

***Mercados Emergentes, ¿quién descubre a quién?***

***Artículo escrito por Juan Rubén García Martínez***

***Sinaia Marketing***

Si hablamos de ***mercados emergentes***, nos surgen muchas preguntas pero una de las principales es la siguiente: ¿quién descubre a quién?

La ***globalización*** ha traído cosas buenas y malas, por un lado nos abre la puerta de todos los mercados posibles, haciendo que nuestro público potencial y nuestras posibilidades de crecimiento sean infinitos, pero por otra parte nos trae una competencia salvaje y despiadada, que no tolera errores y que hunde a la empresa que no sea eficaz y eficiente.

Y esa competencia surge de países emergentes, los famosos ***Bric*** y ***Civets***, gracias a la globalización de los mercados y a una mano de obra más económica que en nuestro país. Dichos países se convierten en productores de todo tipo de productos, sedientos de materias primas para producir y de artículos de lujo para una nueva rica clase social.

Es entonces cuando nos fijamos en ellos no como en una amenaza para nuestra maltrecha industria, sino como la salvación para nuestra economía y para nuestro desempleo galopante.

Es ahora por necesidad, y no cuando debiéramos en los tiempos de vacas gordas, cuando nos ponemos la gorra de “descubridores” y pretendemos enseñarles y venderles algo que otros países ya les están vendiendo desde hace tiempo.

Ese baño de realidad es lo que nos hace preguntarnos ¿quién descubre a quien?... y cuando te diriges a un nuevo mercado y es el supuesto “descubierto” quien te marca producto, precio y forma de pago, queda clara la respuesta.