20 TIPS de NEGOCIO para el 2020

¿CONOCES CUÁLES FACTORES DEBERÍAS CONSIDERAR PARA SALIR AVANTE EL PRÓXIMO AÑO?

Por Arjan Shahani

En esta época del año, las empresas están trabajando a marchas forzadas para cerrar el 2019 capturando las últimas oportunidades en pro de lograr el mejor cierre. A su vez, estamos entrando en esa interesante transición del Q4 a ir volteando al año próximo con nuevas vistas, nuevas metas y enfoques.

Si algo nos ha mostrado el año en curso y la dinámica historia reciente, es que las empresas con mayores posibilidades de éxito sostenido serán aquellas que puedan adaptarse a los cambios rápidamente, capturar las oportunidades y estar constantemente analizando escenarios multifactoriales, integrando distintas perspectivas y acelerando la toma de decisiones de una manera eficiente y efectiva. ¡No son épocas para débiles cardiacos!

Precisamente con las miras hacia adelante y asumiendo ese momento de preparación previa a la carrera, quisiera invitar a nuestros clientes y lectores a considerar 20 tips de negocio para el 2020.

Sintec CONSULTING

1 MINIMIZA LOS ACTIVOS FIJOS

En la época *mobile first* (y prácticamente *mobile only*), los activos fijos son peso que cargar. Los *neobanks* son el perfecto ejemplo de quienes han entendido que hoy día contar con un espacio físico propio no es del todo necesario. Los avances tecnológicos han hecho que los bienes inmuebles y materiales de oficina sean menos necesarios y por ende, prescindir de ellos puede generar importantes ahorros. Incluso si necesitas espacios físicos, considera esquemas de arrendamiento flexible que bien aprovechadas, pueden traer un respiro a tus estados financieros.

2 RESERVA TIEMPO PARA NO AHOGARTE EN LA OPERACIÓN

Si no tienes tiempo para pensar, no tienes tiempo para crecer. Con las presiones crecientes y el constante empeño en hacer más con menos, es muy fácil caer en la trampa de ahogarse en la operación. Si esto sucede, no tendrás espacio para analizar posibles áreas de mejora interna o para voltear hacia afuera y capturar oportunidades que se presenten. No sacrifiques el tiempo para pensar en estrategia y planear para el futuro por sacar adelante el presente. Hoy en día contamos con un acceso a información como nunca antes. Podemos mantenernos al día, leer al mercado con un par de clics y tener una sensibilidad de todo lo que está sucediendo prácticamente en tiempo real… pero tenemos que darnos el espacio para hacerlo. Como famosamente dijo Ferris Bueller, “La vida se viene bastante rápido. Si no te detienes a mirar alrededor de vez en cuando, te la perderás”.

3
TIENES *LA DATA*, AHORA ANALÍZALA

Ligado al punto anterior, antes contábamos con muy poca información para tomar decisiones. Ahora el problema es el opuesto. Tenemos demasiada información que procesar y transformarla de un cúmulo de figuras a inteligencia accionable, no siempre es un paso simple. Asesórate correctamente para lograr explotar la información de manera correcta e implementa torres de control y *dashboards* fundamentados por **analítica avanzada** de tal suerte que puedas aprovechar el acceso que hoy tienes a las variables relevantes.

4
EL CLIENTE NO ES PRIMERO, *ES TODO*

Transforma tu negocio en uno verdaderamente **cliente-céntrico.** Mapea de manera correcta los *customer journeys* y asegura que cuentas con los procesos y el talento adecuado para entregar el mejor valor en cada uno de los momentos de verdad. Anticipa *pain points* y potenciales momentos de quiebre y prepárate para ellos. Con una correcta gestión y mapeo del *customer experience*, hasta el peor de los momentos es una **oportunidad para generar lealtad** en tus clientes, asegurar la recompra y hasta la recomendación. En resumen, invierte tiempo y recursos para sembrar lealtad a través del *journey* del cliente.

