

EL NUEVO COMIENZO

Nº 1407

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas

Consultor / Gerente

En muchos momentos de la vida empresarial se presentan dificultades por causas diversas de origen económico, comercial u organizacional. En ocasiones se trata también de problemas de familia que se trasladan al funcionamiento empresarial de los negocios, ya que la gran mayoría de las empresas son de carácter familiar.

Con frecuencia las circunstancias adversas son de tal complejidad que exigen replanteamientos a fondo, los cuales hemos denominado “**el nuevo comienzo**”, queriendo con ello significar que las soluciones que se mostraron eficaces en el pasado pueden no serlo en el presente.

No hablamos de recuperarnos de un fracaso, es mucho más que eso, lo que está en juego es la supervivencia y la viabilidad de la empresa. Hay que tomar de nuevo “el toro por los cuernos” para sortear con éxito la situación y volver a comenzar.

Vamos a examinar algunas de esas situaciones, sin afirmar con ello que sean iguales en su intensidad, causas y soluciones para todo tipo de empresas. Cada sector económico tiene sus particularidades, tendencias y estructuras que apoyan los momentos de expansión y permiten superar con éxito los de dificultad.

Así mismo, las empresas, aun desempeñándose en actividades semejantes, reaccionan en forma diferente frente a los momentos de dificultad, todo lo cual tiene mucho que ver con el talante de sus dirigentes, no sólo con las capacidades financieras o las estrategias empresariales.

¿Cuándo debemos comenzar de nuevo?

Un ciclo prolongado de ventas inestables

Si estamos al frente de un prolongado período de ventas inestables, hay razones para pensar que algo ha cambiado, especialmente pero no únicamente, porque la preferencia de los clientes ha cambiado o la posición competitiva de los rivales se ha modificado severamente.

Ante cualquiera de esos dos hechos, en esencia, la propia posición competitiva de la empresa se modifica, desde un escenario de conveniencia a uno de mayor exigencia. Muy probablemente es hora de repensar la estrategia, de innovar o de ejercer acciones de crecimiento orgánico o inorgánico diferentes.

Resultados económicos desfavorables por un modelo de negocios agotado

A veces las ventas van bien pero los resultados no, es decir, estamos ante un

escenario de deterioro prolongado y decreciente en los márgenes del ejercicio, lo cual lleva a pensar en negocios que tienden a ser maduros, donde la expectativa de expansión en los mercados es cada vez menor y el esfuerzo por competir cotidianamente con los rivales causa un gran desgaste.

Hay muchos negocios que fueron florecientes en el pasado pero que no lo serán hacia el futuro, debido a que su modelo de negocio se agota, en ese caso sólo innovaciones disruptivas podrán ser una fuente de solución, de lo contrario, mientras más se “pedalea” menos se avanza.

Por innovación

La innovación, especialmente cuando es disruptiva, es decir, que rompe con lo habitual, es una excelente razón para replantear lo que hacemos. Cuando experimentamos la necesidad de hacer algo diferente, estamos al frente de innovaciones radicales que pueden cambiar el rumbo de los negocios, no son simples evoluciones del modelo actual, suelen ser nuevos pensamientos y enfoques.

Pocas empresas realmente trabajan en innovaciones disruptivas, frecuentemente requieren capacidades desde investigación y ensayo, lo cual puede suponer presupuestos económicos significativos, no exentos de riesgos.

Nuevas tecnologías

Los avances tecnológicos son cada vez más frecuentes en todo tipo de negocios, lo cual

crea la necesidad de incorporar nuevas tecnologías a gran velocidad, so pena de verse arrasados por la modernidad.

La adopción de nuevas tecnologías no es un proceso sencillo, ya que implica no sólo el cambio en la tecnología, en ocasiones, se afecta el conocimiento, la cultura y las costumbres de la empresa. Las nuevas TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones) frecuentemente vienen acompañadas por un cambio de pensamiento en la forma de hacer las cosas, en esencia, se genera un cambio en la manera de hacer negocios y de concebir nuevas soluciones para los clientes. El estar atentos a estos cambios es también una oportunidad para quien sabe adoptarlos tempranamente, aunque no todos están preparados para hacerlo.

Cambios en la propiedad o en la administración

Cuando se generan cambios en la propiedad de las empresas o en los altos mandos suele presentarse un “borrón y cuenta nueva”. El pensamiento de quien compra o de la nueva gerencia, frecuentemente, no es sólo expandirse o crecer, es también transformar el modelo de negocios vigente, el tamaño se vuelve un elemento estratégico, pero por sí mismo no es una ventaja, la verdadera ventaja surge cuando con el cambio de propiedad o administración se aprovecha el tamaño para posicionar una fórmula de valor nueva en el mercado.

Lo mismo puede afirmarse de los procesos de fusión, absorción o integración de empresas, con ellos surgen nuevas

oportunidades y enfoques que pueden significar “un nuevo comienzo”.

Por cambios en la legislación

Los cambios legislativos en ocasiones son profundos y modifican el marco de referencia de los negocios tradicionales, y aunque algunas veces pueden perjudicar a ciertas empresas, en otras ocasiones crean nuevos espacios, enfoques y oportunidades antes no permitidas o no concebidas. Muchas veces las que fueron prohibiciones o restricciones en el pasado, son hoy la palanca de nuevos y florecientes negocios.

Cambios en la legislación laboral, comercial o civil pueden inducir nuevas conductas en los consumidores o en los competidores. Por ejemplo, la creación de las “Sociedades Anónimas Simplificadas” ha sido una “revolución” frente a la rigidez y formalidad de otros tipos de sociedades.

Planning
Julio de 2014

Por presencia de nueva competencia debido a los TLC

Aunque ahora tengamos éxito, no estamos exentos de nueva, diversa y creciente competencia originada en los tratados de libre comercio. Aunque se pretende que su aplicación sea paulatina, en algún momento se sentirá la influencia en el mercado de los competidores que vienen de afuera, bien sea porque deciden traer sus productos bajo el esquema de importaciones o porque prefieren producir en forma local y aprovechar las ventajas regionales.

La exigencia de esos nuevos niveles de competencia también suele ser una buena razón para comenzar de nuevo.

Síguenos en:



Si desea conocer más sobre este tema, en Planning ofrecemos una consultoría sobre [Competitividad y Estrategia](#) que se adapta a las necesidades de su empresa.

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo

Página 3 de 3



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escríbanos a info@planning.com.co llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.