

TALLER DE INTRODUCCION A LA ARTICULACION E INTEGRACION PRODUCTIVA

IBERPYPME

La Antigua Guatemala

3 y 4 Mayo 2007

DESAFIOS DE LA PyME EN EL ENTORNO ACTUAL

COCAI

Mayo 2007

EL NUEVO ENTORNO ECONOMICO

INTERNACIONALIZACION
DE LA ECONOMIA

TENDENCIAS MUNDIALES
DEL CONSUMIDOR

GENERAN UN DESAJUSTE EN
LA ECONOMÍA QUE AFECTA
AL TEJIDO EMPRESARIAL

TRAER MUCHAS
OPORTUNIDADES
QUE DEBEMOS
SABER APROVECHAR

EL CONSUMIDOR
QUIERE
PRODUCTOS
DIFERENCIADOS

PRESENCIA DE CRISIS
ECONOMICA Y RECESION



PLCR Y CLCR 2005

ECONOMÍA DIRIGIDA POR EL CONSUMIDOR

- Higiene
- Nutrición
- Saludable
- Sabor
- Color
- Olor
- Conveniencia
- Oportunidad
- Inocuidad



- Nutracéuticos
- Farmacéuticos
- Materiales biodegradables
- Energía renovable
- Protección al medio ambiente

•El Mercado no pide bajos costos, quiere diferenciación. Vale la pena?

•"No es la diferenciación del empresario", es lo que el mercado pide"



EJEMPLOS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS



- 1.- Calzado ergonómico
- 2.- Sector Textil: Hamacas de Masaya
- 3.- Ropa interior ergonómica
- 4.- Sector confección: Algodón Orgánico, protective apparel (pantalones, chalecos, chamarras selladas..)
- 5.-Café orgánico, etc..

CLCR 2005

TENDENCIAS MUNDIALES DE LOS CONSUMIDORES CASO ALIMENTARIO

- Salud (vino, café, leche deslactosada....)
- Conveniencia (productos precocidos: fríjol, pan)
- Atributos (orgánicos y mejores propiedades intrínsecas)(café, leche, carne natural)
- Conservación medio ambiente
- Preferencias étnicas (carne kowi, Japón)
- Preferencias éticas (precio justo)
- Biotecnología (vida de anaquel)
- Inocuidad
- Certificación
- Rastreadabilidad



CLCR 2005

¿ SI NO SE APROVECHAN LAS OPORTUNIDADES ?

- No cumplen con los requisitos para competir, precio, calidad, servicio.
- Cierre de miles o cientos de PyMES
- Desajustes Macroeconómicos