5
ASEGURA LA DISCIPLINA PRESUPUESTAL

Es tal vez sorprendente que tenga que decirlo, pero en la experiencia nos hemos dado cuenta de múltiples áreas de oportunidad en términos de la planeación, seguimiento y apego a un presupuesto, y su estacionalidad acordada, sobre todo en áreas de la organización menos ingenieriles. Si el dueño de un centro de costos no tiene cabal conocimiento del estatus de su gasto ejercido y gasto comprometido, y/o se desvía considerablemente del presupuesto original no sólo en montos sino en el momento de ejercer dichos montos, la organización está tomando riesgos innecesarios y exponiendo el flujo saludable de la compañía. La gestión presupuestal, desde la planeación inicial hasta la ejecución correcta de los días pago comprometidos, es un básico higiénico para cualquier organización saludable y más compañías harían bien en asegurar que esta fuera su realidad.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

6

HAZ MARKETING INTELIGENTE

Hoy más que nunca, la capacidad de optimizar el *marketing mix*, la rapidez para testear una campaña, la capacidad de microsegmentar y entablar diálogos con el *target* a través de los canales digitales, la facilidad para leer los gustos, hábitos y preferencias del mercado y el acceso a creatividad del más alto nivel, hacen del *marketing* una herramienta mucho más poderosa. Al mismo tiempo, el acceso mucho más democratizado a servicios profesionales de *marketing* hace la incursión de nuevos competidores y amenazas una realidad latente. Es hora de tomar en serio tus esfuerzos de *marketing*, optimizar la inversión en ellos y ligarlos a través de estrategias comerciales coordinadas con el área de ventas. Generar valor y volumen nunca había estado tan directamente entrelazado. Incorpora la tecnología disponible y captura sus bondades.

7

APUESTA POR LA INNOVACIÓN

En una desaceleración económica, puede parecer contraintuitivo invertir en innovación (cuando la tentación es contraer gasto) pero si la batalla por las preferencias y la decisión de compra de tu consumidor potencial se va a volver más reacia, lo peor que puedes hacer es dejar de asombrarlo. Habiendo dicho esto, la clave está en invertir de manera inteligente de tal manera que puedas librar el hoy y prepararte para ganar en el mañana. Cuidado con cometer los errores más comunes en la priorización de tu **portafolio de inversiones.** Asegura que se persiguen los proyectos que más beneficiarán el corto y largo plazo de la firma, aun cuando no sean los proyectos más populares o aquellos apadrinados por las estrellas marineras de la compañía.

8

SIEMBRA UNA CULTURA DE CAMBIO

No te digo algo nuevo, simplemente reitero aquello que será mucho más relevante: el cambio constante es el nuevo normal. Es crucial para el desempeño efectivo, la productividad operativa y para mantener un clima organizacional sano, sembrar el *skillset* de adaptación al cambio en toda la empresa. Tal vez empieces por incluir a un *change management officer* en tus proyectos y eso sea un buen inicio, pero a final de cuentas la meta debe de ser instalar la capacidad de adoptar el cambio como una competencia organizacional. Aquellos equipos y personas que puedan aceptar el reto de volverse capitanes en ***change management,*** serán los protagonistas del éxito de tu compañía, garantizado.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

