.

"Es muy relevante que la gente pueda comunicar sus ventajas comparativas y su durabilidad. El hecho que sea un producto de una empresa pequeña, no significa que no pueda ser competitivo, sino que tiene que fortalecer sus ventajas diferenciadoras y tener una estrategia de precio clara que le permita llegar a los hogares", señala Yáñez.



¡NO PODEMOS PARAR!

HAZTE SOCIO

Será un año complicado y por eso, hay más que nunca necesidad de tu compromiso y ayuda.
 Gracias a la aporte voluntarios más de 800 niños en las 5 zonas de nuestro País: • Sede San Bernardo • Sede Providencia • Sede La Serena • Sede Araucanía y Jardín Inclusivo "Guato a la vida"

 **edudownoficial | www.edudown.cl**

Para donar comunícate al mail: psantander@edudown.cl