

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



¿Cómo crecer generando valor en el mundo de hoy?

El signo más inequívoco de prosperidad en una empresa es el crecimiento robusto y consistente de sus ingresos. No obstante, desde hace más de una década las inversiones en general tienden a tener un retorno más modesto; con las tendencias inflacionarias y geopolíticas, el panorama luce retador. Afortunadamente, tomar un enfoque más holístico puede ayudar a mejorar la cosa: una aspiración relevante y la mentalidad correspondiente, habilitadores correctos alojados dentro del negocio y rutas claras de crecimiento pueden hacer la diferencia aún en entornos como los descritos.

A continuación, te compartimos diez ideas que permitirán que tu empresa crezca más que sus competidoras y, por tanto, genere un rendimiento superior al promedio del mercado:

1. La prioridad es tu ventaja competitiva: inicia con una fórmula ganadora y escalable. Se dice que un modelo de negocios tiene ventaja competitiva cuando tiene una alta tasa de retorno sobre el capital invertido en él; así, empresas que generan retornos más altos atraen e invierten más capital, generando un círculo virtuoso.
2. Haz amistad de las tendencias: prioriza mercados rentables y de rápido crecimiento. Si tu empresa se encuentra ya en un mercado atractivo, requerirá seguir invirtiendo para mantenerse arriba “del pelotón”; si, por el contrario, tu empresa está enfrentando vientos en contra, tendrás que reasignar de forma decidida recursos hacia pivotes de alto volumen. Ten cuidado de juzgar con precisión el mercado en el que compites: a veces un “sector” de alto crecimiento tiene “subsectores” no tan agradables, y viceversa. El diablo está en los detalles.
3. No te rezagues: no basta con seguir la corriente, debes hacerlo más rápido que tus competidores. Esto puede implicar: alcanzar mercados antes que tus competidores (mercados en crecimiento) o quitar participación de mercado a tus competidores (mercados maduros). El crecimiento por encima del promedio de la industria permite generar, en promedio, 5% adicional de rendimiento anual para los accionistas.
4. Refuerza tu actividad principal: enfoca tu crecimiento en el negocio principal, no puedes ganar sin él. Vale la pena clasificar tus líneas de negocio así: la principal (aquella que más contribuye a los ingresos), las secundarias (aquellas más pequeñas, pero igualmente significativas) y las nuevas (donde aún no se tiene presencia). Sin duda, no podrás superar el crecimiento de tus competidores como empresa si no estás creciendo más que las otras empresas en tu línea de negocio principal. Para lograrlo, puede ser necesario repensar el modelo operativo o identificar nuevos segmentos que puedan estar interesados.}

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



5. Revisa opciones más allá del negocio principal: nutre el negocio en áreas de negocio adyacentes. Si bien 4 de cada 5 dólares de crecimiento vienen del negocio principal y solo 1 de actividades secundarias u otras nuevas, esto puede variar bastante en algunas industrias especiales (en el caso de la industria, por ejemplo, el crecimiento por actividades nuevas puede subir hasta 1 de cada 3 dólares). Si tu negocio principal está creciendo rápido, expandirte a sectores adyacentes puede procurarte una mejor posición de salida para aprovechar tendencias futuras o emergentes; si, por el contrario, tu negocio principal crece lento, pueden usar la expansión adyacente para compensar este magro crecimiento.
6. Crece en lo que conoces: enfócate en crecer donde tengas una ventaja propietaria. Está demostrado que el rendimiento de la inversión en estrategias de crecimiento es más generoso cuando se crece hacia sectores adyacentes o similares al negocio principal. Es decir, cuando hay economías de alcance entre las líneas de negocio, esto es, ofrecer las líneas en conjunto desde la misma empresa resulta más eficiente que hacerlo por separado.
7. Sé un héroe local: comprométete a ganar “en casa”. La decisión de “hacia dónde crecer” no pasa solo por la propia industria y cadena de valor, sino también por el alcance geográfico. Es decir, así como resulta difícil lograr un crecimiento integral sin que tu giro principal esté prosperando, igual costará mucho si no vas ganando tu mercado local (aquel donde tengas la mayor proporción de tus ingresos por período).
8. Prueba afuera si no puedes ganar adentro: expande tu negocio internacionalmente siempre que tengas una ventaja transferible. Cuando las tendencias del mercado local son más lentas, nunca está de más pensar en la posibilidad de aprovechar alternativas de internacionalización. Eso sí, no lograrás éxito afuera si no has logrado validar en tu propio mercado un modelo de negocios que sea ganador. Diciéndolo de forma más clara: se busca afuera cuando el panorama es mejor que el que hay adentro, siempre que se haya probado generar ventaja tangible.
9. Comprar empresas debe hacerse con método: una manera de crecer es a través de fusiones y adquisiciones. No se trata tanto del valor como sí del patrón que se siga para las compras el que influye en un crecimiento más sostenido en el tiempo: comprar con método permite que la empresa vaya formando capacidades internas y mejores prácticas, integrar mejor las organizaciones adquiridas y acceder a mercados nuevos o consolidar nuevos sin tener que “hipotecar la casa”.
10. Para crecer, no es pecado encogerse: poda tu portafolio de productos sin dudar si es necesario. Estadísticamente, es más efectivo validar periódicamente la velocidad con la que crecen las distintas líneas de negocio de tu empresa, identificar las que crecen lento y, sin miramientos, reinvertir dichos recursos en nuevas áreas. En definitiva, una cosa es “incrementar la escala” y otra muy diferente es “incrementar la generación de valor”.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Así como un empresario suele tener referentes del costo adecuado en las operaciones, también debería tener referentes de crecimiento. Ciertamente que la lista anterior es amplia, pero puedes comenzar desarrollando un claro apetito por el crecimiento: ambicionar un crecimiento significativo más allá de la clásica inercia de más de lo de siempre. Una vez ahí, podrás definir proyectos concretos relacionados a los 10 consejos.

Propemi BAC Credomatic te acompaña en el crecimiento de tu negocio desde la plataforma de despegue y de ahí al infinito y más allá. Descubre las herramientas y soluciones que tenemos disponibles para ti contactando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocio.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**