



LOS DESAFÍOS GERENCIALES

Nº 1605

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

LOS DESAFÍOS

Los desafíos gerenciales son enormes y cada vez evolucionan a mayor velocidad debido a la constante transformación de las tecnologías, las regulaciones, los modelos de negocios, el entorno y la competencia, así como los cambios en las preferencias de los consumidores.

Como consecuencia, los procesos de innovación y/o de mejoramiento continuo están a la orden del día en las empresas, los cuales son una exigencia de los clientes en mercados globalizados y una necesidad por el avance de los competidores cercanos. Como dice el refrán popular, *“camarón que se duerme, se lo lleva la corriente”*, lo que también sucede a nivel empresarial y profesional.

En general puede afirmarse que todo tipo de negocios para ser exitosos requieren de dos fortalezas básicas, las cuales son verdaderos desafíos para la gerencia: **Ser competitivos y estar posicionados**. Veamos:

SER COMPETITIVO

Por definición para ser competitivo hay que estar en capacidad de vender rentablemente, en forma estable y creciente, a nivel local, nacional o internacional, según sea el ámbito de negocios de cada compañía.

La competitividad de una empresa puede verse afectada favorable o desfavorablemente por efecto del entorno, del sector o de la propia compañía. **La competitividad es uno de los principales desafíos de la gerencia y le obliga a estar al tanto y a reaccionar en su propia empresa en temas tales como los siguientes:**

1. El entorno nacional e internacional: es el reconocimiento del mundo donde vivimos y su influencia positiva o negativa para la vida de los negocios.
2. Aspectos relacionados con la política económica y el marco legal, contable y tributario del respectivo país, los cuales pueden determinar buena parte del éxito de sus labores productivas.

3. Tendencias de desarrollo del sector donde participa la empresa, especialmente en temas tales como:
 - Riesgos y amenazas de su sector y su negocio.
 - Desarrollos e innovaciones tecnológicas.
 - Personas clave o de influencia en el sector.
 - Limitaciones y restricciones para el desenvolvimiento del sector.

4. Tendencias, preferencias, conductas y rasgos de los clientes o consumidores:
 - Gustos y preferencias.
 - Características poblacionales.
 - Lugares de compra.
 - Motivaciones de compra.
 - Conducta de los clientes especialmente los que forman parte del *Pareto* de la empresa.

5. Capacidad competitiva de los competidores cercanos:
 - ¿Qué tan buenos somos en lo que hacemos, con relación a otros competidores cercanos?
 - ¿Tenemos ventajas competitivas sostenibles?
 - ¿Dónde están las oportunidades de mejoramiento en la competitividad del negocio?, frente a estos aspectos:
 - Estrategia.
 - Capacidad comercial.
 - Capacidad financiera.
 - Capacidad operativa y administrativa.
 - Talento humano y su capacidad de innovación.

La competitividad, por lo tanto, es un desafío de altas proporciones para la gerencia de una empresa.

ESTAR POSICIONADO

El segundo gran desafío de la gerencia es el posicionamiento de su negocio. Un negocio que está posicionado es ante todo una solución de valor reconocida y preferida por los consumidores.

Los clientes eligen y generan lealtad a las empresas de bienes o servicios en razón a aspectos como la calidad, la diferenciación o el precio, o una combinación apropiada de los mismos. Estos son factores determinantes del posicionamiento. Veamos:

1. **La calidad:** es el elemento más singular del posicionamiento y el factor que mejor determina la identidad con una marca particular de bienes o servicios. Cuando la calidad es percibida, la marca genera en la mente del consumidor la idea de recordación, y si ésta precepción se mantiene en varias experiencias o momentos de verdad, la lealtad se afianza como estímulo a la repetición de compra.

2. **La diferenciación:** la diferenciación se establece en las características del producto, en el proceso de comercialización o en los valores agregados. Si bien es muy significativa como elemento de posicionamiento, puede ser más fácilmente alcanzable por otros competidores, lo cual obliga a buscar nuevas fuentes de diferenciación

para no perder el posicionamiento logrado.

- El precio:** Es un factor de alto reconocimiento y para ningún consumidor es despreciable, siendo más significativo en mercados masivos que en mercados selectivos. Sin embargo, es el factor de posicionamiento más frágil, ya que los competidores podrían asumir posiciones de guerra de precios enormemente destructivas tanto para los productores como, en el tiempo, para los propios consumidores.

El posicionamiento de una marca, tanto como la competitividad, es un gran desafío para la gerencia, pero sólo se logra con esfuerzos programados, persistentes y bien dirigidos a través de muchos años. Estas dos fortalezas son dos caras de la misma moneda, deben viajar siempre juntas, so pena de perderse esa condición de ventaja en cualquier etapa del desarrollo empresarial.

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](#)
- ✓ [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.

Síguenos en:

[twitter](#)

[facebook](#)