9

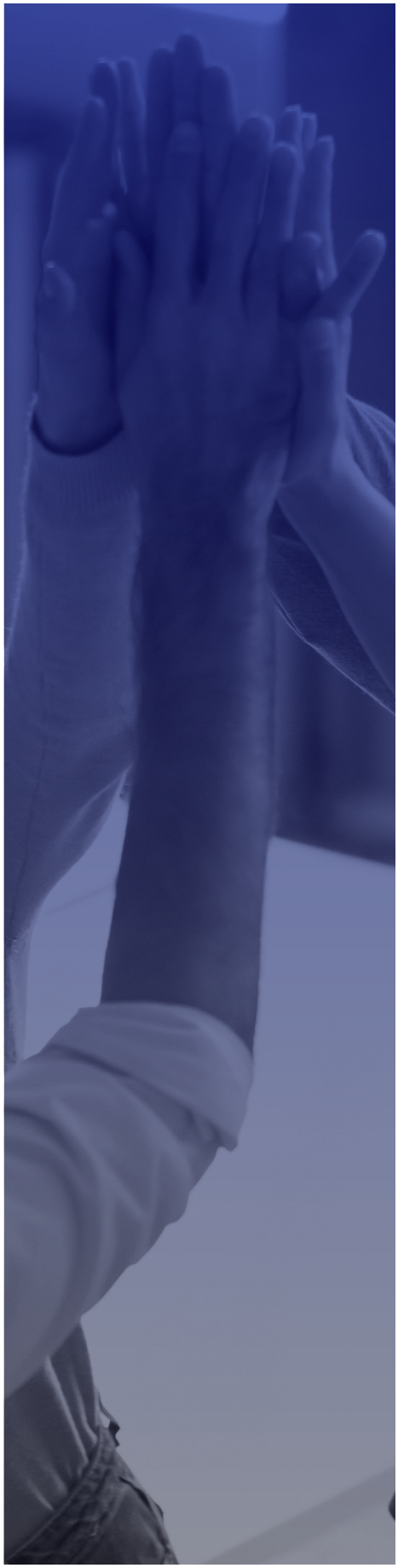
PONLE LUPA A LA GESTIÓN DE TALENTO

Normalmente puesta en segundo plano, la correcta ejecución de procesos de gestión de talento, con vistas a la atracción, desarrollo y retención de los mejores elementos, es crucial para que tu empresa entregue resultados. La demanda por colaboradores con *skillsets* muy específicos va al alza y las universidades apenas están poniéndose al corriente para expulsar al mercado laboral recién graduados con dichas características. ¿El resultado hoy en día? Una sequía de talento. Si no desarrollas un músculo para competir por ese talento escaso y para retenerlo cuando lo hayas capturado, tu organización estará en problemas.

10

EVALÚA TUS ESQUEMAS DE COMPENSACIÓN Y RECONOCIMIENTO

Identifica la mejor forma de recompensar el buen desempeño de quien se lo ha ganado. Esto se refiere a, primero que nada, contar con esquemas de compensación y beneficios flexibles para poder atender los diferentes ***drivers* de motivación en los empleados,** tomando en cuenta que hoy más que nunca contamos con una fuerza laboral multicultural y multigeneracional, con necesidades y satisfactores distintos. Por otro lado, es importante encontrar los esquemas correctos de retención, desarrollando al talento de alto potencial y retándolo constantemente pero también, asegurando que sus buenos resultados son premiados. Las personas que no sean debidamente reconocidas por empujar a la organización hacia el éxito dentro de su área de influencia, buscarán otras organizaciones que sí lo hagan y hoy en día, como lo acabo de mencionar, el balance de oferta y demanda está a favor del talento altamente codiciado.



11

CAPTURA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD EN TODA TU CADENA DE VALOR

Tendemos a enfocar esfuerzos de optimización y productividad en aquellos eslabones de la cadena que están en nuestro entero control. Sin embargo, existen claras ventajas en **optimizar toda la cadena,** trabajando con proveedores y distribuidores entendiendo la relación simbiótica que tenemos con ellos. Desde los proveedores de materia prima, hasta los encargados de la relación post-venta, pasando por los procesos de manufactura, venta, distribución (dependiendo de nuestro proceso producto, tipo de producto o servicio), cada paso en toda la cadena es una oportunidad de eficiencia. A final de cuentas, la productividad de nuestros socios y proveedores está directamente vinculada con la nuestra. Además, entender esta cadena en dimensión de los distintos puntos de contacto que genera con nuestro usuario o consumidor final, nos permite optimizar la experiencia del cliente y por ende, generar lealtad.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

12

HAZ QUE TU MARCA HABLE MEJOR, MÁS FUERTE Y EN LUGARES MÁS PROPICIOS QUE LA DE TUS COMPETIDORES

Es impresionante ver que hoy en día sigue habiendo marcas de todos tamaños que hacen publicidad sin tener una estrategia clara y un entendimiento de su ADN, sus consumidores *target*, los beneficios y *RTBs* que la sustentan, y su rol para cubrir las necesidades y dolencias de sus compradores. Si tu marca está en este limbo y jugando a tirar mensajes por todos lados para ver cuál pega, hay trabajo por hacer. Si no tienes una estrategia clara de segmentación, campañas optimizadas, validación y medición de la efectividad de los canales, mensajes y promociones, si no estás monitoreando el valor de tu marca y su efectividad en las distintas etapas del *funnel* de adopción, y si no estás aprovechando todas las ventajas de un *marketing* digital inteligente, estás a punto de ser devorado por tus competidores.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

