

PROBLEMAS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA SALVADOREÑA

Luz Idalia Zelada⁹

Palabras clave: problemas, competencia, clientes, ventas, productos, empresa, mercado, innovación, tecnificación, calidad, producción, crédito, crecimiento.

Introducción

A continuación se presenta una breve selección de algunos de los principales problemas con que se enfrentan las empresas salvadoreñas, fruto de un diagnóstico hipotético preliminar que después se intentará verificar en la realidad, estos problemas se han delimitado según el punto de vista de la economía. Problemas relacionados con los clientes, productos, tecnología, competencia, entre otros que se presentan al interior de la empresa. Se trata de describir las posibles consecuencias de estos problemas en las empresas e identificar cuáles pueden ser sus causas.

- **Tener clientes insatisfechos**

Es uno de los problemas más comunes que enfrentan las empresas en todo el mundo y es necesario darle especial importancia, ya que los clientes representan una de las partes más importantes para la empresa.

Los clientes pueden mostrarse insatisfechos por una diversidad de causas, como inconformidad con



el producto, diseño, tamaño, peso, empaque y precio del producto; así como también por la calidad y la garantía del mismo; si se trata de un

⁹ Licenciada en Economía. Auxiliar de Investigación del Instituto de Investigaciones Económicas (INVE)

servicio por el tipo de servicio, el tiempo de entrega del servicio, calidad del servicio, precio, y condiciones del servicio; etc.



Pero lo más importante es hacer la reflexión de las consecuencias que éste problema le puede ocasionar a su empresa; entre las primeras reacciones puede estar la pérdida del cliente; muchas veces las empresas tienen clientes fieles, que aunque algunas veces se sientan insatisfechos no reaccionarán abandonando el producto, pero si no se le da una solución a tiempo, o buena recompensa, al final el cliente terminará yéndose a la competencia, que es otra de las reacciones comunes cuando un cliente está insatisfecho, otra consecuencia puede ser la decisión de ya no utilizar el producto y cambiar su estilo de vida (esto puede darse cuando se trata sobre todo de productos no indispensables, y que las personas compran simplemente por placer).



Otra reacción puede ser manifestar públicamente su inconformidad con el producto o servicio, denunciándolo y en muchos casos exigiendo el reintegro del dinero, ésta última actitud de antemano sabemos que no es nada beneficiosa para la empresa.

Un ejemplo sencillo, pasa con determinados productos de uso cosmético como las cremas

reductoras; que en la viñeta asegura que su uso dará un resultado positivo en tres semanas; la persona las compra y las usa por más de tres semanas sin obtener ningún resultado favorable; en muchos casos estos clientes desean que les devuelvan el dinero; pero no lo exigen sencillamente porque el mecanismo para llegar hasta este punto puede ser demasiado complicado; pero seguramente no volverá a comprar ese producto.

- **Tener pocos clientes y ventas**

Esta situación ha puesto al borde de la quiebra a muchas empresas y otras definitivamente han cerrado a causa de las reducidas ventas, que las hacen insostenibles.



Este problema puede tener múltiples causas, por ejemplo una empresa cuando comienza generalmente tiene pocos clientes y bajo volumen de ventas, pero se espera que a medida que vaya pasando el tiempo ésta crezca y se fortalezca; por lo que podemos decir que una de las causas de este problema radica en la edad de la empresa.

Otra razón para este problema puede deberse a la entrada al mercado de nuevas empresas que ofrezcan los mismos productos o servicios y que provocan una reducción de la porción de mercado que las empresas antiguas tenían (competencia), estas nuevas empresas también puede ser que ofrezcan los mismos productos a un precio menor.

LOW QUALITY

La disminución de la calidad de sus productos o servicios, es otro factor; los clientes siempre desearán comprar productos de calidad y según eso establecen preferencias de marcas o empresas, pero si de repente ésta empresa o marca elegida disminuye su calidad, lo más probable es que el cliente se retire; el aumento de los precios es sin duda otra causa, ya que la gente se acostumbra a un precio y si éste sube lo más probable es que la persona deje de consumirlo.

Los Fenómenos sociales son un factor que influye fuertemente a todas las empresas en general.

