



15 años generando conocimiento

Nº 1211

DOCUMENTOS PLANNING®

Publicación periódica coleccionable

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas

Consultor / Gerente

LA TRANSFORMACIÓN INTEGRAL DE LOS NEGOCIOS

Hay momentos en que es necesario repensar el modelo de negocios y el foco de mercado de la empresa para hacer transformaciones radicales. Circunstancias sobrevinientes tales como la presencia de nuevos y fuertes competidores, la oferta de productos sustitutos, los cambios en las preferencias de los consumidores, las nuevas tecnologías que acortan la vida de los productos, entre otras, son variables que pueden inducir cambios en la estructura competitiva del sector o de una empresa en particular. Adicionalmente, pueden presentarse también fluctuaciones en las variables externas que afectan el negocio, tales como cambios legales, macroeconómicos o socioeconómicos, los cuales pueden llevar a una empresa a la búsqueda de un escenario de transformación.

En los proyectos de transformación empresariales existen algunas claves para conducir exitosamente los esfuerzos. A continuación se citan los aspectos más relevantes a efecto de rediseñar las empresas:

1. El punto de partida de un proceso de transformación integral es el descubrimiento de la realidad actual de la compañía en su condición competitiva, su capacidad financiera y su reconocimiento en el mercado.
2. Es necesario comprender los individuos que conforman la empresa, como personas y como profesionales, en sus aspiraciones y temores.
3. Hay que entender la visión e intención estratégica de la empresa como organización: ¿qué quiere ser y hacer, qué se propone lograr, cómo quiere ser reconocida?
4. Es necesario examinar el negocio comercialmente, desde el punto de vista de la propuesta de valor que se lleva al mercado, en sus cualidades y características, ventajas y desventajas competitivas, frente al consumidor que la recibe.
5. Deben analizarse también las condiciones de entorno para conectar las realidades internas con las circunstancias externas donde se desenvuelve la empresa.

El examen reflexivo de los elementos anteriores permitirá descubrir cómo son y cómo están articulados actualmente los puntos clave de la compañía y cuál es su poder de transformación. Para ello es necesario percibir, en sus aspectos racional y emocional, las conductas que explican y caracterizan la situación actual y sus consecuencias en términos de los resultados obtenidos. Crear conciencia sobre lo actual es el primer paso para la transformación posterior.



Hacemos énfasis también en la importancia del conocimiento del entorno de negocios y sus perspectivas futuras, ya que la comprensión del contexto del negocio permite examinar las posibilidades de una redefinición empresarial y establecer las oportunidades que esto le generaría a la empresa y al empresario.

El reconocimiento de lo interno y de lo externo permitirá determinar las capacidades críticas que es necesario impactar (mejorar o cambiar) para desarrollar la nueva intención estratégica (visión y propósito) que se plantee con la transformación empresarial. Este descubrimiento produce una experiencia única de valor en el empresario y su empresa porque se aprecia una nueva totalidad, que antes no era evidente o necesaria para él. Si en el empresario se crea o ya existe una intención estratégica de transformación y de cambio firme, el proceso de conversión se ha iniciado, para hacer nuevos planteamientos internos y reconexiones con el entorno.

La articulación de lo interno (personas, organización y propuesta de valor) debe estar conectada con las condiciones del entorno y con la intención o decisión estratégica del empresario para crear esa nueva totalidad.

El proceso de transformación integral no consiste en retocar cada una de las partes internas que conforman la realidad actual para sintonizarlas con las externas, es repensar la totalidad, reinventando la organización, es decir, repensar la estrategia, la organización, la estructura de la empresa y la convicción del empresario, para adaptarlas al momento y a la nueva intención estratégica.

Existen muchos ejemplos en la literatura empresarial de compañías que debieron transformarse y en algunos casos reinventarse por completo, para tener una nueva senda de crecimiento, desarrollo, aceptación por parte de los clientes y progreso en sus resultados. Situaciones tales como, la entrada en vigencia de los TLC, los nuevos modelos de negocios virtuales, o nuevas regulaciones de protección ecológica y ambiental, entre otras, conducen a que las condiciones del mercado cambien. Empresas que eran exitosas en el pasado pueden no serlo en el presente, caso en el cual se hace necesaria una transformación empresarial.

La modificación de lo interno y la reconexión con lo externo conducen necesariamente a una nueva estrategia para la organización y su empresario, lo cual, por sí mismo, es una experiencia única de valor superior.

Planning
Noviembre de 2012

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.



Acerca de Planning

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](#)
- ✓ [Gerencia del servicio](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



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](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.