

Acciones para el crecimiento empresarial

Por Víctor Esquivel

Con motivo del 50 aniversario de la Reunión Anual del Foro Económico Mundial nos sumamos a la tarea de analizar los principales desafíos y oportunidades a escala global para contar con empresas que crezcan de forma sostenible, inclusiva e innovadora, capaces de generar beneficios para sus diversos grupos de interés y contribuir a cerrar la brecha de desigualdad económica y social.

Entre los diversos retos que enfrentan las organizaciones destacan cinco acciones para garantizar su crecimiento a futuro y sumarse a la construcción de un mundo más integrado y sostenible:

1. Ganarse la lealtad del cliente mediante la integridad.
2. Ser protagonistas de la disrupción.
3. Gestionar el talento digital.
4. Asumir riesgos con base en información confiable.
5. Atender oportunamente las regulaciones.

Ganarse la lealtad del cliente mediante la integridad

Los clientes tienen actualmente innumerables opciones para elegir productos y servicios; tienden a ser leales a aquellas marcas íntegras que les ofrecen una experiencia personalizada.

La lealtad del cliente sólo se logra si la organización gana su confianza, cumple sus compromisos y demuestra conocer y valorar a sus grupos de interés. En México, la personalización y la integridad son de los principales factores para dar al cliente una experiencia excepcional, a su vez inciden en su lealtad y las recomendaciones que realiza con respecto a las marcas.

Son cinco en particular para garantizar el crecimiento a futuro de las empresas y sumarse a la construcción de un mundo más integrado y sostenible; ello, en el marco del Foro Económico Mundial

Ser protagonistas de la disrupción

Ante las tecnologías disruptivas, las organizaciones tienen la opción de reaccionar, adaptarse o ser protagonistas de la disrupción. De hecho, siete de cada diez directores generales en todo el mundo consideran que el crecimiento de su empresa depende de la capacidad para desafiar el statu quo y generar disrupción. Los líderes empresariales, particularmente los directores generales o CEOs, deben contribuir al crecimiento y sostenibilidad de sus organizaciones siendo ágiles y capaces de responder a las necesidades cambiantes del cliente, la innovación en su industria y el ritmo de la transformación digital.

Gestionar el talento digital

Si se acepta que el cliente está en el centro de la estrategia de la empresa, también hay que reconocer a los colaboradores como parte indispensable de la ecuación, pues son ellos quienes brindan experiencias excepcionales al cliente.

La Alta Dirección necesita gestionar el talento de las nuevas generaciones, que son nativas digitales, a quienes les importan los incentivos económicos y de desarrollo individual, pero asimismo los valores de la empresa, el propósito que plantea con respecto al mundo

de sus acciones de responsabilidad social. A pesar de reconocer la importancia de la gestión del capital humano para el crecimiento de la empresa, en 2019 sólo 16% de los CEOs consideraban que los especialistas en desarrollo de talento de su organización son altamente efectivos. Cabe señalar que en 2018 la cifra fue 3%, es decir, existe cierto avance.

Asumir riesgos con base en información confiable

Lejos de constituir un freno para la organización o limitarse al incremento de controles, la gestión de riesgos implica la toma de decisiones con base en información confiable, evaluando las ventajas y desventajas de los distintos escenarios posibles para saber si vale la pena, por ejemplo, llevar a cabo determinadas inversiones requeridas para aumentar la capacidad de operación del negocio con miras a un crecimiento sostenible.

La gestión de riesgos ayuda también a anticipar amenazas, lo que reviste especial importancia en un ambiente de cambios abruptos y poco predecibles. En 2019, 21% de los CEOs consideraban que el mayor riesgo para el crecimiento de su organización se relacionaba con el cambio climático y temas medioambientales; sin duda, un punto ineludible para empresas, gobierno y sociedad.

Atender oportunamente las regulaciones

Las empresas están sujetas a normas y reglas generales, así como específicas de cada industria, las cuales regulan sus operaciones y dan forma a los mercados, protegiendo los intereses de clientes y consumidores. Las organizaciones deben estar conscientes de la velocidad con que se modifican, ya que un cambio normativo inesperado podría amenazar una empresa o, incluso, una industria al tiempo que, en contrapartida, abre espacios a nuevos negocios. Además, existen normas locales, nacionales y globales que es preciso integrar en la estrategia del negocio para mantener la competitividad.

Distintos modelos de negocios carecen de regulaciones debido a la novedad con que irrumpen en el mercado. La tendencia global es buscar cómo regularlos para alcanzar un equilibrio. Las organizaciones deben considerar este fenómeno, tanto por la competencia que puede surgir desde los sitios más insospechados, como por las oportunidades para aliarse con start-ups que incorporen elementos innovadores a la empresa. De hecho, de cara a los próximos tres años, 58% de las empresas planean colaborar con start-ups como un medio para alcanzar sus objetivos de crecimiento. Sin duda, como en años anteriores, 2020 será fundamental para contar con agilidad, resiliencia y perspectivas de negocio a largo plazo que impulsen el crecimiento de las organizaciones con base en integridad y confianza. Nota: las ideas y opiniones expresadas en este escrito son del autor y no necesariamente representan las ideas y opiniones de KPMG en México.

* Socio Director General de KPMG en México y Centroamérica. Visita: www.delineandoestrategias.com