PARA COMPETIR EN EL NUEVO ENTORNO ECONOMICO ES NECESARIO ASUMIR LOS SIGUIENTES RETOS

CONTAR
CON PRECIOS
COMPETITIVOS

MEJORAR LA CALIDAD
DE
PRODUCTOS Y SERVICIOS

MEJORAR EL SERVICIO
AL CLIENTE

MERCADEO EFICAZ
PAIS Y EXTRANJERO






MEJORAR GESTIÓN
ADMINISTRATIVA

FOMENTAR LA
INNOVACIÓN

DIVERSIFICACIÓN
PERMANENTE DE
OFERTA

2005

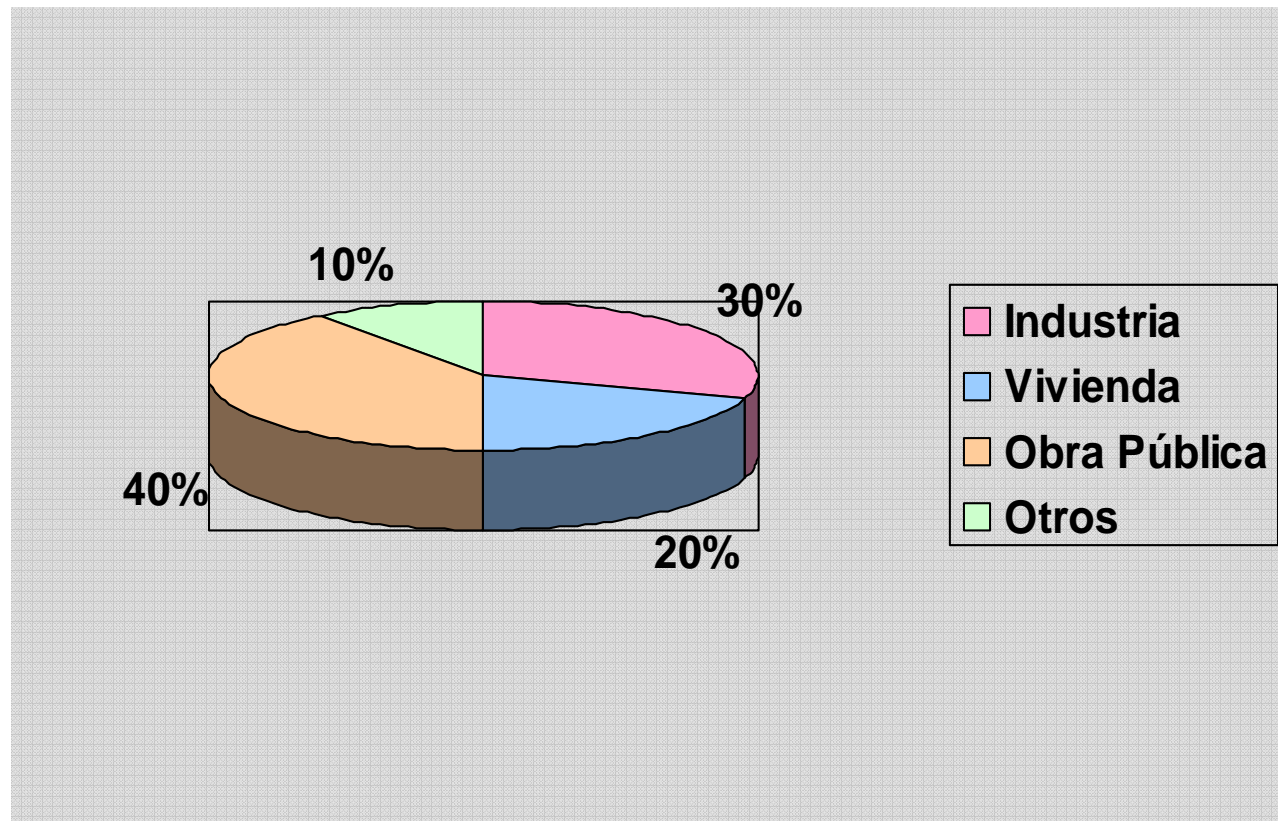
LAS GRANDES EMPRESAS ENFRENTAN LOS RETOS DEL NUEVO ENTORNO CON ESTRATEGIAS INDIVIDUALES

-  Mejora continua
-  Reingeniería
-  Ingeniería de reversa
-  Alianzas Estratégicas
-  Fusiones o adquisiciones

(Rosales, 1998)