13

ADELÁNTATE A LA NORMATIVIDAD

Dicen que para cambiar, accionar y reaccionar, las PyMES son rápidas, las grandes empresas no tanto y el gobierno es aletargado. Habiendo dicho esto, las leyes y la normatividad a final de cuentas sí cambian y ante todo, tu organización tiene que estar lista para navegar dentro del marco de las leyes vigentes. Como lo han hecho los *retailers* que desde antes de que pasaran las leyes, ya estaban dejando atrás las bolsas de plástico o quienes dentro de sus proyecciones ya estimaban modificaciones en el IEPS mucho antes de que el impuesto fuera inclusive declarado, hay claras ventajas en estar un paso delante de la normatividad. En México recientemente entró en vigor la NOM-035 de factores de riesgo psicosocial en el trabajo. Quienes no se prepararon con tiempo, hoy están trabajando a marchas forzadas para ponerse en regla mientras que para otros que tomamos los pasos necesarios a tiempo, la transición fue de lo más transparente. Pregúntate ¿qué leyes o normas en puerta podrían sacudir mi negocio? Y adelántate.

14

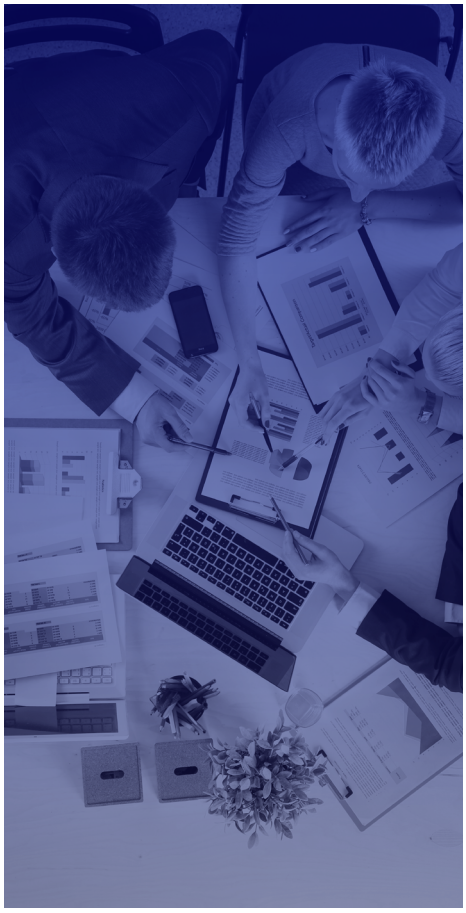
SÉ SUSTENTABLE Y REALMENTE SOCIALMENTE RESPONSABLE

No sólo porque es lo correcto, sino porque hay **un claro caso de negocio** en hacerlo. Las nuevas generaciones favorecen a las marcas y lugares de trabajo con un honesto, trasparente y fiel propósito mayor. Tus productos serán más valorados y tu *employer branding* crecerá. Adicionalmente, en muchos giros e industrias ser sustentable significará capturar los beneficios y eficiencias de una cadena de logística inversa que forme parte de una experiencia de cliente postventa favorecedora. En otras empresas, ser sustentable será el sinónimo de generar ahorros en los procesos productivos y por ende, equivalente a eficiencia. Ser realmente socialmente responsable va más allá de una certificación del Cemefi; significa insertar la responsabilidad social corporativa dentro de la estrategia de negocio, generando el conocido *triple bottom line*. Si existe un compromiso fincado en principios éticos, empatía y un sentido comunitario, perfecto... pero en el más pragmático de los casos, tiene sentido de negocio hacerlo.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

15
TERCERIZA, AUTOMATIZA Y ENFÓCATE EN LAS ACTIVIDADES DE VALOR

Evalúa tus procesos y los recursos materiales y humanos que tienes invertidos en ellos. Identifica las actividades más rutinarias, periódicas y transaccionales. ¿Alguna tiene potencial de generar ventajas para tu negocio si la tercerizas y/o automatizas a través de **RPA**? Lo más probable es que sí. Un análisis de este tipo puede ser la fuente de importantes ventajas y permitirá a tu empresa a **enfocar a su talento** en temas, procesos, funciones y actividades de mayor valor para el negocio e incluso para ellos.