Asimismo otras causas pueden deberse a fenómenos sociales o políticos que tienen lugar en el territorio donde se ubica la empresa; ejemplo crisis económica del país (Ejemplo caso de España, y Grecia), Golpes de Estado y otras crisis políticas (Ejemplo Caso de Honduras en 2009), Huelga de trabajadores, otros fenómenos como Guerras (Ejemplo el período de Guerra Civil de El Salvador 1980-1992).

- **Poca diversificación de productos**

Es sin duda otro impedimento que está presente en muchas empresas, ya que les limita poder llegar a un mayor número de clientes, porque se espera que entre mayor sea la gama de productos o servicios que se ofrecen, poder atraer a distintos tipos de consumidores, y satisfacer por supuesto mayor número de necesidades.



Las empresas que no diversifican su producción, se les hace difícil mantenerse en el mercado porque todas compiten en un sector saturado de productos similares y poco diferenciados¹⁰ (productos sustitutos); lo que a su vez les impide crecer porque no pueden superar la competencia. Por ejemplo una empresa que produce café en oro, no se puede conformar con pasar vendiendo toda su vida café en grano para exportación, debe diferenciarse y diversificarse, atreverse a industrializar su producción y crear nuevos productos como café en polvo, café con leche, dulces de café, jaleas o vinos de café, etc. ya que de esta manera podrá captar mayor porción de mercado y tiene más posibilidades de crecer.

Entre algunas de sus causas de este problema pueden estar, la escasa cultura de la innovación que existe en el país, la baja inversión en investigación y desarrollo de nuevos productos y empresas, la falta de visión empresarial o temor a entrar en mercados nuevos o desconocidos.

Otra causa puede ser el bajo nivel educativo de la población salvadoreña, y es que la mayoría de personas abandona la escuela y se dedica a hacer actividades para la sobrevivencia personal, generalmente con escaso nivel tecnológico.

• **Inadecuada fijación de precios**

En las empresas salvadoreñas común, cometer errores a la hora de fijar sus precios.

Es uno de los aspectos más delicados en una empresa, y que a menudo se convierte en un problema; ya que deben evaluarse los distintos escenarios que se pueden presentar ante la decisión de fijar un determinado precio. La mayoría de los empresarios usan métodos sencillos para

fijar un precio, como decidir ganar un 30% adicional al costo del producto, o adoptar un precio promedio respecto a la competencia, etc.; muchas veces estas pueden ser decisiones acertadas; pero otras veces la fijación de los precios no debe establecerse a libre albedrío del empresario; sino que deben tomarse en cuenta todas las reglas y actores del mercado.



Por ejemplo se da que muchos productos o servicios se encuentran sobrevalorados o subvalorados en nuestra empresa; su precio no corresponde a un “precio de mercado”, sino a una decisión antojadiza de fijar el precio. Pero el problema de esto es que se puede estar enviando una información equivocada a nuestros clientes del tipo de producto que estamos ofreciendo, generándole expectativas erróneas sobre el producto y sobre su calidad.



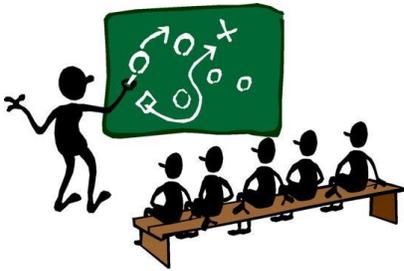
Por ejemplo el precio de calzado; generalmente se tiene la idea implícita de que los zapatos baratos son de mala calidad, sin embargo esto no necesariamente es cierto, puede ser que lo que está sucediendo es que se haya fijado un precio equivocado, tal vez demasiado bajo para el producto y cause la impresión al cliente de que es barato porque no sirve.

¹⁰ Cabrera Melgar, Oscar, “Crecimiento Inclusivo y Transformación Estructural en El Salvador”, BCR, documento de trabajo presentado en Junio de 2013.



- **Escasa tecnificación**

Es una de las deficiencias que aquejan a las empresas salvadoreñas¹¹, y esto se da en todos los niveles, escasa o inexistente tecnología, maquinaria y herramientas en los procesos productivos, administrativos y logísticos.



