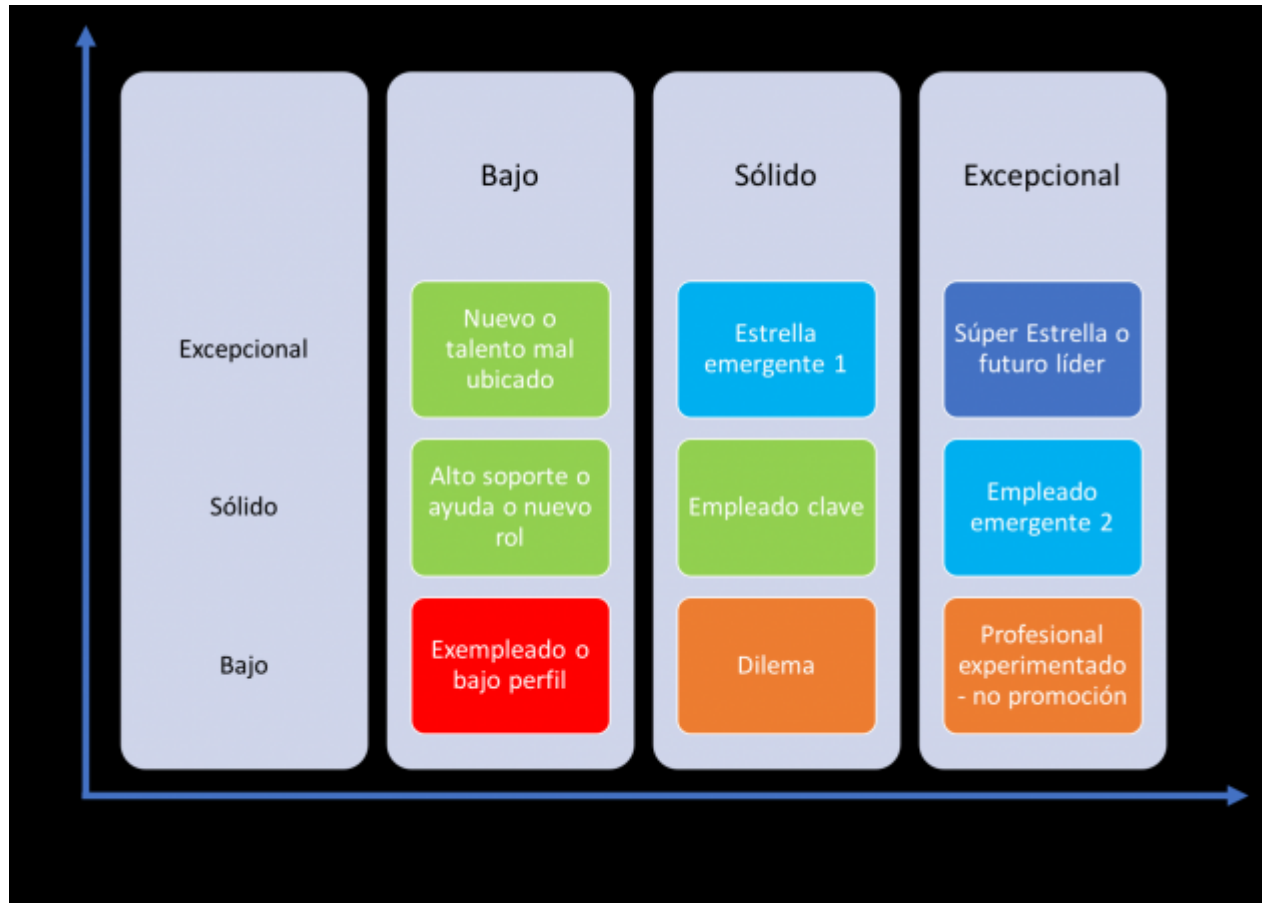


Tres matrices necesarias en las Pymes

Empresas, 20/08/2019



De las herramientas mejor posicionadas en el ámbito de los negocios y en marketing estratégico es la elaboración de matrices que ayudan a las organizaciones en la realización de análisis

de la situación en tiempo presente, son útiles para evaluar y seleccionar las mejores estrategias y tácticas que ayudarán a tener mayor participación de mercado, ventas, fidelización del cliente, qué producto o servicio son los mejores, cuál es la mejor manera de inversión, todo con el objetivo de generar mayores utilidades.

También, se tiene que invertir en el talento, poner especial atención ya que no es algo renovable, por lo que se debe de apoyar en todo momento, realizar un análisis de su situación de forma constante para llegar a tomar las mejores decisiones respecto los colaboradores, ya que son ellos quienes representan a las organizaciones.

