

Cómo encontrar áreas de oportunidad en las empresas

Escrito por Ramón Serrano Béjar el 09 Abr 2018

Si partimos de mi definición personal de qué se entiende por áreas de oportunidad como “los puntos débiles y a mejorar de una organización que originan pérdidas importantes de ingresos, de mercado, de innovación, rentabilidad y competitividad, así como mayores costos y gastos de producción e insatisfacción en el servicio a los clientes”, podemos observar que éste es un concepto muy amplio y que debiera estar siempre presente en la mentes del Consejo de Administración y Directores Generales de las empresas grandes, medianas y las Pymes para lograr su Visión y Misión establecidas; así como en la operación y administración diaria de todas sus áreas funcionales, tales como compras, producción, control de calidad, mantenimiento, logística, almacenes de productos terminados y materias primas, ventas, mercadotecnia, finanzas, sistemas, capital humano, jurídico, proyectos de inversión, etc.

A continuación, con base en la experiencia del autor, se proponen, entre otras, algunas **ideas y reflexiones de cómo identificar y descubrir áreas de oportunidad en las empresas:**

- Entender que el mercado es continuamente cambiante y que debemos actualizar los procesos productivos, tecnológicos y financieros de la empresa.
- Preparar y mantener estadísticas permanentes para vigilar la productividad y rentabilidad de todas las áreas productivas y administrativas de la empresa, identificando tendencias negativas de deterioro en los parámetros establecidos del costo de ventas en todos sus conceptos y de los diferentes gastos de operación.
- Considerar las devoluciones sobre ventas de clientes insatisfechos, cuando éstas llegan a ser un porcentaje preocupante sobre las ventas del periodo, que se salen de los parámetros establecidos, afectando las ventas netas, la rentabilidad y la imagen de la empresa.
- Identificar las causas y acciones preventivas y correctivas para revertir el deterioro en dichos conceptos del costo de ventas y de los gastos de operación.
- Dar el seguimiento adecuado y permanente a las desviaciones resultantes del punto anterior.
- Analizar los rubros de gastos de operación y las mermas de inventario que tuvieron un incremento sustancial (y no proporcional al aumento en las ventas) respecto al mismo periodo del año anterior y/o del presupuesto autorizado y que afectan la utilidad de operación por un porcentaje igual o mayor a 10 por ciento. Para lo cual, igualmente, deberán revisarse las causas y la forma cómo podrían controlarse, reducirse o incluso eliminarse, ejerciendo las acciones preventivas y correctivas correspondientes.
- Identificar las causas y desviaciones negativas en la operación, de por qué los proyectos de inversión no están arrojando los flujos de efectivo originalmente proyectados y autorizados.
- Compararse con los proyectos, innovación operativa y tecnológica e ideas que están desarrollando otras empresas similares e incluso la competencia y determinar en qué aspectos se les puede rebasar, o bien, hemos sido rebasados. Evitar el error de sólo compararse contra la misma empresa y sus índices o mediciones de meses o años anteriores.
- Identificar rompimientos en la cadena Compras-Producción- Distribución- Ventas en los inventarios que afectan la satisfacción de los clientes.
- Determinar puntos de falta de innovación tecnológica y de sistemas en los procesos productivos que son aprovechados por la competencia.
- No cubrir las necesidades de su mercado.
- Solicitar a todas las unidades de negocio y/o áreas funcionales de su empresa realizar un análisis FODA, el cual es un acrónimo de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de su empresa. Para ello podrían tomarse en cuenta los conceptos de mi artículo [“Cómo el Análisis FODA puede ayudar a su empresa”](#) [1] disponible en este espacio de El Empresario.mx
- Incorporar a la plantilla laboral personal profesional experimentado externo y con resultados

de trabajo trascendentes proveniente de otras empresas desde el nivel de Dirección, Gerencia y Supervisor de área para identificar áreas de oportunidad con una óptica de negocios renovada y actualizada. Con base a mi experiencia, ésta es la principal fuente generadoras de áreas de oportunidad en las empresas, por no estar viciados dichos ejecutivos con la operación y administración diaria de la empresa.

- Contratar firmas o profesionistas independientes también experimentados y con resultados de trabajo excepcionales en otras empresas para desarrollar un proyecto específico o para realizar una determinada revisión operativa.
- Permitir que fluya la información operativa y financiera adecuada, oportuna y suficiente a las Direcciones, Dirección General, Comités de Consejo de Administración y al propio Consejo para que la analicen e identifiquen problemas y áreas de oportunidad.
- Apoyar y premiar las nuevas ideas importantes para mejorar la productividad y la rentabilidad de las áreas productivas provenientes de trabajadores y empleados responsables vinculados con la operación y administración diaria de la empresa.
- Renovar, buscar y mantener Consejeros Independientes con experiencia de otras empresas similares y con visión de negocios que ayuden a detectar o a enriquecer las áreas de oportunidad.
- Mantener un ingeniero responsable, profesional, responsable en el área de Control de Calidad, que analice las desviaciones importantes.
- Contar con un Auditor Externo capacitado y con visión de negocios, que no solo se limite a entregar su dictamen de estados financieros y una simple carta de observaciones y recomendaciones de control interno.
- Disponer de un Auditor Interno independiente, con carácter que realmente profundice en la identificación de áreas de oportunidad originales, importantes y desconocidos para mejorar la rentabilidad y productividad de las funciones productivas y administrativas de la empresa.

Conclusión

La inacción o pasividad de las empresas para encontrar áreas de oportunidad pueden representar mayores costos y gastos de operación y mermas, así como pérdidas en su productividad, rentabilidad y de mercado, las cuales pueden originar problemas en la competitividad, la permanencia en el tiempo de la sociedad y en asegurar la creación de valor para los accionistas. Por lo cual la identificación de áreas de oportunidad debe ser un valor que siempre esté presente en el desempeño de todas las áreas funcionales de una empresa, de su Dirección General y de su Consejo de Administración.

Ramón Serrano Béjar es miembro del consejo editorial de la revista Veritas del Colegio de Contadores Públicos de México y Consultor Independiente

rserranobejar@prodigy.net.mx [2]

| [¿Quiénes somos?](#) | [Aviso de privacidad](#) | [Contáctanos](#) |

URL del envío: <http://elempresario.mx/como-encontrar-areas-oportunidad-empresas>

Enlaces:

[1] <http://elempresario.mx/analisis-foda/como-analisis-foda-ayuda-su-empresa>

[2] <http://elempresario.mx/rserranobejar@prodigy.net.mx>

[3] <http://elempresario.mx/empleados>