

Especial / Especializaciones para ejecutivos

Desarrollo empresarial, un reto para los profesionales

Entender a los nuevos consumidores y tomar decisiones estratégicas con respecto a la evolución del mercado es la clave para sobresalir como compañía.

Una de las grandes incógnitas que tienen muchos profesionales que quieren desarrollar negocios innovadores es ¿Por qué si grandes empresarios nunca se han especializado yo sí debería hacerlo? Bueno, según Alejandro Boada Ortiz, director del Centro de Innovación y Sostenibilidad de la Universidad Externado de Colombia, la respuesta es sencilla "porque son genios, hombres y mujeres con características, habilidades y competencias muy especiales que los hicieron únicos, como Edison, Jobs, Coco Chanel, Gates o Zuckerberg. Es necesario pensar y ser claros con el hecho de que no podemos saber todo y se pueden reducir las curvas de aprendizaje mediante una formación pertinente que no solo contenga herramientas, sino también modelos de pensamiento que prevalezcan y ayuden a evolucionar al ejecutivo", complementa el experto.

Es por esto que la formación posgradual en diferentes ámbitos contribuye al desarrollo empresarial, convirtiéndose en una ganancia no solo para la compañía sino para el profesional. En este caso, existen varias especializaciones que ayudan al ejecutivo a generar nuevas ideas, actualizarse y conocer a fondo las herramientas para alcanzar el éxito en competencia de mercados.

Según Daniel Gómez Londoño, gerente general de Maximiza tu Potencial, algunas de las temáticas que se manejan en estos programas que contribuyen con este propósito son: innovación y desarrollo de negocios, marketing estratégico, inteligencia de negocios, analítica aplicada a los negocios, mercadeo estratégico en medios digitales y gerencia de negocios internacionales, entre otras especializaciones que se ofertan en las Instituciones de Educación Superior y en entidades como las Cámaras de Comercio de todas las ciudades del país.

Por ejemplo, la Universi-

dad de los Andes enfatiza en que el mercadeo es una disciplina cada vez menos intuitiva y más estructurada, sustentada en el uso de metodologías de investigación, modelos e instrumentos para el análisis de la información, fundamental para establecer qué es lo que quiere el consumidor, qué procesos empresariales se deben mejorar y cómo hacerlo sin gastar muchos recursos ni dejarse impactar por otras sociedades.

Y es que, de acuerdo con Boada, un modelo de negocios exitoso es algo integral, se puede tener un excelente mercado y un gran producto que ofrecer, pero si no se sabe invertir o manejar los costos todo se va al traste.

UN MODELO DE NEGOCIOS EXITOSO ES ALGO INTEGRAL, POR ESO INTERFIEREN DIFERENTES ÁREAS COMO NEGOCIACIÓN HASTA RECURSOS HUMANOS, PASANDO TAMBIÉN POR EL ÁREA JURÍDICA.

Para mantener una propuesta de valor (que es el corazón del modelo) se requiere una organización y para eso hay gente especializada en las diferentes áreas como negociación hasta recursos humanos, pasando también por el área jurídica.

"El mundo es cada día más complejo y competido. Por eso tantos emprendimientos fracasan, porque se cree que una persona puede con todo y no es así: nadie innova solo", menciona el director del Centro de Innovación y Sostenibilidad de la Universidad Externado.

En esta línea se puede decir que si cada empleado se especializa y se centra en mejorar un aspecto específico de su área de manejo

y la compañía se centra en apoyar al profesional en este proceso, esta puede dar un vuelco y marcar la parada en la industria que participa.

"Los programas que tienen que ver con la investigación de mercados y gestión de proyectos son una de las mejores opciones para adquirir conocimientos en la construcción de un buen modelo de negocio", dice Londoño.

Cuando se hace una especialización, esta no solo provee medios y nuevos elementos para la construcción de estrategias para compañías sino para el negocio propio. "Nunca hay que descartar volverse emprendedor y si se tiene los conocimientos ya actualizados de cómo desarrollar un negocio, es mucho menos desgastante y se puede medir los resultados de manera más precisa", asegura el experto.

Para Camilo Caicedo Gutiérrez, director de la Especialización de Agronegocios de la Fundación Universitaria Agraria de Colombia, esta es la clave del futuro productivo de Colombia, debido a que si más profesionales se capacitan, se tiene una investigación e implementación de estrategias clara

para mejorar a las empresas nacionales, lo que conlleva a entrar en una etapa innovadora y por consiguiente hacer presencia en más mercados, sobre todo el nacional.

"En el caso nuestro, la Especialización de Agronegocios surgió de una necesidad concreta y es que hemos entrado en el período del posconflicto, el cual da oportunidad para desarrollar el campo. En el caso de los campesinos, o también llamados productores, se ha identificado que les falta una asesoría constante de un profesional que le ayude a encaminar su negocio y haga de este un modelo rentable. Es por esto que hacer estos posgrados puede cambiar la economía del país, pues somos la cuarta despensa mundial y por lo tanto un foco de mucho interés a nivel de producción agropecuaria", dice Caicedo.

Otra dificultad que se presenta, es que se tiene un excelente producto pero no hay a quién venderlo, es por esto que es muy importante que los expertos asesoren al campesino de una manera correcta en planes económicos e identificar sus necesidades y cómo se va a posicionar en el mercado. El plan debe ser sostenible, rentable y que tenga la capacidad de la generación de valor.

Una de las claves más importantes, según Caicedo, en el desarrollo del plan de negocios, es que se debe incluir el 'marketing' digital no solo porque es en donde están las actividades comerciales sino porque facilita todas las áreas del proceso productivo como las ventas hasta la aprobación de créditos, la tecnología definitivamente se debe convertir en una aliada en todas las compañías.

SIGUE REFORZÁNDOSE LA TESIS SEGÚN LA CUAL LA FORMACIÓN POSGRADUAL CONTRIBUYE AL DESARROLLO EMPRESARIAL, CONVIRTIÉNDOSE EN UNA GANANCIA PARA LA COMPAÑÍA Y PARA EL PROFESIONAL.



Para mantener una propuesta de valor, sigue y seguirá siendo importante contar con un recurso humano especializado como corazón del modelo. / Foto Istock.