

ebook

ESTRATEGIA DE OCEANOS AZULES

¿En qué mercado compites?

99,5%

DE LAS EMPRESAS
COMPITE EN OCEANOS
ROJOS

Son mercados con mucha competencia, donde cada uno debe tratar de sobresalir de los demás.

Son mercados maduros, cuando una empresa gana es porque otras han perdido.

Las empresas compiten mucho y colaboran poco, cada uno debe procurar obtener una parte más de un mercado ya definido.

QUE SON LOS OCEANOS AZULES

En 2005 Chan Kim y Renée Maubourgne publicaron el libro
ESTRATEGIAS DE OCEANOS AZULES

En la que señalan que hay otras
maneras de competir, especialmente
cuando las empresas se enfocan en
CREAR NUEVOS MERCADOS
(Océanos) en lugar de competir por
los que ya existen.

NUEVOS PRODUCTOS

Lo primero que viene a la mente es la creación de “nuevos productos”, sin embargo es posible que ellos rápidamente sean imitados, aunque esta es una estrategia de Océanos Azules, especialmente si la empresa es capaz de **crear nuevos productos de manera continua**, se está corriendo de los competidores.

Empresas que podemos ver en este ejemplo son **Gillete, 3M** que continuamente están generando nuevos productos que las separa de sus competidores.

UN NUEVO CONCEPTO

Algo más avanzado es cuando sea un nuevo concepto de producto.

Es decir sobre necesidades existentes se crean nuevas maneras de satisfacerlas, generando un **“cambio en las reglas de mercado”**, que obliga a que los competidores comiencen a quedar fuera del mercado.

Aquí podemos ver a empresas como **UBER y AIRBNB**.

Uber sigue ofreciendo un servicio de TAXI, pero totalmente diferente al tradicional.

Airbnb por su parte ofrece servicios de hospedaje a turistas, con un concepto disruptivo que es el alquiler de habitaciones en viviendas.

EL SISTEMA TRADICIONAL VS UBER

Antes de Uber las empresas ofrecían una tarifa determinada para sus servicios.

Era posible que no ingresaran a un barrio peligroso.

Si estabas en un restaurante a las 23 hs y llovía, era probable que no hubiera servicio de taxi, ni siquiera te atendía la central telefónica.

Uber no es propietario de ningún taxi, ni tiene plantilla de choferes. Cada servicio es un contrato con un conductor que puso su vehículo y fijó el precio.

Un conductor acepta llevarte a un barrio peligroso, también puede estar disponible un día de lluvia, no colapsa el servicio y el sistema siempre funciona porque no hay telefonista, y siempre puedes encontrar un conductor adicional.

EL SISTEMA DE HOTELES

Hay turistas que reclaman de los hoteles que:

- Tienen un precio alto
- Debes comer afuera
- Están en un espacio “turístico” muchas veces alejado de la verdadera ciudad.

VS AIRBNB

El turista que busca Airbnb renuncia a algunos “beneficios” de los hoteles, a cambio de otras “experiencias”.

Los alojamientos están emplazados en la ciudad, donde vives realmente la cultura, cuestan menos, te ofrecen más comodidades (no es una habitación sino un departamento o casa completo).

CIRQUE DU SOLEIL

Fue un cambio de 180 grados en el concepto de “circo”.

Abandonó la propuesta de bajo valor, con animales amaestrados y un par de payasos, en una carpa vieja, de una experiencia rápidamente olvidable y enfocada básicamente para los niños.

Los propietarios de CDS tienen formación en teatro y montaron un espectáculo sin animales, con acróbatas, malabaristas y música.

Show espectaculares, de alto precio, que son una **experiencia inolvidable para toda la familia.**

El negocio millonario se extiende por más de 15 elencos que actúan en simultáneo en distintas ciudades del mundo.

PEDIDOS YA GLOVO

Las empresas de delivery no crearon nuevos productos, distribuyen las pizzas, empanadas, bebidas de los restaurantes que ya estaban en el mercado.

Sin embargo al ofrecer un servicio ágil de entrega, revolucionaron el delivery de comidas rápidas, haciendo que **las personas pidan con mayor frecuencia** de lo que hacían anteriormente.

Estas empresas ahora abren depósitos de productos del hogar y comienzan a ofrecer servicio de entrega a domicilio de lo que habitualmente una persona compra en un supermercado, ayudando a las personas a ahorrarse tiempo de compra.

NUEVO POLO GASTRONOMICO

En muchas ciudades surgen nuevos polos gastronómicos. Desarrollan cuadras donde se instalan varios restaurantes uno al lado del otro.

No se ven como competencia, sino como desarrolladores de una **nueva zona de compras**, que aumenta la demanda y beneficia a todos.

IMPRESORA PARA UÑAS

Un nuevo invento está en el mercado.

La impresora de imágenes para uñas.

¿Habrá sido desarrollada por una fábrica de impresoras de papel o por otra industria?

Es una impresora particular. Con un visor que muestra una variedad de diseños de pinturas para las uñas que son verdaderas obras de arte.

La persona elige la que desea, coloca su dedo en un orificio y en 10 segundos la impresora pinta la uña con el diseño elegido.

