Marcas ancla, una alternativa estratégica para emprendedores de negocios o sociales[1]

Una forma de disminuir el riesgo del fracaso de un negocio nuevo, a edad temprana, sobre todo vinculado al sector comercial, es la incorporación de lo que se denominan *marcas ancla*, las cuales por su gran reconocimiento y aceptación se convierten en una especie de *imán* de las preferencias de los potenciales compradores de un determinado bien y/o servicio.

En el negocio de los centros comerciales, por ejemplo, es uno de los factores clave que se toma en cuenta a la hora de poner en marcha este tipo de actividad económica. De ahí no es raro encontrar, como marcas ancla, a cadenas de supermercados o proveedores de servicios, como los financieros o los de comida preparada, ubicados estratégicamente en sitios clave del centro comercial que ha decidido abrir sus puertas en un determinado lugar geográfico del país.

Muchas veces la ausencia de este requisito estratégico ha conducido a la quiebra temprana de centros comerciales que se buscaban posicionar, como referentes de los negocios locales, en algún segmento del consumo de la población ecuatoriana.

Yéndonos a otros espacios del emprendimiento de negocios, este factor clave de la estrategia puede ser aplicado y lo aplican, en la actualidad, propietarios de micro y pequeñas empresas. Por ejemplo, expendedores de comida típica como la fritada o el hornado de cerdo, muestran junto a sus negocios, como proyección de un mensaje de seguridad alimentaria y dinamización de sus ventas, letreros en donde hacen explícito el respaldo de la marca de empresas grandes y reconocidas como buenas proveedoras de carne limpia, segura y nutritiva para el organismo humano.

A nivel del sector de la Economía Popular y Solidaria también se encuentran casos de actividades productivas que, bajo la óptica de marcas ancla, respaldan el trabajo y los productos ofertados por unidades de producción de escala micro o pequeña y/o de asociaciones y cooperativas que aglutinan a productores artesanales o que su nivel de producción, generado de forma individual, no permite abastecer las exigencias de medianos y grandes compradores nacionales e/o internacionales.

Entre casos representativos, de marcas ancla orientadas a la promoción del desarrollo productivo nacional, están el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio y la Fundación

[1] Wilson Araque Jaramillo. Director del Área de Gestión y Coordinador Fundador del Observatorio de la PyME. E-mail: wilson.araque@uasb.edu.ec. Fecha de publicación: 01 de abril de 2015. Sección Artículos de opinión: www.uasb.edu.ec/observatoriodelapyme.

Las opiniones expresadas en este documento son responsabilidad del autor o autores y no necesariamente reflejan un punto de vista del Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Maquita Cushunchic, quienes con la evidencia de su accionar eficaz, eficiente y sobre todo, comprometido con el cumplimiento de su misión social se han convertido en organizaciones referentes del cómo una idea, basada en los principios de la *coherencia, la justicia y la honestidad*, se puede convertir en hechos reales que la sociedad nacional e/o internacional las reconoce como *buenas prácticas* de un espacio, como el social, en donde las necesidades del ser humano están ávidas del aparecimiento de personas y/u organizaciones llenas de las características que están detrás del denominado *espíritu emprendedor* -creatividad, perseverancia, capacidad para asumir riesgos y positividad a la hora de ver a las debilidades y amenazas como oportunidades de mejora o de la generación de un nuevo bien y/o servicio-.

Finalmente, en el campo de lo exclusivamente social, desde la óptica comunicacional, el momento que un proyecto tiene el respaldo de alguna organización pública y/o privada, nacional e/o internacional de trayectoria reconocida, se le abre un abanico mayor de opciones a la hora de conseguir, para su ejecución, apoyos financieros y/o no financieros. De ahí, no es raro que un proyecto financiado por algún cooperante de reconocida importancia internacional, luego con facilidad reciba el apoyo de actores relacionados a los gobiernos local o central, potenciando, así, su capacidad de generación de impactos positivos para el proceso de desarrollo de un determinado territorio local, regional, nacional e/o internacional.