

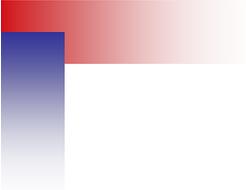
La Importancia de una Orientación hacia el Mercado en Tiempos Inciertos

Miguel I. Gómez, Assistant Professor
Applied Economics and Management, Cornell
University

*Preparado para el Seminario Agricultura en Tiempos Inciertos, Western
Extension Committee, Marzo 17 2010*



Cornell University

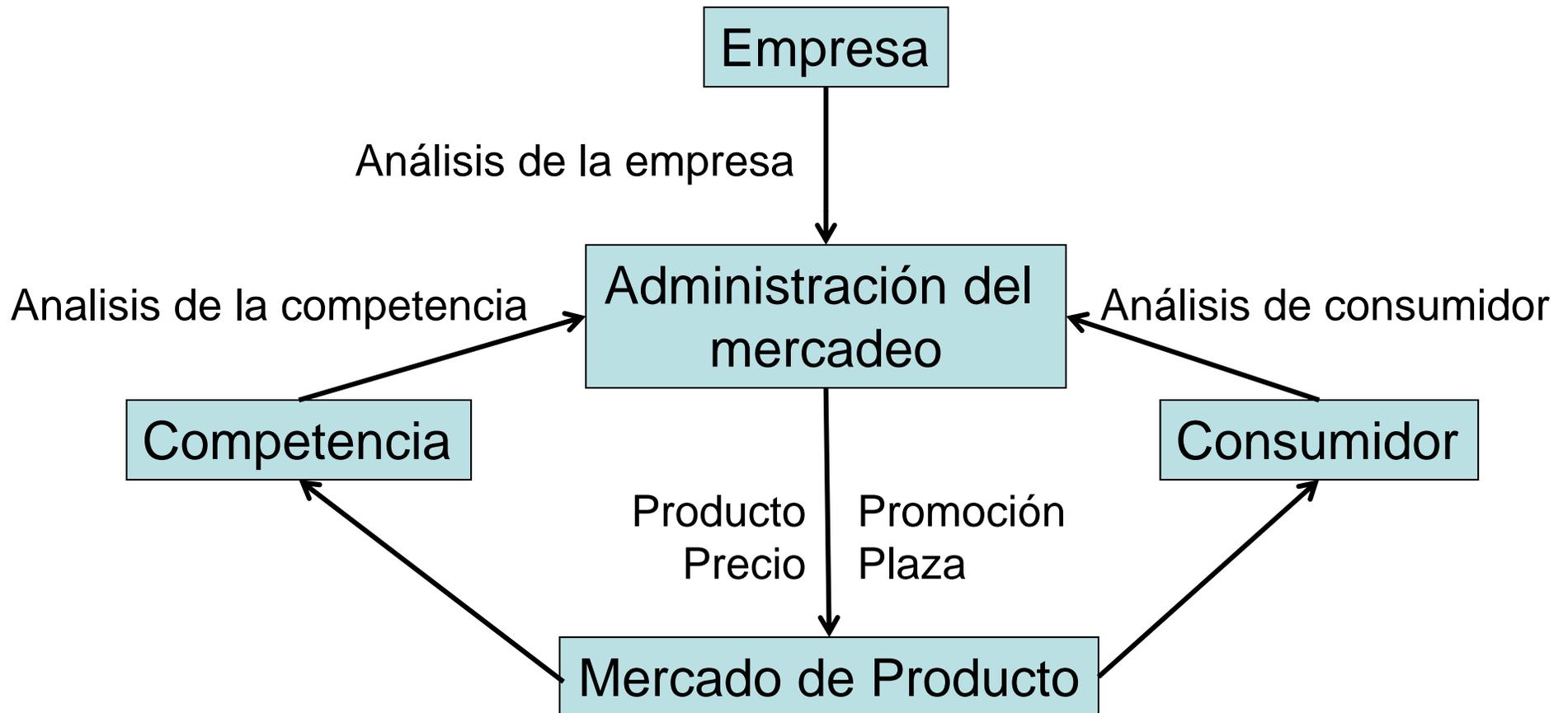


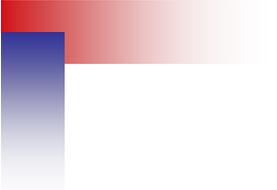
Agenda

- Un esquema para administrar el mercadeo
- Orientación hacia el mercado versus orientación hacia el producto
- Aspectos críticos clave:
 - ✓ Selección de canales de distribución
 - ✓ Adición de valor agregado
 - ✓ Satisfacción del cliente
- Preguntas y comentarios finales



