

Reinvéntese antes que sea tarde

Hoy en día quien no avanza retrocede, y eso se aplica no solo a empresas sino también a personas. Patricia Cánepa, VP de DBM Perú, usa pautas empresariales para hablar de nuestras carreras.

Mientras leía el artículo "Reinvente su negocio antes que sea muy tarde" del Harvard Business Review de enero, no podía dejar de dibujar paralelas con mucho de lo que promovemos con respecto al marketing personal.

El artículo parte de la tan conocida curva S, que básicamente alude a que tiene sentido reinventar un negocio en su pico, cuando me-

jor está, antes de entrar al declive de la curva de maduración. De esta manera, se sigue en la línea de ascenso y se sigue construyendo, sin los costos y esfuerzo que implica repuntar un negocio en declive. Además, sugieren, hay que poner atención a tres "curvas escondidas" que maduran más rápido y corren paralelo a la curva de desempeño financiero.

La curva de la competencia. Las mejores empresas están conectadas con los cambios en el mercado y su competencia y crean cimientos para competir en su sector. Requieren ejecutivos que estén conectados a los cambios en su industria, a la evolución del mercado, para identificar oportunidades de negocios que agreguen valor y que regirán sus próximos pasos.

La curva de las habilidades. Las mejores empresas

buscan distintividad para competir a través de sus competencias corporativas. Igualmente, los ejecutivos tienen que invertir en desarrollar las habilidades que estos cambios requerirán. Las semillas de nuevos proyectos toman 5 a 7 años para impactar económicamente en el negocio. Esto quiere decir que los mejores ejecutivos deben poder desarrollar una visión de mediano/largo plazo, para identificar estas oportunidades y desarrollar las competencias necesarias.

La curva del talento. Las mejores empresas invierten en desarrollar y retener al talento clave, quienes no solo tienen las habilidades sino también el deseo de empujar el nuevo crecimiento. Sin embargo, cuando les va bien, reducen personal o cortan presupuestos de capacitación y desarrollo, presionadas por los costos o la competencia. Esto, de acuerdo al artículo, tiene el efecto de perder al talento valioso que necesitan para reinventar el negocio y seguir creciendo.