

Guía para tomar buenas decisiones en los negocios

Pamela Valdés
Fundadora y CEO de Beek

El mundo de los negocios es un ámbito altamente competitivo, más aún en un contexto tan globalizado como el nuestro. Es por esto que tomar decisiones acertadas permitirá que nuestro negocio o empresa destaque sobre las demás, ya que brinda una ventaja competitiva, sea cual sea la actividad económica a la que pertenezca.

Los empresarios que han sabido tomar buenas decisiones en el momento que tenían que hacerlo (por más difíciles que estas hayan parecido), han llegado a tener negocios exitosos que sobreviven las crisis económicas, y que en algunos casos se han convertido en grandes empresas multinacionales. La adversidad se convierte en una oportunidad de crecimiento si se toman buenas decisiones de negocios.

A continuación, comparto algunos consejos que me han servido y podrán guiarte al momento de tomar esta clase de decisiones.

La información es fundamental

Toda decisión, en especial en el ámbito de los negocios, se debe basar en información confiable y verificable

Toda decisión, en especial en el ámbito de los negocios, se debe basar en información confiable y verificable. Aunque ciertamente podemos tener intuición o una gran idea para crear un nuevo negocio o lanzar un nuevo producto, para poder concretarlo es fundamental basarse en información de mercado que nos brindan muchas fuentes especializadas.

En el episodio "Construcción de multimillonarios" del podcast y serie de ensayos "Hackers y Pintores" sobre toma de decisiones, el autor Paul Graham explica que para crear una empresa o negocio es necesario conocer y entender plenamente a los clientes del producto o servicio ofrecido. Graham también advierte que es necesario

tener un conocimiento profundo de las necesidades de los clientes potenciales.

Asimismo, dice Graham, “es absolutamente necesario conocer las debilidades y fortalezas de tu competencia. Un negocio no solo existe en el mercado, sino que está inmerso en un sistema en el que participan diversas empresas que ofrecen productos o servicios equiparables. Por lo tanto, es necesario conocer bien ese sistema para poder tomar decisiones acertadas”.

Adaptación y resiliencia

¿Cuántos negocios (en particular las empresas familiares) continúan haciendo las mismas cosas de antaño porque siempre las han hecho así?

¿Cuántos negocios (en particular las empresas familiares) continúan haciendo las mismas cosas de antaño porque siempre las han hecho así? Las condiciones del mercado cambian constantemente. Lo que pudo ser una decisión correcta hace varios años, puede convertirse en la peor manera de hacer las cosas en el presente. Los consumidores tienen nuevas expectativas, gustos y preferencias. Las tasas de interés crediticio varían. El poder adquisitivo de las personas cambia. Si un negocio no es capaz de entender y cambiar ante una nueva realidad, no puede ser exitoso.

La resiliencia es la capacidad de adaptación ante un estado o situación adversa. Sin embargo, esto no quiere decir que nos dejemos llevar por las condiciones cambiantes del mercado. Debemos conocer en todo momento nuestro potencial y límites para determinar la manera en que nuestro negocio puede reaccionar a dichas condiciones.

Riesgos calculados

Para poder adaptarse al cambio sin que el negocio fracase y poder tomar buenas decisiones, hay que estar dispuesto a tomar riesgos. Sin embargo, en todo momento debes saber hasta qué punto estás dispuesto a arriesgarte. Si las cosas no funcionan como las has planeado en el tiempo determinado, es mejor que vuelvas a tus planes originales, siempre teniendo muy claro cuáles son los límites y alcances de tu negocio.

Si las cosas no funcionan como las has planeado en el tiempo determinado, es mejor que vuelvas a tus planes originales

Creatividad e innovación

En la misma serie de ensayos, Paul Graham explica que para que un negocio sea exitoso debes hacer u ofrecer algo que la gente quiera o necesite, y que aún no tenga. Si ofreces lo mismo que otros, podrás venderlo, pero nunca podrás crear lo que Graham llama “mercado enorme” para tu empresa.

Para poder tomar decisiones sobre la creación de nuevos productos o servicios en tu negocio, debes ser creativo e innovador. Piensa en nuevas maneras para hacer llegar a los clientes lo que quieren y que todavía no existe. Los grandes empresarios visionarios así empezaron. Graham explica que Steve Jobs y Steve Wozniak comenzaron a hacer computadoras personales en un momento en el que poca gente sabía realmente para qué las podría utilizar. Solamente hay que ver hasta dónde ha llegado esa visión innovadora que tuvieron hace ya más de cuarenta años. ■

Fuente: <https://www.entrepreneur.com>