¿Existen personas dispuestas a pagar varios USD por tener sus uñas con estas bellas imágenes? Claro que sí.

OCEANOS ROJOS

Mercado conocido.
Productos conocidos.
Competidores tradicionales.
Reglas de juego conocidas.

Difícil crecer.

Rentabilidad que decrece.

Estrategia: Competencia

OCEANOS AZULES

Nuevos Mercados.

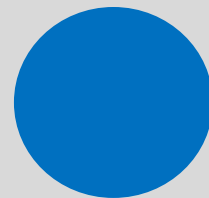
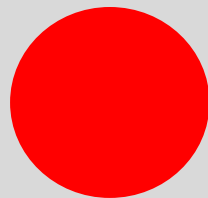
Pocos o ningún competidor.
Curva creciente de demanda.

Podemos fijar las reglas de juego.

Alta rentabilidad

Estrategia de colaboración para
desarrollar los mercados.

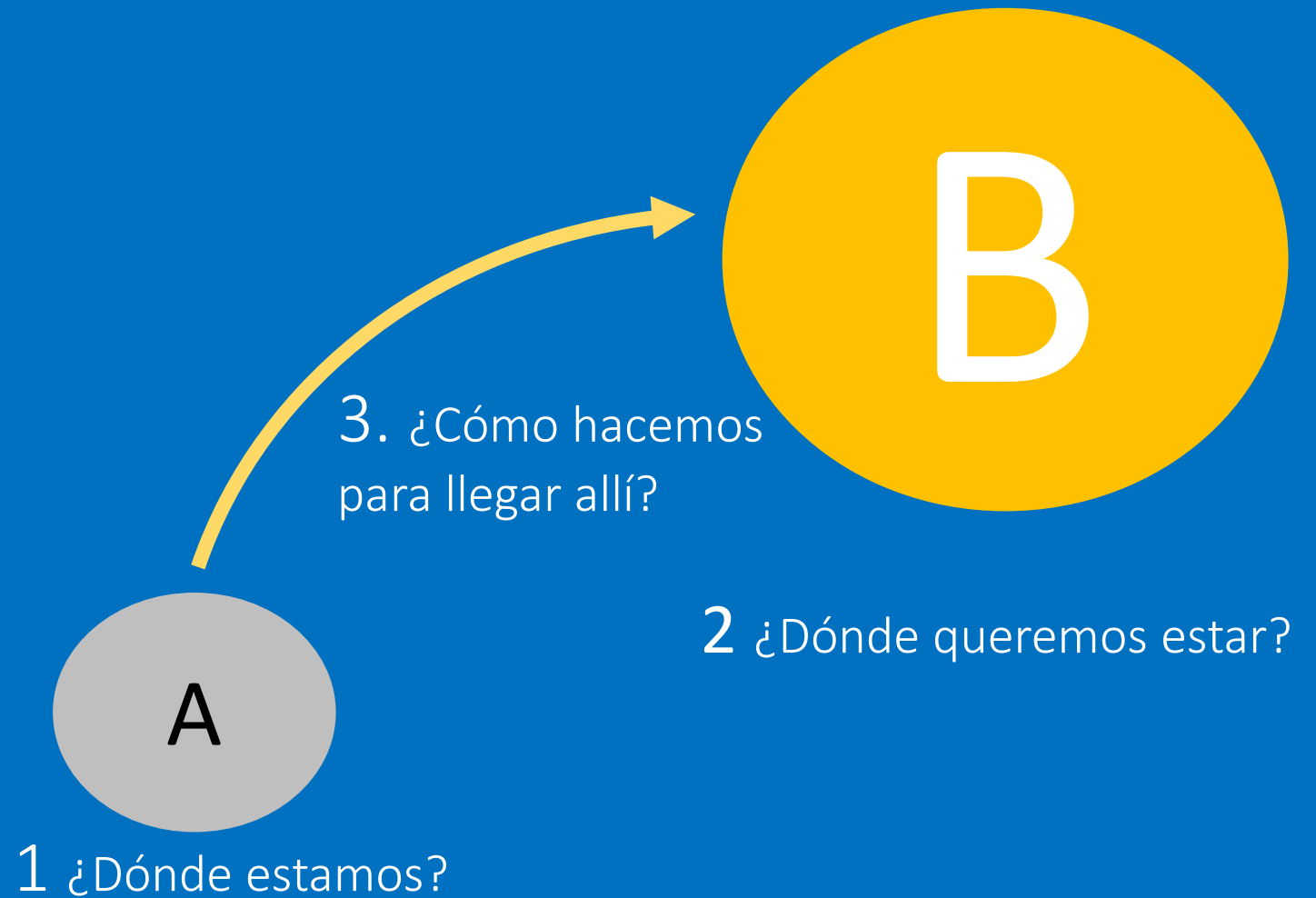
¿En qué mercado estás?



OCEANOS AZULES

- 1 Pensar más allá de los **productos actuales**.
- 2 Pensar más allá de los **mercados actuales**.
- 3 Pensar más allá de la **empresa actual**.

De la empresa que
somos a la que
queremos ser



ESTRATEGIA DE OCEANOS AZULES

Puedes crear tu futuro

 Consultores

www.ic-consultores.com.ar