Reflexiones de un consultor de negocios.

4- **Alta concentración de clientes: es bueno o no tan bueno.**

Algunos de los clientes que he atendido como consultor tienen un alto porcentaje de sus ventas concentradas en solo un cliente. Ellos mismos se han dado cuenta de que esta situación es un arma de dos filos

Uno de ellos, del giro de tecnologías de la información, tuvo como cliente una institución financiera que representó el 95% de sus ventas durante más de 10 años. Consciente del riesgo que esto implicaba, definieron estrategias para conseguir nuevos clientes y así disminuir la alta concentración. Durante un período de 5 años así lo hicieron logrando más clientes, pero por otra parte ese cliente continuaba solicitándole más proyectos, de tal suerte que no se logró cambiar la situación significativamente.

Al paso del tiempo, la institución financiera decidió reducir el número de proveedores de servicios y mi cliente dejó de ser proveedor de ellos, lo que derivó en un proceso de "downsizing" a un nivel de menos del 50%.

El viejo dicho de "no poner todos los huevos en una misma canasta" sigue siendo válido. La alta concentración de clientes es más una debilidad que fortaleza.