La escasa tecnificación puede tener diversas causas, por un lado se debe a la cultura tradicional de hacer negocios en la región que es siguiendo métodos artesanales o ancestrales de producción; muchos empresarios tienen arraigo a esta forma de hacer negocios y se rehúsan a abandonarlos. Otra causa se debe al poco capital con que operan las empresas salvadoreñas (principalmente las micro y pequeñas), que no tienen suficientes recursos para invertir en compra de maquinaria para la producción, mejora de métodos y procesos productivos o asesorías profesionales, además tienen problemas para acceder a financiamientos para este tipo de inversión:

Un ejemplo bastante común de esta deficiencia está en la agricultura y la ganadería salvadoreña, que continúan usando métodos ancestrales de producción, así como herramientas de trabajo rudimentarias propias de los siglos XVIII y XIX, que hacen ineficiente y poco rentables sus operaciones.

- **Incapacidad para Competir contra los productos Importados.**



Al mercado salvadoreño entra una gran gama de productos provenientes de diferentes partes del mundo, algunos productos son de alto contenido tecnológico y otros no, poseen distintas calidades y precios; y distintas formas de producción, muchos de esos productos reciben subsidios de su país de origen, etc.; por tanto la competencia en el mercado es en condiciones desiguales; sin embargo los productos se ofrecen como si fueran iguales, sin indagar en sus diferencias de producción, y por ello las empresas nacionales salen perjudicadas, ya que existe una clara desventaja entre las empresas nacionales y las empresas extranjeras; un caso muy particular es la competitividad contra los productos chinos, muchos se caracterizan por ser de bajo costo y poca calidad, y entran en cantidades enormes a los mercados de muchos países; poniendo en peligro la producción de las empresas nacionales. Muchas personas prefieren comprar los productos chinos por su bajo precio, afectando de esta manera la rentabilidad de las empresas nacionales.



¹¹ Véase Tesis “Análisis del Desempeño de las PYMES exportadoras salvadoreñas desde una perspectiva de género”, UCA, Meléndez Argueta, Ángela Emely y Otros., 2007, P. 13



Este es un problema a escala mundial, ya que es casi imposible competir contra éstos productos. La competencia de China supone un riesgo para las empresas nacionales, que al bajar considerablemente sus ventas, pueden desaparecer del mercado; En El Salvador este problema se ve agravado, ya que no existen leyes que protejan la producción nacional, o restrinjan el volumen de importación de productos extranjeros, así como no se protegen sectores estratégicos de la economía.

- **Incapacidad de exportar**

La mayoría de micro y pequeñas empresas del país no han superado las barreras que les impiden exportar sus productos. Lo cual supone graves implicaciones a las empresas porque ven reducido su mercado a las fronteras nacionales.



Las causas que impiden exportar a las empresas salvadoreñas son diversas; a pesar que existe una buena cantidad de tratados comerciales internacionales¹² (TLC con EUA y República Dominicana, México, Chile, Panamá, Colombia y Taiwán y Acuerdo de Asociación con la UE). Una de las principales causas son las múltiples barreras que incluyen estos tratados, por ejemplo la referentes a calidad e inocuidad de los productos salvadoreños; y es que tanto Europa como Estados Unidos tienen medidas regulatorias muy estrictas para el ingreso de productos a sus fronteras; lo que a la larga se traduce en medidas proteccionistas a sus economías, no obstante haya firmado acuerdos de libre comercio, por lo tanto se dice que existen condiciones desfavorables en el comercio exterior. Así por ejemplo en un estudio realizado por

¹² Tomado de “Pacto para el Crecimiento El Salvador”, Equipo Técnico Conjunto UEG-GOES

estudiantes de la UCA¹³ sobre el desempeño de las PYME exportadoras revela algunos de los principales problemas identificados por los exportadores salvadoreños son barreras arancelarias y barreras no arancelarias, además de otros como la falta de contactos y conocimiento del mercado, falta de tecnología, calidad de los productos.¹⁴ Y que por tanto mantienen al país con bajos niveles de exportación.



Otra causa posible que impide exportar a muchas empresas salvadoreñas, es su bajo nivel de producción y la experiencia exportadora; ya que la mayoría son incapaces de alcanzar altas metas de producción para poder vender en el exterior. Derivado también de las dificultades de acceso al financiamiento que también sufren la MIPYMES salvadoreñas.

