

Mejora la **experiencia de compra** de tus clientes con nuestras **herramientas de ventas BAC** y conviértelos en embajadores de tu marca.

miempresa
Propemi  **BAC**



¿Cómo competir en un mercado en madurez?

Las estrategias empresariales pueden incluir la posibilidad de incursionar en nuevos mercados. En particular, entrar a un mercado maduro es un desafío que requiere estrategia, innovación y visión. En esta Cápsula te mostraremos cómo destacar entre tantos competidores usando la capacidad de anticiparte a las expectativas cambiantes de los consumidores.

El volumen de ventas vuelve atractivo a los mercados maduros, aunque puede ser un espejismo. En esta fase, los competidores ya cubren la mayoría de los segmentos (si no es que todos) y, en muchos casos, invaden los espacios de otros, reduciendo las ganancias para todos; es decir, la manera más fácil de crecer en un mercado maduro es quitándole clientes a la competencia. Así, el que las ventas hasta ese momento hayan sido destacables como para provocar interés en entrarle al mercado, eso no significa que se logrará obtener una cuota aceptable sin mayor estrategia.

Las oportunidades deben ser aprovechadas y puestas en valor. A continuación, te compartimos algunos factores a considerar antes de invertir en un mercado establecido (uno que ya existe antes de que tu empresa entre en él):

- Evalúa la rivalidad existente en el mercado: revisa indicadores que muestren el grado de saturación de la competencia, si se requieren grandes plantas o inversiones de capital, y si los competidores tienen posiciones sólidas ante tu eventual llegada. Una forma de analizarlo es investigar la capacidad ociosa existente en los incumbentes, así como la tendencia en las tasas de crecimiento de las ventas.
- Analiza las barreras de entrada y salida del mercado: una barrera de entrada es todo obstáculo que complique el surgimiento de nuevas empresas en el mercado, mientras que una barrera de salida es todo elemento que vuelva engorroso o difícil dejar el mercado una vez deja de ser atractivo para hacer negocios. En general, valida que el mercado de tu interés tenga altas barreras de entrada y bajas barreras de salida, ya que eso limitaría la competencia en el mercado.
- Evalúa el grado de sustituibilidad del producto: un producto es sustituto de otro cuando uno y otro entregan al consumidor niveles de satisfacción indiferentes; así, si la reacción de tu volumen de ventas sigue el movimiento del precio de la alternativa comparada y de forma más que proporcional, se dice que hay una alta sustituibilidad, en cuyo caso tu precio y tus ganancias estarán restringidos como variables de conducta y desempeño, respectivamente.
- Considera el poder de los compradores: mide qué tanto reaccionan tus clientes a cambios en el precio de tu producto, de manera que valides si les resulta fácil o no cambiar de proveedor; acá, la diferenciación te abre un espacio competitivo importante al volverse un “escudo” contra el poder de los compradores, ya que mantendrás cierto control de la relación.

Mi empresa propemi BAC pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Mejora la **experiencia de compra** de tus clientes con nuestras **herramientas de ventas BAC** y conviértelos en embajadores de tu marca.

miempresa
Propemi  **BAC**



- Analiza el poder de los proveedores: no tener completo control de tu cadena vertical puede abrir amenazas a tus resultados empresariales; evalúa qué tanto pueden llegar a presionarte con precios altos o con límites de entrega (tiempos de entrega, cargos extras, etc.). Una señal de alerta es cuando el insumo crítico de tu operación es provisto por un monopolio (un solo proveedor) o por un oligopolio (pocos proveedores).

La innovación es tu mejor aliada. Introducir atributos únicos y mantener una propuesta de valor clara te permitirá captar la atención del cliente antes que la competencia. No olvides que las expectativas son progresivas y dinámicas: lo que hoy sorprende, mañana será estándar. No hay tiempo para perder.

La competencia en mercados maduros requiere muchas veces invertir en maquinaria y equipo especializado. La inversión en capital físico permite innovar y producir con más eficiencia, generando así incrementos de margen. BAC pone a tu disposición el Crédito de inversión, diseñado para financiar la compra de maquinaria y equipo que eleve tu capacidad competitiva, con condiciones flexibles adaptadas a tus necesidades, impulsando el crecimiento de tu empresa con seguridad y respaldo. Conoce más sobre el producto [aquí](#).

Mi Empresa Propemi BAC es tu aliado para que cada inversión cuente. Consulta hoy con tu Ejecutivo de Negocios y descubre cómo nuestras soluciones pueden ayudarte a crecer de forma estratégica y sostenible.

Mi empresa propemi BAC pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic.sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**