

LIBROS

# Dime de qué tribu eres y te diré qué producto te vendo

La autora aborda los nuevos grupos de consumidores

Usted tiene muy claro que va a montar un negocio por su cuenta y busca nuevos nichos donde desarrollar su actividad. Puede hacerlo a partir de un producto innovador, un revolucionario sistema de ventas o una publicidad muy agresiva. Pero quizás debería preguntarse también a qué *tribu* social puede interesarle su producto. Esto es lo que plantea Pilar Alcázar en su libro *Entre singles, dinkis, bobos y otras tribus*, un manual práctico dirigido a pymes y autónomos que pone el foco de atención en los nuevos grupos de consumidores.

Para la autora, resulta de vital importancia tener en cuenta estos nuevos segmentos poblacionales, ya que cada uno tiene unas pautas de consumo particulares y, lo que les interesa a unos, poco tiene que ver con los impulsos de compra que tienen otros. Un ejemplo: desde que hace varios años se introdujo el término de *metrosexuales*, las empresas del sector cosmético que han desarrollado líneas de productos masculinos han encontrado un importante foco de negocio.

¿Y cuáles son las nuevas tribus a tener en cuenta a la hora de enfocar las ventas? Alcázar las aborda en la segunda parte de su libro, tras explicar en la primera por qué es importante para las pymes no descuidarlas. Mediante casos concretos y ejemplos prácticos el texto habla de los *adultecentes*, públicos adultos que siguen pautas de consumo propias de la adolescencia, a los que resulta fácil convencerlos para que adquieran el último modelo de teléfono móvil. También nos topamos con los *singles*, personas que viven solas y dedican gran parte de sus ingresos al ocio. O los

*dinkis*, integrados por matrimonios sin hijos que, en lugar de aumentar el número de miembros del núcleo familiar, prefieren incrementar sus experiencias de ocio a través de viajes y actividades en pareja.

Uno de los capítulos más interesantes es el que hace alusión a los *bobos* (bohemios burgueses), consumidores de alto *standing* con mucho tiempo libre y una suculenta cuenta corriente, que no escatiman a la hora de apostar por productos de calidad, especialmente en lo referente a la alimentación: ¿tiene una plantación de cebollas ecológicas cultivadas sin fertilizantes sintéticos? Véndaselas a ellos, independientemente del precio.



JAVIER OLIVARES



Entre singles, dinkis, bobos y otras tribus. Planeta Empresa 200 páginas

**Pilar Alcázar**  
Es licenciada en Ciencias de la Información y experta en marketing y oportunidades de negocio. Actualmente desarrolla su labor profesional como redactora de la revista *Emprendedores*.

TIEMPO Fuente: [Meteored.com](http://Meteored.com)

España sábado

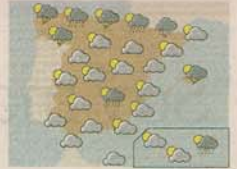
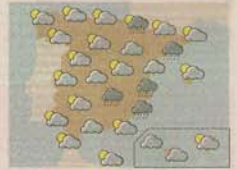
	MIN	MAX	PREV
Madrid	12	21	Nub
Barcelona	17	24	Nub
Valencia	17	28	Nub
Sevilla	16	27	Nub
Zaragoza	13	23	Nub
Bilbao	14	20	Llu
Málaga	15	26	Nub
Coruña	13	19	Llu
Murcia	15	28	Sol
Mallorca	19	25	Nub

España domingo

	MIN	MAX	PREV
Madrid	13	24	Nub
Barcelona	17	22	Llu
Valencia	17	26	Nub
Sevilla	14	28	Nub
Zaragoza	13	23	Nub
Bilbao	13	20	Llu
Málaga	16	24	Nub
Coruña	12	19	Nub
Murcia	16	28	Nub
Mallorca	20	25	Llu

CONTAINERCLICK

Venta y reserva para el transporte de contenedores en solo tres pasos  
[www.renfe.com/mercancias](http://www.renfe.com/mercancias)



SUDOKU

Por Agustín Fonseca

9	7	1	4	8	2	6	3	5
8	6	5	1	3	9	4	2	7
2	4	3	6	7	5	9	8	1
5	3	8	2	4	7	1	6	9
6	2	7	8	9	1	3	5	4
4	1	9	5	6	3	2	7	8
3	9	4	7	2	8	5	1	6
1	8	6	3	5	4	7	9	2
7	5	2	9	1	6	8	4	3

Cómo jugar

El Sudoku se desarrolla en un tablero dividido en nueve regiones y 81 casillas. Rellene las celdas vacías con los números del 1 al 9 de forma que ninguno se repita en cada fila, columna y cuadrado.

◀ Solución de ayer

Juegue en Internet en [www.eleconomista.es/servicios/sudoku](http://www.eleconomista.es/servicios/sudoku)

3	6		1					
	8	4		2	7			
							8	
	7					3	2	5
			3	9		2	1	
1		2	4					7
		1						
				3	8		5	4
							5	1
								2

RECOMENDAMOS



**El principio estrella puede hacerle rico**  
Richard Koch  
Paidós Empresa  
320 páginas  
20 euros

Guía para encontrar la inversión más rentable

¿Quiere descubrir qué empresas pueden hacerle rico? Este libro intenta desvelar las claves para saber apostar por aquellas compañías que operan en sectores de crecimiento rápido y son líderes de su nicho de mercado. Son lo que Richard Koch denomina *empresas estrella*. Para el autor, este libro representa un manual de seguimiento para emprendedores e inversores deseosos de hacer fortuna.

Cooking Sales



**Cooking sales. Vender más y mejor.**  
Javier Fuentes Merino  
Ibersaf  
207 páginas

La fuerza de contar con un buen chef comercial

Este manual de ventas desgana el funcionamiento del departamento comercial ideal que toda empresa debería tener, con *recetas* prácticas, pero alejándose de las reglas fijas. Desde cómo elegir un buen equipo comercial a las distintas situaciones que se pueden dar en el momento de cerrar una venta, el libro pretende desvelar la importancia de este departamento, y más en tiempos de crisis.



**Tu marca personal**  
Hubert Rampersad  
Lid Editorial  
199 páginas  
19,90 euros

La imagen de marca aplicada al individuo

En el ámbito empresarial las compañías son conscientes de que saber gestionar su imagen de marca es fundamental para un mejor posicionamiento en el mercado. Hubert Rampersad traslada este concepto al plano de las personas y trabajadores, con este libro que explica cómo aplicar los principios del *branding* al individuo, para reforzar su posición en el mercado laboral y atraer nuevas oportunidades.