- **Ubicación geográfica inadecuada**

Es sin duda otro factor estratégico para una empresa, ya que la cercanía hacia puntos de abastecimiento de insumos, o cercanía a los clientes, supone mayor cantidad de ventas, reducción de costos de producción y transporte, que suponen ventajas para la empresa; sin embargo en la práctica se da el problema que muchas empresas no se ubican de manera estratégica en el territorio, perdiendo la oportunidad de sacar ventaja de su ubicación geográfica. Por ejemplo un estudio realizado en España demuestra que el 82% de las empresas tienen mal ubicadas sus oficinas o sucursales, provocando que las compañías pierdan hasta la

¹³ Universidad Centroamericana José Simeón Cañas

¹⁴ Tesis “Análisis del Desempeño de las PYMES exportadoras salvadoreñas desde una perspectiva de género”, Op. Cit. P. 34 y 41



mitad de sus ventas totales¹⁵. Y señala que el 42% de las empresas falla en la ubicación de sus locales comerciales, Sus tiendas y oficinas se encuentran situadas en lugares de difícil acceso, calles y avenidas de poco tránsito que sitúan a la compañía demasiado lejos de su mercado natural o potencial.

- **Desperdicio de recursos y capacidad ociosa**

Se refiere a una subutilización de los recursos existentes en una empresa o en una industria, y esto puede deberse a múltiples causas por ejemplo una reducción en la demanda de nuestros productos o servicios, obliga a que se haga una reducción de la producción y por tanto a la generación de capacidad ociosa; también la falta de personal capacitado o bien calificado en la empresa genera capacidad ociosa, ya que el potencial de la empresa o capacidad instalada no se puede aprovechar al máximo cuando se está subutilizando la tecnología o el equipo, este problema trae muchas otras implicaciones a la empresa como pérdidas de productividad y de rentabilidad, ya que la empresa deja de aprovechar al máximo los recursos que posee.



Según datos publicados en un periódico nacional el acuerdo para la construcción del Puerto Cutuco en el Departamento de la Unión fue por un monto de

¹⁵ Tomado de http://www.cincodias.com/articulo/gestion/82-empresas-tiene-mal-ubicadas-oficinas-estudio/20020807cdscdiges_2/

\$131 millones 985 mil dólares¹⁶, dicha obra comenzó a ejecutarse en enero de 2005.



Se decía que con la construcción de este puerto se pretendía convertir a El Salvador en un Centro Logístico de Distribución Regional; por tanto eran bastantes las expectativas que se generaron durante la construcción de esta obra, Sin embargo desde su inauguración en 2008, el puerto ha operado al mínimo, ya que desde su inauguración solo ocho buques¹⁷ han utilizado sus instalaciones.

- **Falta de Crecimiento y expansión**

Muchas empresas pasan años o casi toda su vida, como micro o pequeñas empresas, y nunca logran superar las barreras que les impiden crecer; éste problema puede tener múltiples causas, entre ellas largos períodos de bajas ventas, robos o estafas por personal interno o agentes externos a la empresa, mala administración de los recursos, mala calidad de los productos o mala imagen pública; entre otros, que le impiden a la empresa crecer y desarrollarse como una unidad productiva exitosa.

Conclusiones:

La realidad de las empresas es muy dinámica y diversa; por lo que constantemente se presentan muchos problemas económicos desde los distintos ángulos de la empresa, sectores relacionados y grupos de interés, en este artículo hemos identificado problemas internos referentes a

¹⁶ Tomado de “La Historia Detrás de Un Puerto Millonario: Puerto Cutuco” <http://mediolleno.com.sv/noticias/la-historia-detras-de-un-puerto-millonario-puerto-cutuco>

¹⁷ Íbidem





clientes, productos, competitividad y precios; que están interrelacionados entre sí.

Bibliografía

- Revista Cepal 97, abril de 2009 “Crecimiento y Diversificación de Exportaciones en economías emergentes”, Agosin, Manuel R.
- “Pacto para el Crecimiento: El Salvador, Análisis de Restricciones”, equipo técnico Conjunto UEG-GOES.
- Cabrera Melgar, Oscar, “Crecimiento Inclusivo y Transformación Estructural en El Salvador”, BCR.
- http://www.cincodias.com/articulo/gestion/82-empresas-tiene-mal-ubicadas-oficinas-estudio/20020807cdscdiges_2/
- <http://mediolleno.com.sv/noticias/la-historia-detras-de-un-puerto-millonario-puerto-cutuco>

