

Alientan expertos a diversificar productos o servicios

12,473

Tape con innovación el 'bache' económico

► Estudie las formas de cómo mantenerse en el mercado de manera eficiente

Gabriela Cabrera

Si la demanda de sus productos o servicios se estancó o bajó, busque alternativas, diversifique e innove para salir del "bache".

Ya sea con un nuevo producto o servicio a bajo precio; la sustitución de insumos más económicos, o bien, nuevos clientes, usted puede mantenerse en el mercado de manera competitiva, explicaron expertos de ProEmpleo y el Instituto Pyme.

"Si es una gran empresa con una línea de producción, es más complicado; pero para una pequeña empresa, la diversificación es una opción para salir adelante, transformando sus productos o cambiando mercados", dijo Deyanira López, coordinadora de la Red Nacional ProEmpleo.

Por ejemplo, si una micro o pequeña empresa se dedica a vender pasteles y no vende lo suficiente para cubrir todos sus compromisos, puede hacer pasteles de otro tamaño o empezar a hacer bolillos o cualquier otro tipo de pan, es decir, diversificarse.

También, un pequeño empresario que se dedica a la aromaterapia y vende frascos de esencias a 500 pesos cada uno, pero le resulta difícil colocar sus productos,

puede hacer unidades o presentaciones de menor tamaño y venderlas a 100 pesos o menos, haciéndolos más accesibles.

Otros negocios que se dedican a producir y comercializar focos y lámparas ahorradoras de energía, y tienen como canales de distribución los supermercados, sino están vendiendo lo estimado, pueden buscar otros clientes como restaurantes y oficinas, que paguen un precio más alto, en un menor plazo.

Para Cosette Oropeza, directora del Instituto Pyme en Línea, existen dos maneras de actuar en tiempos de problemas económicos, tomar riesgos y mostrarse reacios al riesgo.

Primero, las empresas optarán por tomar decisiones como innovar un producto y/o sacar un producto a bajo precio que compense aquellos que están teniendo una menor demanda.

Posteriormente, las empresas se muestran reacias al riesgo y tomarán decisiones que las lleven a cuidar el gasto en todos los sentidos, evitará los préstamos o créditos y sacarán del mercado aquellos productos que no tienen una fuerte demanda de los clientes.

"Esto no significa que las compañías no utilicen ambas tácticas y las comiencen para mitigar el riesgo en un 'bache económico', advirtió la experta del Instituto Pyme en Línea.

Las expertas recomendaron que antes de tomar opciones de solicitar un crédito, préstamo o recortar personal, las empresas deben acudir con consultores empresariales para solicitar asesoría

Un sector débil

La fragilidad de las Mipymes se debe al insuficiente nivel de tecnología y conocimiento que tienen.

95

por ciento de las unidades económicas en México son microempresas.

50

por ciento representan del Producto Interno Bruto.

70

por ciento del empleo generan las Mipymes.

y encontrar la mejor opción o estrategia para salir del problema.

"Si la empresa esta pasando por un 'bache económico', tiene que analizar y encontrar el origen del problema, antes de tomar decisiones drásticas como solicitar un crédito, despedir personal o cerrar", afirmó la experta de ProEmpleo.

Los empresarios tienen que encontrar la causa u origen de ese problema, que puede ser provocada por una mala administración, pérdida de clientes, mercados mal delimitados y canales de

distribución equivocados y baja capacidad de producción.

"Muchos empresarios tiene problemas económicos y lo primero que piensan es solicitar un crédito.

"A lo mejor se les está filtrando ese dinero en determinados procesos de la operación del negocio. Por eso, independientemente de cualquier situación económica del País o de la empresa, los empresarios tienen que analizar muy bien cuál es el problema real y buscar oportunidades para salir adelante", dijo Deyanira López, coordinadora de la Red Nacional ProEmpleo.

Consideró que si están atravesando por un desajuste económico, deben de hacer una pausa, por muy pequeña que sea, para analizar el problema y buscar algunas alternativas.

"Si se empeñan en seguir la operación o vendiendo el mismo producto o servicio al mismo mercado, a la larga van a perder más. Los empresarios tienen que buscar oportunidades o estrategias para que los clientes sigan comprando esos productos u otros nuevos", dijo la experta de ProEmpleo.

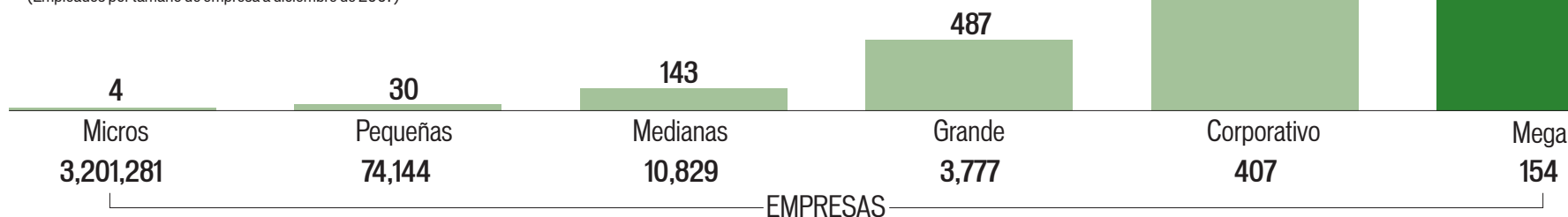
No desaproveche la oportunidad de salir del problema, tome un curso para encontrar las causas del problema y recuperar el ritmo normal de su empresa.

La idea es que usted recupere a sus clientes, o conquiste y atraiga a nuevos, explore nuevos mercados, haga más eficiente su operación, cierre las fugas de capital y, en general, busque mantenerse a flote.

Aportan poco valor

En el País, la microempresa, aunque en número son la mayoría, aportan poco valor agregado a la economía.

(Empleados por tamaño de empresa a diciembre de 2007)



Fuente: REFORMA con información del IMEF.