

¿Y mientras tanto qué hacemos?



Tiempo de lectura: 2 min.
[Guillermo Mendoza Dávila](#)
Mié, 26/10/2022 - 05:45

El país comienza a transitar paulatinamente por una senda de recuperación económica de la mano de un cambio de modelo, un profundo viraje oficial que ahora promueve abiertamente las virtudes del emprendimiento y de la producción, al punto que desde el alto gobierno se promociona el fortalecimiento de la capacidad exportadora del país y las autoridades están abiertas a parlamentar con los gremios empresariales acerca de los más variados temas, considerados hasta hace poco anatemas provenientes de un sector visto con intolerancia.

Esos temas siguen presentes en su gran mayoría, pero al menos hay disposición a debatirlos, a considerar los planteamientos ofrecidos y en algunos casos ya hay resultados favorables.

Más allá de preocuparnos de entretener las teorías conspiratorias y discutir si se trata solamente de una estrategia política demagógica o si es más bien la genuina aceptación por parte de las autoridades de aquella máxima universal que reza que solamente produciendo más bienes y servicios podremos generar riqueza y progreso para todos; preferimos ocuparnos aquí de analizar las opciones disponibles al sector productivo. Mientras lleguen todos esos cambios requeridos y se den todas las condiciones favorables que motiven a todos a invertir, ¿qué podemos hacer?

Y es que bajo este escenario contemporáneo, en la misma Venezuela en la cual habitamos todos, hay algunos empresarios experimentados así como nuevos emprendedores que dejaron a un lado las archiconocidas vicisitudes y barreras de todo tipo para enfocarse en acometer con decisión sus proyectos y no hay dudas que se pueden apreciar numerosas historias de éxito como sólo nuestro terruño sabe producir, aún en este entorno tormentoso al que los llaneros se refieren como enrumazumado. Es bien conocido las victorias alcanzadas por algunas empresas establecidas así como varias historias famosas que se refieren a nuevas iniciativas en diversos sectores que incluyen alimentos, salud, comunicaciones, consultoría, transporte, tecnología, “delivery” y otras más.

Ciertamente la lista es aún insuficiente y se concentra en ciertos sectores productivos, socioeconómicos y geográficos. Más sin embargo, debemos revisar qué hicieron diferente para alcanzar y mantener el triunfo de sus operaciones a pesar de las realidades del país.

Si bien no hay receta fácil, es posible apreciar ciertos elementos comunes que podemos modelar y replicar. En todos los casos revisados existe la clara identificación de un nicho de mercado disponible, una necesidad nueva o desatendida y es allí donde se inserta ese empresario que logra triunfar, ofreciendo los productos y servicios adecuados para atender deseos insatisfechos.

La fórmula no es nueva, es universalmente válida en todos los países y en todos mercados, pero no todos los que conducen negocios la persiguen con claridad. Una estrategia comercial exitosa parte de la certera identificación de aquello que el mercado requiere con la pretensión de atenderlo mejor que los demás mediante una propuesta de valor que supera todas las opciones disponibles.

A pesar del reducido tamaño que exhibe nuestro mercado en comparación con años anteriores y aún a la vista de las múltiples limitaciones, seguirá habiendo oportunidades que atender. Quien las identifique triunfará.

guillermomendozad@gmdconsultor.com

[ver PDF](#)

Copied to clipboard