Un esquema para administrar el mercadeo

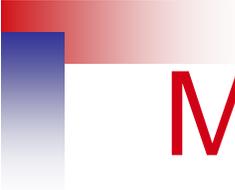




Miopía de Mercado

- Terminó acuñado por Theodore Levitt en su argumento que muchos empresarios en muchas industrias no reconocen el concepto amplio de sus negocios
- Crecimiento futuro se pone en riesgo cuando los empresarios carecen de una orientación al mercado confiando en
 - una población creciente y cada vez más rica
 - Inexistencia de productos sustitutos
 - Demasiado énfasis en reducción de costos
 - Demasiado énfasis en Investigación y desarrollo





Miopía de Mercado: Ejemplos

Orientación Producto

Operamos una empresa telefónica de larga distancia

Operamos un ferrocarril

Hacemos cámaras

Hacemos cosméticos

Orientación Mercado

Proveemos formas múltiples de comunicación de manera confiable, eficiente y a costo moderado

Ofrecemos un servicio de transporte y manejo de materiales

Ayudamos a preservar bellas memorias

Lo ayudamos a verse mejor



Orientación al Mercado: Ejemplo

“Golden Berries” (Uchuvas):
fruta exótica con demanda
creciente en mercados
internacionales



Cornell University

Que canales de Distribución?

- Que pasa con Walmart?
- Los supermercados independientes? Los supermercados étnicos?
- Los “deep discounters”?
- Los canales de distribución directos?
- Los procesadores de alimentos?



ALDI

7,500 almacenes; marca de alto reconocimiento en Alemania

Ventaja comparativa: compra un numero reducido de productos (1,000-1,5000), pero en grandes cantidades y al precio mas bajo posible

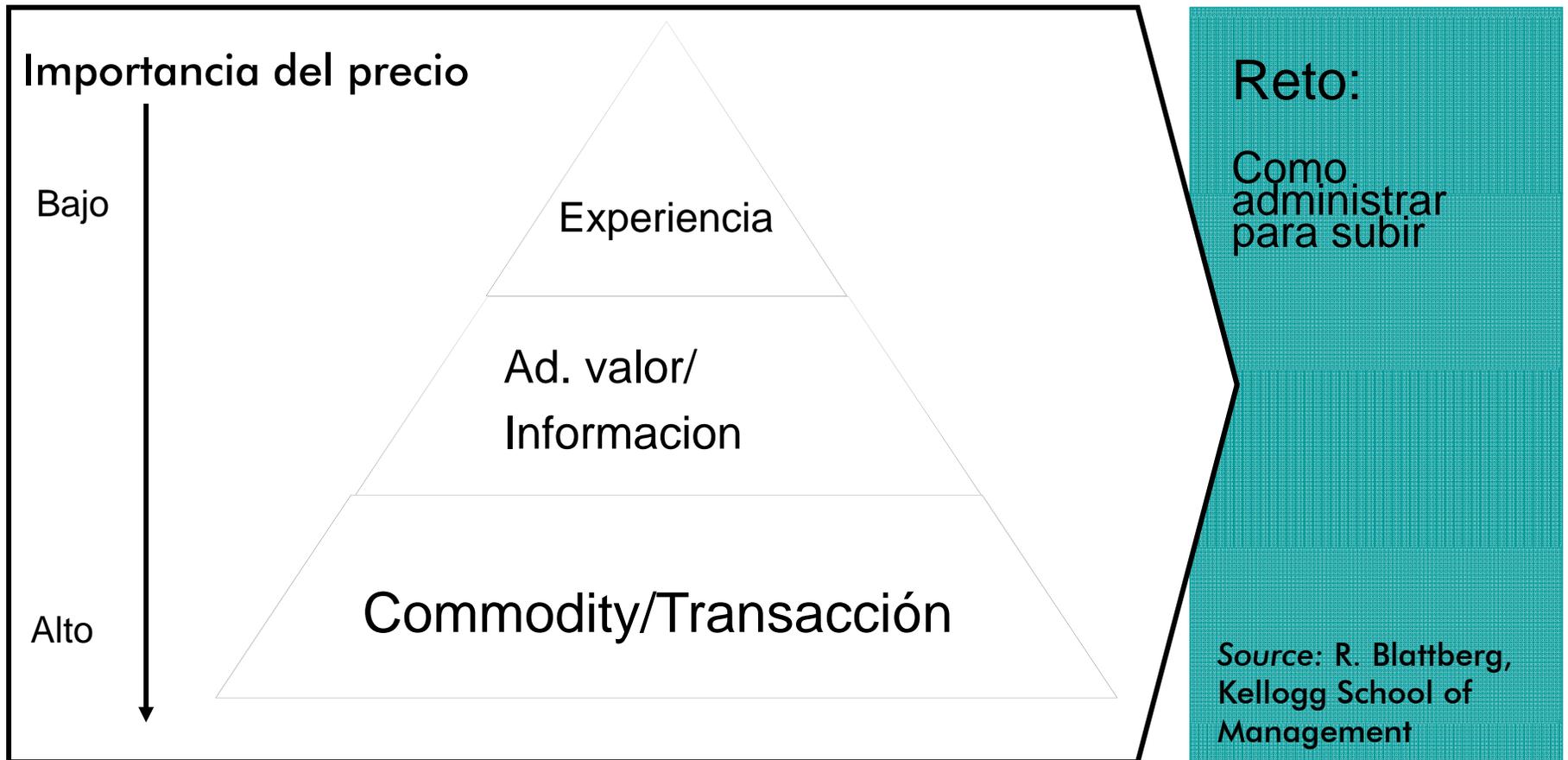
Pero en realidad, la clave del exito?

