

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

Propemi
BAC Credomatic



La estrategia empresarial: solución de problemas clave, no “hacer cuentas alegres”

Los líderes empresariales confunden a menudo el significado de la estrategia. Muchas empresas presentan a sus públicos de interés ambiciones de desempeño. Creen que basta con usar un lenguaje financiero sobre el retorno para establecer el éxito. Se equivocan: eso no es estrategia.

La estrategia es resolución de problemas. Es la manera en que superas los obstáculos que se interponen entre tu situación actual y lo que quieres lograr; McKinsey la define como “elegir a lo largo del tiempo de cara a la incertidumbre”. Lamentablemente, las sesiones estratégicas suelen desviarse hacia ejercicios muy banales: por lo general, el dueño anuncia ciertas metas de desempeño (tasa de crecimiento y de rentabilidad), le agregan un par de cositas de seguridad y medio ambiente y le llaman a eso “estrategia”. Nada más falso: eso es solo un conjunto de ambiciones. Ciertamente, se comienza una sesión estratégica invitando a los líderes de la empresa a expresar cuáles son sus ambiciones, pero el inicio de la estrategia se da cuando defines cuáles de estas ambiciones pueden avanzarse hoy y cuáles en un futuro cercano. Al decidir esto, lo que sigue es formular un plan de acción. Esta brecha entre acción y ambición es de donde viene la mayor parte de malas estrategias que hoy vemos.

La estrategia requiere compromiso. Dicho de otra manera, si uno puede seguir cambiando la decisión una y otra vez, lo más probable es que no fue una decisión estratégica. Muchos líderes tratan de mantener abiertas las alternativas para retrasar la decisión, en gran parte porque hacer lo contrario anula todas las demás cosas que pudieron haber ocurrido, y eso es doloroso. Dado que comprometerse a A y no a B es incómodo, muchos deciden generar listas de “prioridades”, cosa que resulta una completa contradicción si se considera que la palabra “prioridad” significa “primero”; tener una de estas listas de “prioridades” es una forma refinada de decir que no queremos decidir, aparte de reflejar la tendencia de querer incluir todos los roles y actividades en la estrategia (“la cara pública de la estrategia”). Sea que uno utilice uno u otro origen etimológico de la palabra “estrategia”, al final tiene que ver con enfocarse en las fortalezas en lugar de las debilidades: si tu enfoque se da en punto débil, por más que sea una gran oportunidad, no implica una acción estratégica.

La volatilidad de los entornos actuales de negocio confunde respecto de la orientación de la estrategia. Si bien el ritmo y la frecuencia de las decisiones es mayor que antes, el quid del asunto es siempre enfocarse en los puntos de apalancamiento que la empresa puede usar para diferenciarse del resto. La banalidad estratégica surge de querer hacer demasiadas cosas a la vez. Si la estrategia es resolver problemas, gastar energía y talento en ello vale la pena si el problema es uno realmente importante y si es uno que realmente puedas resolver. Es decir, habrá cosas que no podemos resolver en el momento, por lo que esos se difieren para próximos períodos y enfocarnos en lo que sí podemos encarar.

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



La resiliencia está de moda últimamente como factor estratégico, pero al igual que la volatilidad puede desenfocarnos de lo importante. La estrategia trata sobre lo importante y los retos que se enfrentan en ello; si y solo si la funcionalidad organizacional es un obstáculo para lograr lo importante es que se vuelve estratégica. Sin embargo, no todas las empresas requieren ser resilientes, dado que hay muchas que se encuentran en nichos de mercado estables. El reto de la resiliencia se da cuando surge una nueva oportunidad difícil de resistir: ahí sí que se requiere resiliencia para lidiar con los líos de crear un patrón operativo diferente al del pasado.

Uno de los riesgos más importantes en el establecimiento de estrategia es que el ejercicio se convierta en un “teatro del éxito”. La lógica de los incentivos organizacionales puede provocar que los involucrados en la confección de estrategias renuncien a decidir cuál es su problema más grande y, en lugar de eso, dejen la famosa lista de “prioridades”. Esto suele pasar en empresas que suelen castigar presupuestariamente a quien se atreva a hablar de problemas y no asuma las “oportunidades”.

Tu empresa evolucionará con base en las respuestas que dé a los retos que enfrenta, así como lo sugiere Toynbee con relación a las civilizaciones. Por fortuna, tu empresa cuenta con el mejor aliado en el mundo de los negocios, que te apoya en todo momento con soluciones financieras efectivas y asesoramiento empresarial: Propemi BAC Credomatic. ¡Es un placer participar de tu historia de éxito!

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.**