
A R T Í C U L O D E O P I N I Ó N

**CLÚSTER: NUEVO MODELO DE NEGOCIO
EN LAS PYME Y EMPRESAS FAMILIARES**

- *Las crisis, la turbulencia de los mercados y la aplastante complejidad económica, son un campo fértil para el crecimiento y la competitividad de las empresas.*
- *Los modelos de negocio bajo la forma de clúster estratégico permiten volver a las empresas flexibles y ágiles, insertándolas en la competitividad.*

Por: *Álvaro Vargas Briones**

Los tiempos van y vienen y a veces los directivos de las empresas siguen el mismo camino en el diseño y aplicación de estrategias de negocio sin percatarse de que el entorno ha cambiado, sobre todo en las empresas familiares; muchas de las cuales no acostumbran elaborar un plan de negocio desde su creación.

En reiteradas ocasiones, esa falta de visión, no deja ver a los empresarios que no pueden aplicar la misma fórmula con esquemas o modelos obsoletos y que lo único que logran es llevarlas a perder mercado, clientes y ganancias; poniendo como excusa que las empresas no prosperan por la difícil situación económica a la que le achacan todos los males.

Bienvenidas sean las crisis, la turbulencia de los mercados y la aplastante complejidad económica, porque son un campo fértil para la prosperidad, la búsqueda de nuevas oportunidades que permiten el desarrollo, el crecimiento y la competitividad tanto de las empresas como de sus ejecutivos, elaborando así planes de negocio aprovechando las oportunidades que hay en juego en los mercados.

En cierta ocasión me tocó darle consultoría a un directivo que tal parecía que el mundo conspiraba contra él. De todo se quejaba y la culpa de sus males la tenían los inconformes clientes, las absurdas políticas gubernamentales y el mercado. Cuando hicimos un diagnóstico de los conocimientos, habilidades y herramientas con los que contaba su negocio y equipo de trabajo, para enfrentar los desafíos en el terreno de los negocios la cosa cambió, el problema no era el entorno sino la carencia de formación profesional para hacer frente al vendaval.

El problema consistía en la falta de estrategias y planes adecuados para la conducción de la empresa en un entorno globalizado, el uso de una pobre arquitectura organizacional y el no saber detectar las oportunidades que el entorno ofrecía, por sólo citar algunos puntos.

El milagro mexicano

Algo que me llama mucho la atención es que si nos remontamos a la historia y nos situamos en México durante el periodo de 1940 a finales de 1970, encontramos que en ese tiempo, el país crecía en promedio a una tasa del 6 %. El gobierno participaba activamente en la economía de manera conjunta con los empresarios mediante la aplicación de un modelo económico de corte keynesiano en el que se fomentaba la complementariedad privada y gubernamental.

En ese contexto, los empresarios utilizaban como principal estrategia de operación un modelo de tipo “fordista”; es decir basado en la producción en serie implementado por Henry Ford en la industria automotriz, que en poco tiempo se convirtió en referente en casi todas las ramas industriales.

Fue en esa época cuando se gestó el llamado “milagro mexicano” y existía cierta armonía entre la política económica y los modelos administrativos aplicados en las empresas, que respondían ante una creciente demanda propiciada por las necesidades del entorno.

Competitividad y Diferenciación

Hoy en día, el contexto organizacional se vive con cierta falta de armonía o equilibrio entre los actores, lo que ha llevado a la reducción del crecimiento en México, aunado a un insignificante desarrollo y la falta de competitividad en el país, las empresas e incluso los individuos, entre otras cosas porque:

1. El Gobierno quiere aplicar políticas económicas en las que restringe su participación tanto en el mercado como en la economía; buscando el equilibrio fiscal de las finanzas públicas y la baja inflación; canalizando así apoyos de manera selectiva a las empresas y aplicando un modelo económico de tipo neoliberal.

2. Las empresas, y sobre todo las familiares, responden mediante la aplicación de estrategias de negocio o modelos administrativos buscando la reducción de costos comparativos, mientras que otras pugnan por alcanzar ventajas competitivas mediante la diferenciación; todo ello ante un entorno globalizado que exige flexibilidad en la respuesta al cliente, optimización, diferenciación de productos, procesos y reducción de costos tanto al interior de las compañías como a nivel territorial.

Ante lo anterior, cabe plantearse las siguientes preguntas: ¿Deben las empresas continuar operando con los mismos modelos o estrategias de negocio de décadas pasadas?, ¿Es conveniente cambiar su arquitectura organizacional incorporando cada vez más las necesidades del entorno?, ¿Los directivos deben adicionar conocimientos en su actuación, readecuar sus estrategias e incorporar la innovación y el desarrollo tecnológico?

Clúster: nuevo modelo para empresas familiares

Sin duda, la globalización implica cambios, transformaciones profundas y competencia mundial que muchas veces colapsan los mercados; provocando crisis recurrentes de las que también se derivan una buena cantidad de oportunidades; y que sí se fundamentan con visión y una buena estrategia o plan de negocio detonarán el crecimiento, desarrollo y competitividad.

Los modelos de negocios bajo la forma de creación de clúster estratégico permiten todo ello, volviendo a las empresas flexibles, ágiles, participativas e insertándolas en la competitividad, la diferenciación y reducción de costos de manera colaborativa a nivel global, permitiendo así un equilibrio incluso con la aplicación de una política neoliberal.

** El autor es experto en Finanzas y catedrático de posgrado de la EBC, Campus Ciudad de México*

###

Acerca de la EBC

Con 89 años de experiencia la Escuela Bancaria y Comercial (EBC), es pionera en educación a distancia y considerada la Escuela de Negocios en México, cuya visión aspira a que la excelencia educativa sea base de su trabajo buscando el progreso de la comunidad y su misión es formar profesionales emprendedores que se distingan en el ámbito de las organizaciones por su saber, por su hacer y por su ser. Para mayor información consulta: www.ebc.mx

Contacto de prensa EBC

Carolina Nacif, Coordinadora de Relaciones con Medios de Comunicación

c.nacif@ebc.edu.mx

+55 36832400 ext.2057