



## La pyme chilena

Señora Directora:

Aunque las pymes generan el 28% del empleo a nivel nacional (Encuesta Nacional de Empleo, ENE), compiten en entornos altamente concentrados bajo una lógica de un modelo de gestión centrado en el desarrollo de productos y servicios y una estrategia de bajo costo que limita su capacidad de diferenciarse. El resultado es evidente: márgenes

cada vez más estrechos, menor participación de mercado y una posición crecientemente crítica.

Las pymes, bajo un modelo de gestión orientado al desarrollo de productos, participan en mercados altamente competitivos y con baja diferenciación, lo que dificulta sostener ventajas en el tiempo. A ello se suma la adopción de estrategias de menor costo que exigen economías de escala difíciles de alcanzar, llevándolas a ofrecer productos de calidad a precios bajos y afectando su rentabilidad.

Para avanzar hacia mejores niveles de gestión, es necesario transitar desde un modelo centrado en la oferta de productos y servicios, hacia uno orientado en la generación de soluciones y experiencias para el cliente. Este cambio permite a las pymes posicionarse en un segmento más acotado y competitivo del mercado, alejándose de la competencia masiva. Sin embargo, esta nueva orientación implica desafíos relevantes, como reemplazar la estrategia de bajo costo por una de diferenciación, donde la empresa destaque por ofrecer propuestas únicas y especializadas.

*Octavio Moya/ Académico Carrera de Contador Auditor Udla*