Existen muchas matrices que se han desarrollado y generado para ayudar a las organizaciones, dentro de las más utilizadas están:

Boston Consulting Group (BCG). Boston Consulting Group (BCG).

Creada por Bruce Hernderson en el año 1986, inicialmente determinaba el ciclo de vida de los productos, por ello los nombres de sus ejes: estrella, interrogación, vaca y perro. En la actualidad se usa más para establecer la participación de mercado lo que determina en qué productos o servicios se tiene que invertir más con el objetivo de obtener mejores resultados.

- Vaca: tiene altos flujos de efectivo o mayor liquidez, requiere de una inversión considerable para mantener el liderazgo

del sector, producto, servicio, etc. Productos que ya están consolidados en el mercado - *no mates a la vaca*.

- Estrella: productos que puede ser los próximos líderes del mercado, tiene una liquidez sólida pero que necesitan inversión para lograrlo. Tienen una alta participación de mercado, no necesariamente son los que aportan flujo de efectivo.

- Signos de interrogación: productos o servicios que son un dilema para la organización, no se sabe si tendrán éxito o hacia donde irán, necesitan mucha inversión y cuentan con poca participación de mercado.

- Perro: generan poca liquidez a la organización, por momentos son complicados mantenerlos en el mercado, requieren mucha inversión para que despeguen, en el corto y mediano plazo no han crecido por lo que es poco probable que lo hagan en un largo plazo.

Lo importante de esta matriz, es adaptar las estrategias de marketing o de negocio de acuerdo al cuadrante que más interese en ese momento, esto con la finalidad de obtener el mejor beneficio al menor coste posible, ya que de esto depende lo que se haga con cada uno de los productos o servicios.

DAFO, FORD, SWOT, FADO son algunos de los nombres que se utilizan por la facilidad de sus iniciales: Strengths,

Weaknesses, Opportunities, Threats en inglés. **DAFO, FORD, SWOT, FADO** es el nombre de los productos o servicios que se utilizan por la facilidad de sus iniciales: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats en inglés. Se crea una estrategia por medio de las mejores decisiones de los dirigentes de las organizaciones.

Lo primero que se tiene que hacer es un diagnóstico de la problemática presentada en la organización, este análisis comprende conocer puntos positivos y negativos en general que se tienen, de los cuales en ocasiones no ayudan a cumplir con las metas establecidas, después se debe de establecer una estrategia para poder cumplirlas.

MATRIZ DE LAS NUEVE (9) CAJAS - TALENTO HUMANO. MATRIZ DE LAS NUEVE (9) CAJAS - TALENTO HUMANO.

Esta es una matriz que permite analizar el talento con el que cuenta la organización, considera dos aspectos a evaluar, el desempeño y el potencial de los colaboradores o candidatos.

- Los líderes: en general estos talentos tienen un gran potencial y representan lo más valioso en la organización en cuanto a colaboradores se refiere, mantienen una motivación constante y se mueven normalmente por retos o desafíos que se presentan en sus departamentos o áreas; a este tipo de talentos hay que hacer que permanezcan en la organización, recompensarlos y presentarles constantemente actividades que sean un reto para su capacidad.

Hay que considerar que algunos de estos talentos no estén en el puesto adecuado, por lo que se debe de analizar cambiarlos de posición, una que se adapte a ellos, pensar en que es una inversión, capacitarlos ya que en algo retribuirán a la organización.

- Futuras promesas, diamantes en bruto o nuevos, profesionales experimentados: son los que existen en las organizaciones, están en su zona de confort la mayoría de las veces, realizando actividades encomendadas sin aportar alguna mejora. Sus capacidades se pueden ver afectadas por no estar en ocasiones en el puesto y área adecuada a su perfil, tienen un bajo rendimiento pero alto potencial. Pueden llegar a realizar sus actividades sin problema, representan garantía en las actividades diarias de las organizaciones. Constantemente necesitan motivación por parte de sus jefes o líderes de la organización.

- Talentos mínimos: no aportan algo significativo a la organización, ni son determinantes en las actividades, en ocasiones son

colaboradores que "no tienen puesta la camiseta". Representan los talentos de bajo potencial y rendimiento medio hacia abajo, pueden mejorar pero necesitan una motivación constante y capacitación específica. Si dejan la organización no se ve reflejado en tiempos y cumplimiento de objetivos dentro de las actividades a corto y mediano plazo, se pueden reemplazar.

La importancia de conocer las mejores prácticas y llevarlas a cabo dentro de la organización son parte fundamental de todo líder que este comprometido con sus productos, servicios u organización, ya que el éxito de ellos depende de la atención que tengan en obtener los mejores resultados posibles, afectando lo menos a colaboradores, clientes, proveedores y sociedad.

@RubenRangel