

¿Tiempo de Oportunidades?

¿Dónde están las Oportunidades?

Francisco Quintal

Sin duda estos son tiempos difíciles. La pregunta cabe: ¿también son tiempos de oportunidad?

Retos que parecen inalcanzables.

Los economistas señalan el significado de los ciclos económicos, los gobiernos en tiempos de recesión aplican medidas contra cíclicas, los bancos centrales aplican medidas para cumplir con su misión prioritaria de minimizar el impacto en la inflación y cuidar las decisiones de política monetaria.

Los empresarios enfrentan las consecuencias:

- ❖ Graves restricciones al acceso crediticio. No hay crédito corporativo, ni al consumo.
- ❖ Una clara contracción del consumo. No hay ventas.
- ❖ La necesidad de volver a los básicos (el famoso “back to basics”). Volver a los básicos tiene 4 acciones:
 - ❖ Hoy más que nunca los clientes son tu prioridad # 1. No pierdas ninguno.
 - ❖ Mantén el flujo que te garantice tener capital de trabajo.
 - ❖ Sé más flexible. Un empresario con un negocio de talla internacional me confió hace un par de semanas “estoy considerando sin dudar, atender proyectos que en otros tiempos no entraban en el portafolio de opciones de mi negocio”
 - ❖ Haz a un lado los excesos. Y menos si son visibles a tus clientes, proveedores y tu personal. Y menos si son excesos de tu familia/persona. Y menos si tú los cometes y se los prohíbes a tu personal.

¿Oportunidades? No las veo.

En el previo a una conferencia que dicté recientemente le pregunté a un directivo cómo veía las oportunidades. Me respondió enfático que no las veía. Mi primera reacción fue incredulidad: ¿un alto directivo no puede ver las oportunidades? Después me dije: ¿si él no las ve, otros tampoco las ven?

En conferencias, congresos y declaraciones en los medios se insiste reiteradamente que estos tiempos abren ventanas de oportunidad, solo que nadie dice cuáles son. En lugar de buscar razones de porque no las ven, me di a la tarea de identificar donde están las oportunidades para el empresario y el directivo. Esta es mi humilde aportación.

Más de las que creemos

- ❖ **Propuesta de Valor.** Es tiempo de repensar tu modelo de negocio. Un buen ejemplo: El año pasado la aseguradora francesa AXA adquirió los activos en México de la holandesa ING que estaba en números rojos. Al finalizar el año reportó salud financiera. En su declaración el presidente de AXA estableció: “el cambio surgió a raíz de que nos concentramos en innovar en la forma de ofrecer el negocio de seguros, más que en presentar nuevos productos”.
- ❖ **Procesos con Valor.** Es tiempo de desburocrizarte. ¿Bajó el ritmo y la carga de trabajo? Aprovecha para eliminar todos esos trámites que le hacen la vida imposible a tus clientes, proveedores y tu personal. ¿No sabes cuáles son? La mejor forma de identificarlos es ¡preguntándoles! Mañana te lo van a agradecer y te lo van a retribuir con creces.
- ❖ **Visibilidad.** Es tiempo de hacerte más y más visible con tus clientes y proveedores. Acércate a ellos para dialogar sobre qué pueden hacer tú y ellos conjuntamente en estos tiempos difíciles. Créeme que vas a encontrar una enorme lista de acciones conjuntas que les van a servir para esta época de crisis y para más adelante. Toma tú la iniciativa.

- ❖ ¿Tienes miedo al pensamiento fresco? Es tiempo de adquirir una mente flexible, ahora que están de oferta en el mercado. Si eres de los que no les da oportunidades de crecimiento a miembros jóvenes de tu empresa porque “aun no están listos”, lee esto.

En nuestro trabajo de Consejeros encontramos con frecuencia la falta de mente flexible en jefes, directivos y empresarios. Mente flexible es aceptar que existen otras formas de pensar diferentes y mejores que la tuya, que estás dispuesto a reconocerlo y mejor aún, a ponerlas en práctica.

La forma de pensar de los jóvenes es que ven lo que tú no ves porque ven al mundo bajo otra perspectiva. Poseen ideas innovadoras, emprendedoras y mucho, pero mucho más sencillas de lo que la compleja mente de un directivo tradicional suele tener.