16
ABRE DIÁLOGOS

Internamente con tu equipo y externamente con tus clientes, socios y hasta tus competidores. Internamente utiliza espacios de diálogo para mitigar la incertidumbre y eliminarla en espacios donde pueda ser evitable. En tiempos atropellados y de múltiples cambios, la ausencia de diálogos genera confusión, desalineación y desistimiento, todos ellos enemigos de la productividad lograda en espacios de confianza y transparencia. Hacia afuera, asegúrate de tener todos los canales posibles para no sólo estarle constantemente publicitando al cliente, sino entablando un diálogo que te permita entenderlo mejor y establecer lazos más fuertes. Mantén también líneas de comunicación abiertas dentro de toda tu cadena de valor y reconoce que incluso con tus más reacios competidores podrán haber instancias en las que sostener diálogos sea de inmensurable valor. Así que habla porque como dice el dicho, al que no habla, Dios no lo oye.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

17
DIVERSIFICA TU RIESGO

En **mercados tan dinámicos** como los actuales, el destino de los grandes ganadores y perdedores se puede definir en cuestión de segundos. Por lo mismo, la época de "todos los huevos en una canasta" ha quedado en el pasado. Los *angel investors* son probablemente quienes mejor entienden esta nueva realidad. Porque saben que un unicornio les dará retornos exponenciales, están dispuestos a invertir en 15 proyectos sabiendo que sólo uno de ellos podría ser (por simple estadística) exitoso. Para quienes somos más adversos al riesgo, la diversificación nos permite mitigar pérdidas en un lado con ganancias de otro y una visión de portafolio versus apuesta única es lo que nos da más espacio para jugar.

18
DEJA DE HABLAR DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Y llévala a cabo. ¿tu empresa lleva años hablando de transformación digital pero sigue paralizada y confundida? La buena noticia, es que tu parálisis es entendible y esperable. La mala noticia es que los demás ya están identificando formas de salir de ella… y te van a dejar atrás. En un mar de información y posibilidades, es fácil ahogarse y no saber **por dónde empezar.** Te recomendamos implementar nuestro *Digital Readiness Scan* y así identificar los primeros pasos en tu carrera y las formas de capturar el mayor beneficio con menor riesgo de fracaso.

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

19

DIVIÉRTETE

Los retos no tienen por qué ser aburridos e incluso, bien encausados, son el mejor de los motivadores. "Si todo fuera fácil, sería muy aburrido" recuerdo alguna vez haber escuchado a alguien decir. Por otro lado, existe el dicho popular que dice que "si fuera fácil, cualquiera lo haría." El ambiente de negocios actual y futuro próximo pinta como un completamente nuevo laboratorio que se prestará para invaluables aprendizajes a quien tenga la mente abierta para entenderlo como tal. Diviértete mostrando lo mejor de ti mismo y ejecutando las decisiones correctas para superar los retos. Diviértete con tu equipo, con tus clientes y con tus socios. Diviértete en familia y con tus amigos. El 2020 sólo vendrá una vez. ¿Quieres al final del año voltear hacia atrás y decir "que bien me la pasé" o "¡paren este tren, que quiero bajarme!"? Date el tiempo para que sea un año exitoso pero también divertido.

20

ACÉRCATE A TU ASESOR DE CONFIANZA

Si tienes alguna duda respecto a cómo ejecutar alguno de los puntos aquí descritos, o tienes retos adicionales que enfrentar, asegúrate de tener a un *consiglieri* de calidad a tu lado. En **Sintec Consulting** contamos con la experiencia acumulada de más de 30 años de operar en América Latina, cientos de proyectos para clientes como tú, un equipo con el mejor talento, el compromiso y nivel de acompañamiento que se han vuelto nuestro sello distintivo. Tienes retos importantes que enfrentar en el 2020. Queremos enfrentarlos contigo y celebrar los éxitos juntos.

El próximo año viene con retos importantes. Espero que estas 20 recomendaciones te ayuden a orientar el éxito para tu negocio.

¡Venga 2020!

Copyright Derechos Reservados Sistemas Interactivos de Consultoría, S.A. de C.V.

Sintec®
CONSULTING

@Sintec @Sintec_ @SintecConsultoria /SintecConsultoria