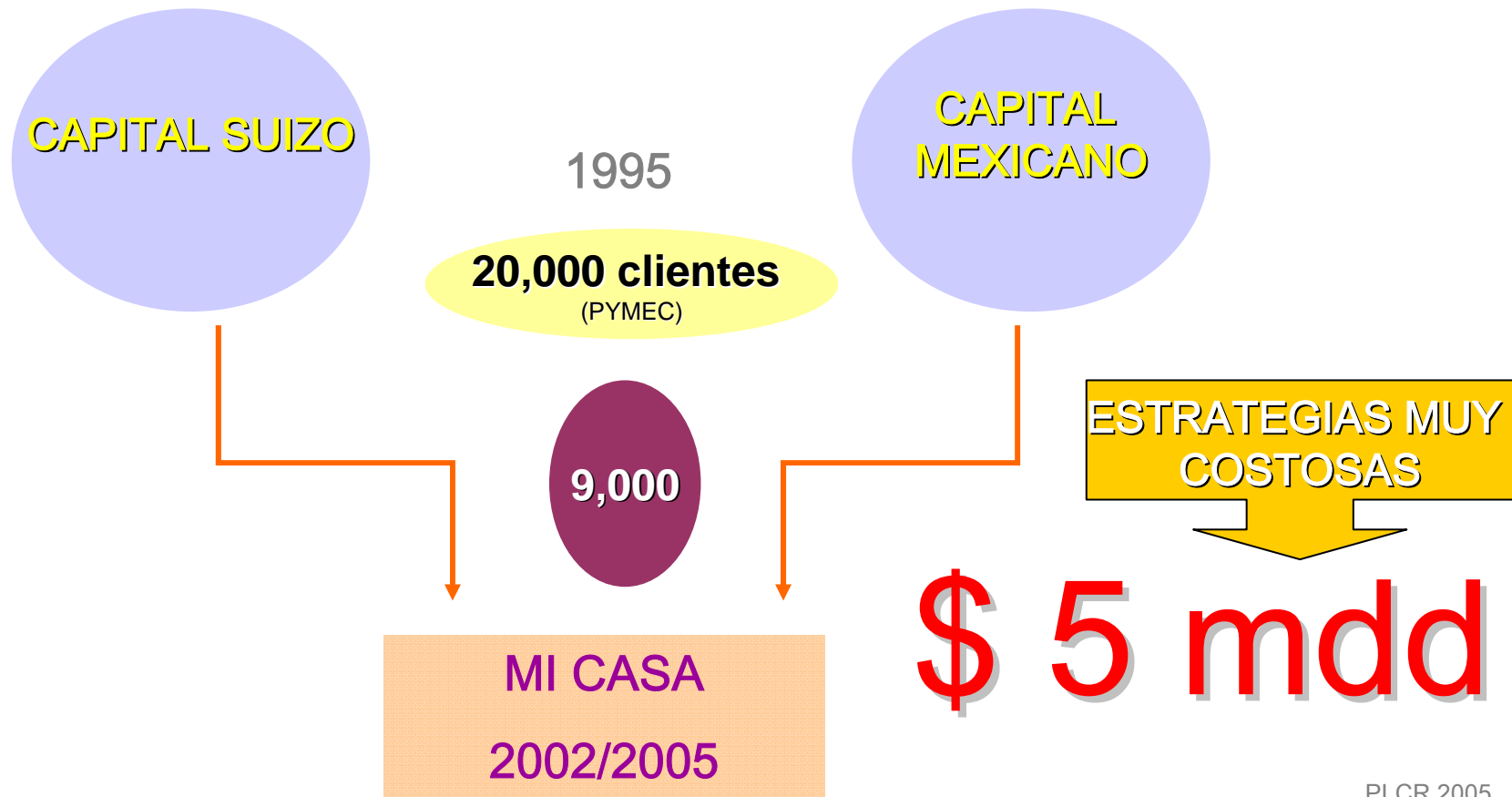
CLCR 2005

¿QUE HICIERON LAS GRANDES EMPRESAS PARA ENFRENTAR EL NUEVO ENTORNO? EJEMPLO INDUSTRIA DEL CEMENTO



PLCR 2005

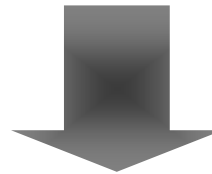
¿COMO MUEVEN EL TIMON DE SUS BARCOS LAS GRANDES EMPRESAS?



PLCR 2005

Y LAS PyMES ...

**LA FALTA DE
COMPETITIVIDAD DE LAS PyMES**



**NO SE DEBE A SU TAMAÑO ,
SINO A SU GRADO DE
AISLAMIENTO**

PLCR 2005

¿COMO DEBEN MOVER EL TIMON LAS MiPyMES?

Las MiPyMES no tienen los recursos ni la capacidad

Para adoptar estrategias individuales



**OPCION :
“ ESTRATEGIAS
COLECTIVAS ”**

**PROYECTOS
AIP**

PLCR 2005

¿COMO SE INTERPRETA DICHO FENOMENO ?

Para enfrentar exitosamente esta nueva dinámica competitiva, un número creciente de firmas ha adoptado un enfoque de gestión basado en la articulación e integración, con firmas complementarias