- ❖ **Desarrollos Tecnológicos.** Es tiempo de sacarle jugo a tu tecnología actual. ¿Inversiones nuevas en tecnología? Ni hoy ni mañana si aun no has sacado provecho al 1000% (un mil por ciento) de la que tienes. ¿La baja de ventas le está dando un respiro a tu gente de sistemas? No te lo permitas. Pide que busquen nuevas aplicaciones, usos y beneficios para los clientes. Por más básica que sea tu tecnología, ten en cuenta que la estadística señala que muy difícilmente le sacamos todo el provecho para la cual fue creada. ¿Qué esperas?
- ❖ **Administración del desperdicio.** Es tiempo de aprovechar inteligentemente el talento experimentado que tienes en tu empresa; no lo desperdicias. ¿Te parece que el ritmo de tu negocio ha disminuido? Pues no dejes que suceda. Pide a tus talentos clave que dediquen sus energías a describir y diseñar no solamente cómo salir de esta crisis, sino a establecer:
 - ❖ Nuevos servicios para sorprender a los clientes en el futuro cercano.
 - ❖ La arquitectura de un sistema de costos que le garantice al negocio sobrepasar cualquier situación difícil en el futuro sin mayores sobresaltos.
 - ❖ La nueva generación de ventajas competitivas de tu negocio.
 - ❖ La estrategia para reposicionar al negocio por la aparición inesperada de nuevos competidores.

- ❖ Cambias o te cambian. Es tiempo de llevar a cabo esos cambios que siendo urgentes, reiteradamente te has rehusado a hacerlos bajo el pretexto de que no hay tiempo aun siendo necesarios. Pues ahora es el tiempo. ¿Me dejas que te recuerde algunos?
 - ❖ Nuevos servicios para sorprender a los clientes en el futuro cercano.
 - ❖ La arquitectura de un sistema de costos que le garantice al negocio sobrepasar cualquier situación difícil en el futuro sin mayores sobresaltos.
 - ❖ La nueva generación de ventajas competitivas de tu negocio.
 - ❖ La estrategia para reposicionar al negocio por la aparición inesperada de nuevos competidores.
- ❖ Valor en el largo plazo. Es tiempo de combinar sabiamente el cortoplacismo y la permanencia en el largo plazo (sustentabilidad). Aun en medio de la crisis, ¡cuidado!, no dejes que tu empresa pierda valor en el largo plazo. Los grandes inversionistas globales evalúan a las empresas antes de hacer una inversión en ellas, “basándose en su estabilidad, su ventaja competitiva y lo que piensan

No pierdas la oportunidad

Las crisis son parte de un ciclo económico. Tarde o temprano terminan. Ésta que estamos pasando, va a terminar. Tu responsabilidad es lograr que tu empresa salga de ella, si no fortalecida, menos dañada.

La parte más importante de tu trabajo es lograr que al final de la crisis tu empresa esté bien posicionada, porque si tu empresa no lo está, las de tus competidores sí lo estarán y entonces sí, pierdes la oportunidad.

Las oportunidades no aparecen solas. Tienes que construirlas y para aquellas que ya están a la vista, tienes que ir a su encuentro. De otra forma, te pasarás la vida preguntando ¿dónde están las oportunidades?



Francisco Quintal Velasco

Licenciado en Administración de Empresas por Universidad Lasalle, cuenta con estudios de postgrado en MIT y Cornell University. Consejero de Negocios y Director General de Paradigm Shift. Consultor externo en estrategia empresarial de la OIT para países en Centro, Sud-América y México. Miembro de la red de consultores de IDEA, Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac de Universidad Anáhuac México Norte Conferencista en temas de Estrategia y Liderazgo en toda América. Consultor profesional desde hace 19 años..

fquintal@paradigmshift.com.mx

Paradigm Shift es una firma de consultoría que desarrolla soluciones integrales de negocios orientadas a ayudar a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos.

Nos enfocamos en el factor más crítico de su empresa: su gente. Buscamos cambiar la forma de pensar y trabajar de su organización mediante la generación y transferencia de aprendizaje y conocimiento a todo su personal y directivos. Esto es, buscamos generar un cambio de fondo en su organización para resolver los problemas de fondo y producir resultados duraderos.

