

Un estudio que permita a las empresas ver sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, puede ser el punto de partida para implementar las mejoras que harán despegar su negocio

POR CELIA GARCÍA  
cegarcia@frontera.info

A fin de no rezagarse y que las empresas competitivas aun cuando hay aumento de impuestos o se vive una situación económica adversa, especialistas en el tema recomiendan a éstas realizar cambios y salir del esquema tradicional.

Sofía del Carmen Zúñiga Castillo representante de Markzu, consultoría integral, sugirió a las empresas la realización de un estudio que permita a las empresas ver sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

Explicó que se trata de un análisis rápido, al alcance de cualquier Pyme, con una herramienta que es básica para ver a grandes rasgos las condiciones en las que se encuentran las empresas y ver la estrategia que se va a impulsar, dependiendo cada caso en particular.

Para que una empresa tenga éxito, mencionó, es importante que mida sus debilidades y fortalezas e instrumentar una estrategia en base a estos parámetros.

“El FODA es una herramienta fundamental que determina las necesidades de un negocio y es un tanto recomendable para las empresas que ya están instaladas.

Una empresa establecida puede tener debilidades que pueden estar propiciando una falla en la producción o en las ventas las cuales, dijo, deben de identificarse y armar un plan para trabajar en ellas.

Es importante que las empresas también vean acerca de las oportunidades y las amenazas las cuales pueden venir generalmente desde el exterior, como los cambios en las leyes, tendencias en el consumo, productos y nuevas acciones de la competencias, entre otras, planteó.

Zúñiga Castillo, explicó que hay algunas Pymes que son muy tradicionalistas, las cuales siempre siguen el mismo esquema lo por



# Cambiar para mejorar



deducción las hace tener el mismo resultado.

Pero con la nueva realidad, en donde los nuevos impuestos y el incremento de servicios las hacen que obtengan cada vez menos utilidades, en este sentido la consultora exhortó a los empresarios a atreverse a ser las cosas diferentes para que puedan obtener mejores resultados y ganancias.

Si bien hay empresas que son temerosas de los cambios o de los dificultades hacerlos debido a la falta de recursos, Zúñiga Castillo, sugirió a estas empezar por pequeños cambios conforme puedan de acuerdo a su presupuesto.

“Mi recomendación es que se animen a los cambios pero con la guía de expertos, que los puedan llevar a que su negocio sea más

exitosos”, indicó.

Una de las tendencias en las pequeñas empresas, destacó, es que a veces estas no tienen bien desarrollado el concepto definido no posicionado, aspecto que puede motivarlas a estarlas orillando a no tener el éxito que debería tener el rubro que manejan.

“Hay empresas que no tienen una marca posicionada, lo cual no les permite desarrollarse y pueden estar perdiendo más de lo que piensan por esta razón”, aseguró

Precisó que los cuatro puntos para desarrollar un buen concepto comercial son: ubicación estratégica, diseño de imagen corporativa, diseño arquitectónico comercial y estrategias de mercadotecnia.

Estos cuatro aspectos, explicó, deben estar alineados para generar un buen impacto comercial y acercar a las empresas con su

## ¿POR QUÉ SÍ?

- Atreverse a dar el paso a ser diferente
- Hacer un estudio de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).
- Desarrollar concepto comercial
- Tomar en cuenta a proyectos la arquitectura

## CONCEPTO COMERCIAL

- Ubicación estratégica
- Diseño de imagen corporativa
- Diseño arquitectónico comercial
- Estrategias de mercadotecnia.

mercado meta.

“Una pequeña empresa puede ser un gran negocio si se desarrolla un buen concepto comercial”, acotó.

No menos importante dijo, deber ser el espacio en el que las empresas se encuentran ubicadas, por lo que incluir a los proyectos la arquitectura puede beneficiar ampliamente a estas.

“La arquitectura es importante que sea incluida en los proyectos ya que les da mayor realce a estos, por que los estos son mejores planeados lo que equivale a que se invierta lo básico y acorde al perfil de la empresa”, agregó.