



Cambiar la Actitud Empresarial

Por Edgar F. Garza Ancira

Muchas empresas adquieren cierto conformismo que no les permite hacer nuevos emprendimientos, al considerar que hacen bien las cosas tal como las han realizado y como una manera de evitar correr riesgos innecesarios, al abstenerse de implementar modificaciones en sus procesos.

La idea de si algo está funcionando no hay que cambiarle nada, puede resultar cierto en el corto plazo. Sin embargo, el pensamiento de confort genera pasividad que se arraiga en el proceso de las empresas, propiciando estancamiento y ante el contexto actual de constantes innovaciones, las puede llevar a su desaparición.

Varias empresas lograron posicionarse como referente en el mercado, con productos relevantes para cierto público y en cierto tiempo. Al dejar de innovar, de ser necesarios para las demandas del presente se rezagan y pueden ser reemplazadas si no cuentan con visión de largo plazo.

El problema de esta fase es que se vuelven obsoletas y pierden rentabilidad. Asimismo, fomentan una percepción negativa de su marca. El 75% de éstas quiebran por la falta de capacidad para adaptarse a nuevos contextos.

Las empresas que alcanzan el éxito son aquellas que se plantean nuevos objetivos y nuevas metas. Entre este grupo se encuentran Cemex, América Móvil, Rotoplas, Gruma, Cinépolis, Mexichem, Bimbo, Grupo Lala y Grupo México, las cuales adoptaron una visión estratégica e implementaron sus ventajas competitivas para diversificarse y posicionarse en otros mercados como el de China, India, Marruecos, Estados Unidos, España, Italia, Brasil.

Estas compañías también aprovecharon la tecnología, sus capacidades operativas y el capital que han acumulado, para embarcarse en este tipo de aventuras empresariales y posicionarse fuera de las fronteras nacionales.

Asimismo, lograron posicionarse en otras regiones, debido al fortalecimiento de sus procesos productivos, innovación, estándares de calidad, logística, incorporación en las cadenas globales de valor e identificación en el extranjero de grandes consorcios estratégicos. En la actualidad algunas de ellas ya cuentan con más del 50% de las operaciones en los países donde operan como América Móvil, Cemex o Gruma.

Toda empresa que pretenda mantenerse, crecer y posicionarse en un mercado nacional o internacional, forzosamente tendrá que instrumentar estrategias que les permitan desarrollar todas sus potencialidades y nunca quedarse en su zona de confort, porque los cambios vertiginosos que se viven a diario las vuelven obsoletas o las desaparecen.

Las empresas que se internacionalizan le aportan al país de origen y al país donde se establecen: mejores prácticas, tecnología, responsabilidad social y sobre todo le proporcionan valor.

Consejero de empresas y consorcios de carácter multinacional, así como Fundador de la asociación civil Dime y Juntos lo Hacemos.

Edgar F. Garza Ancira: Consejero de empresas y consorcios de carácter multinacional, así como Fundador de la asociación civil Dime y Juntos lo Hacemos

Twitter: @EFGANCIRA