Relación con los miembros del canal de suministro



MEDION INTERNATIONAL

Expectativas de los Consumidores



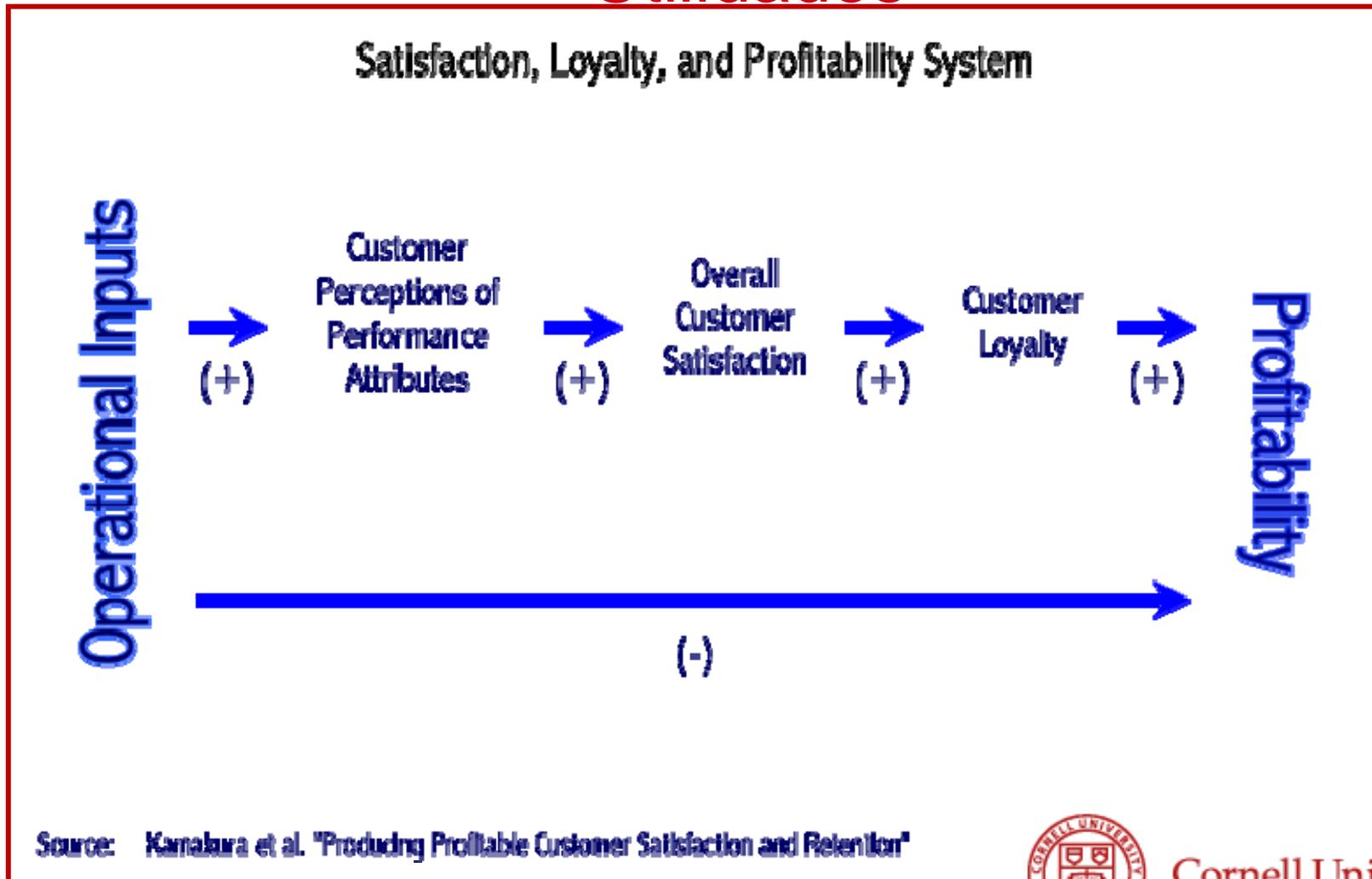
Experiencia Y el Costo del Café



Starbucks añadió 1,500 unidades el año pasado



Relación entre Satisfacción del Cliente y las Utilidades

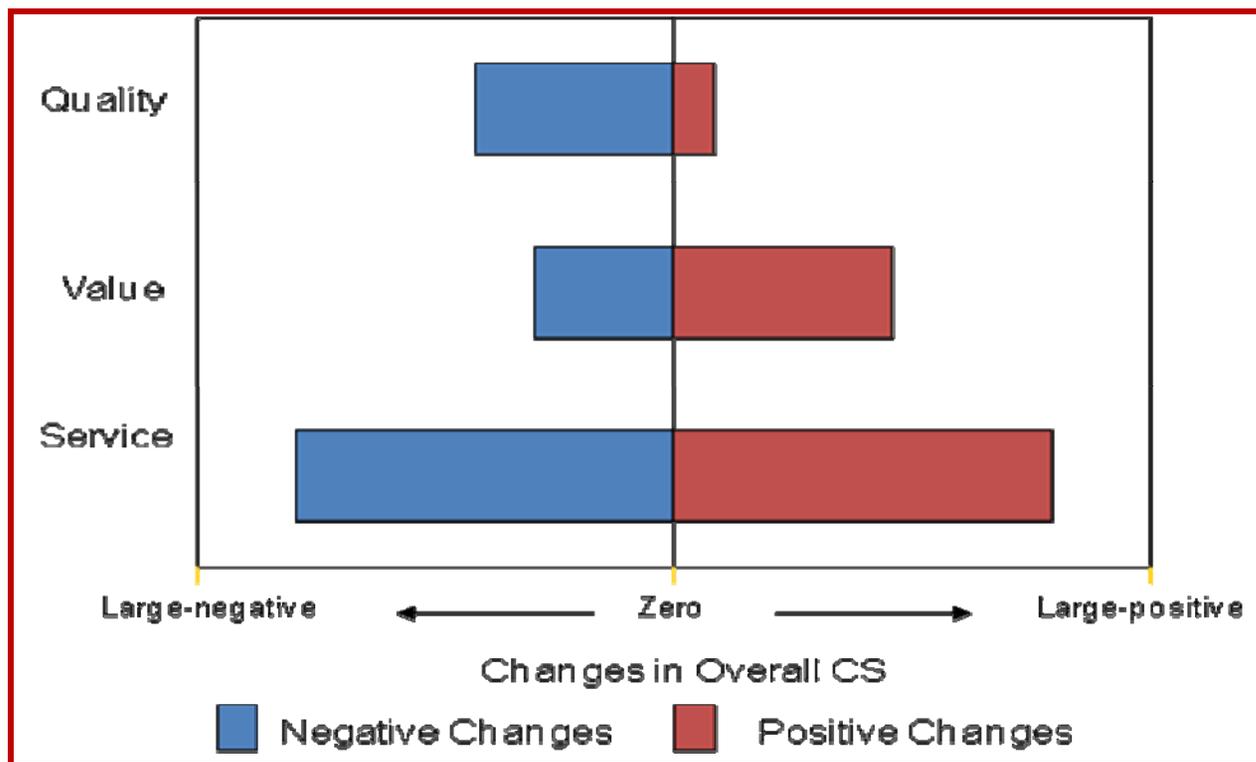


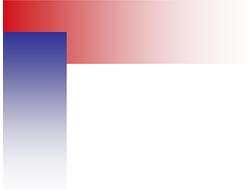
Source: Kamakura et al. "Producing Profitable Customer Satisfaction and Retention"



Cornell University

Los determinantes de la satisfacción del cliente en el sector de alimentos





Gracias!

Preguntas, Comentarios?

Miguel I. Gómez

Cornell University

mig7@cornell.edu



Cornell University