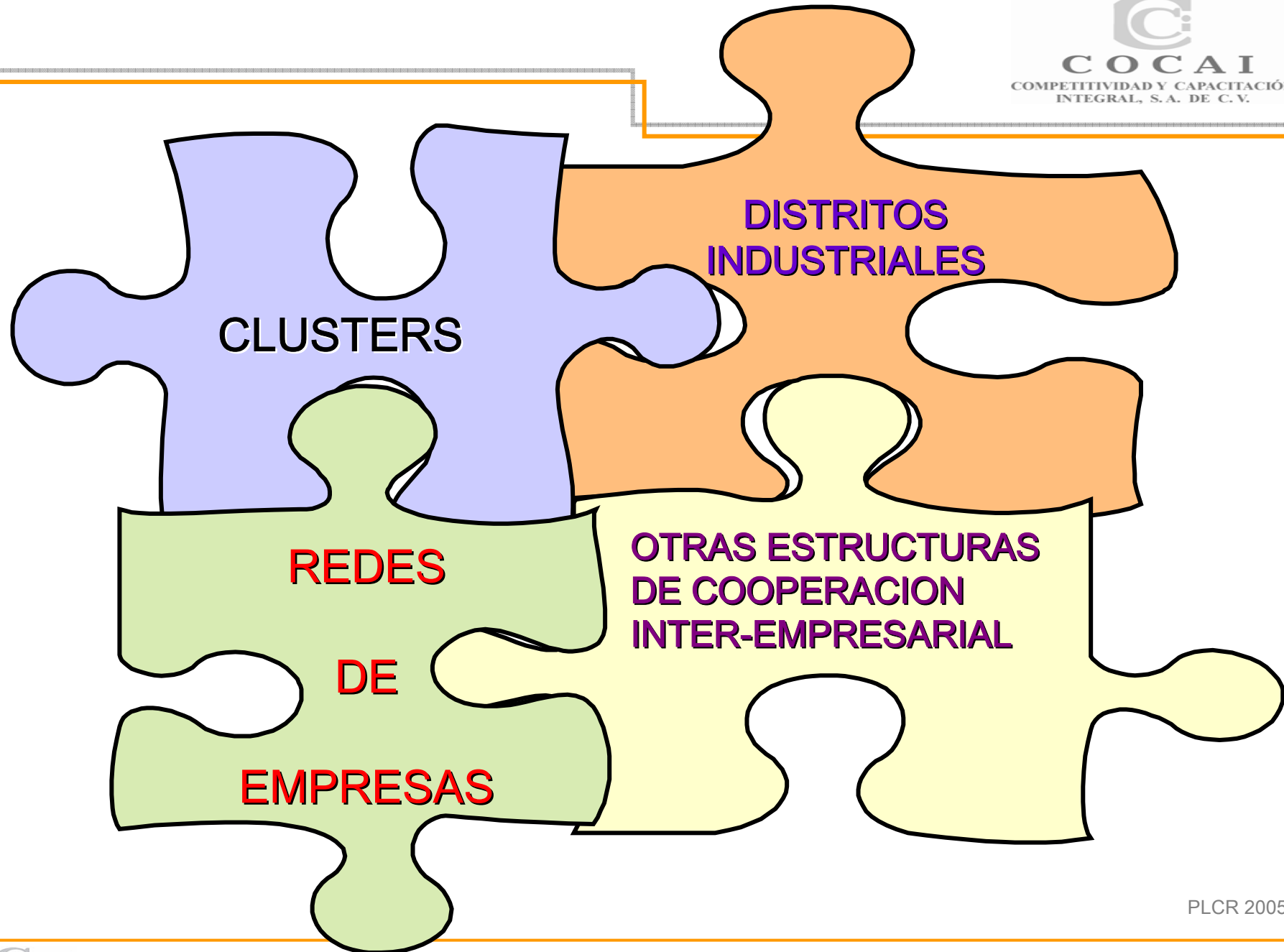
De esta manera las empresas han acelerado su proceso de aprendizaje y alcanzado nuevas economías de escala, concentrando sus capacidades en los ámbitos donde poseen mayores competencias y ventajas competitivas

CLCR 2005

¿CUAL ES EL RESULTADO?

**TODA UNA GAMA DE ESTRUCTURAS DE
ARTICULACIÓN E INTEGRACIÓN
PRODUCTIVA DENOMINADOS :**

PLCR 2005



PLCR 2005

¿ QUE LOGRAN LAS MiPyMES TRABAJANDO AIP?

- Intercambio de información
- Una fuerte estructura de relaciones
- Una base de confianza

- Incrementar poder de negociación
- Oferta de producto segura y constante

- Van actuar conjuntamente y ya no individualmente

- Y el resultado va a ser “ Eficiencia Colectiva”

PLCR 2005

¿CUALES SERIAN LOS RESULTADOS DE LAS MiPyMES QUE TRABAJAN AIP?

- Ampliar sus economías de escala, y por esta vía alcanzan nuevos mercados, reducen costos y acceden a nuevas tecnologías
- Acelerar su proceso de aprendizaje, intercambiando experiencia y especializándose en las etapas del proceso productivo en las que poseen las mayores ventajas comparativas.
- Incremento del poder de negociación con clientes y proveedores

PLCR 2005

CONCLUSION

INTERNACIONALIZACION
DE LA ECONOMIA

TENDENCIAS MUNDIALES
DEL CONSUMIDOR

EXISTEN OPORTUNIDADES Y HAY QUE SABER
APROVECHARLAS.
SI NO LO HACEMOS SE CONVIERTEN EN AMENAZAS,
GENERANDO DESAJUSTES, SACANDO DEL MERCADO A LAS PYMES
HAY QUE DEFINIR ESTRATEGIAS PARA QUE LAS PYMES APRENDAN A
MOVER EL TIMON
Y SE PUEDAN AJUSTAR AL NUEVO ENTORNO

PLCR Y CLCR 2005

ESTRATEGIA

ACCION CONJUNTA
Y
COOPERACION INTER-EMPRESARIAL

EXPANSION EN AL

En América Latina se están desarrollando diversas estructuras de cooperación empresarial en:

Chile
Uruguay
Brasil
Argentina
Venezuela
Colombia
Ecuador
Perú
Bolivia
México
Nicaragua
Honduras
El Salvador
Jamaica
Dominicana

CLCR, PLCR 2007