

LOS FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO (FCE)

Las empresas se crean para vender sus productos o servicios en un determinado mercado: esa es la razón de ser y el inicio de la subsistencia de una organización empresarial.

Ahora bien, en cada mercado existen algunas características que los integrantes del mercado consideran más importantes que otras. Como es lógico, para que una empresa logre tener éxito en su mercado debe, necesariamente:

Satisfacer esas características determinantes, ya que, en caso contrario, sus "ofertas" serían rechazadas por el mercado.

Por ejemplo:

- En algunos sectores o mercados, el factor determinante radica en las **habilidades de marketing** de la empresa, como es el caso de los productos y servicios de consumo masivo de marca: cigarrillos, refrescos, cosméticos de consumo, detergentes y similares, turismo, banca al detalle, seguros médicos, etcétera.
- En otros, lo son las condiciones de **crédito, financiación o financiamiento** que puede ofrecer la empresa a sus clientes; por ejemplo, mercado de inmuebles (casas, pisos y apartamentos), bienes de consumo duradero (por ejemplo, automóviles), venta de electrodomésticos y similares.
- En otros casos, el factor determinante lo es la **calidad** de los productos o servicios ofrecidos (materias primas muy sensibles, componentes de alta tecnología, servicios profesionales a empresas y similares).
- En otros mercados el factor determinante lo es la **imagen de marca** (ropa de alta costura, perfumes, automóviles de lujo).
- En otros, se trata del **precio bajo** (productos genéricos).

Ahora bien, nótese que esas características (determinantes en cada mercado) se corresponden, **necesariamente**, con una o varias de las seis áreas clave de la gestión de las empresas; es decir:

- **Capacidad de dirección.**
- **Situación de los factores dinámicos.**
- **Capacidad de innovación.**
- **Marketing.**
- **Producción.**
- **Finanzas.**

En otras palabras:

Para satisfacer la característica que sea determinante en su o sus mercados, la empresa debe centrar su atención en el desarrollo y consolidación del área que se corresponda con dicha característica.

Si no lo hace así (y con eficacia), corre un alto riesgo de fracaso.

Y de ahí que a esas características determinantes también se les conozca como

- **LOS FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO (o FCE).**

Ahora bien, los **FCE** no son únicos ni estáticos. Varían dependiendo de cada mercado y, además, dentro de cada mercado varían con el paso del tiempo.

Es, pues, tarea y responsabilidad de los directivos y ejecutivos:

Identificar los FCE que son determinantes en su o sus mercados y desarrollar la o las fortalezas o "puntos fuertes" que le permitan a la empresa responder con mayor eficacia a los mismos.

El lector también comprenderá que si logra fundamentar ventajas competitivas en los **FCE** de sus mercados, **tiene mayores posibilidades de superar a la competencia**, ya que estaría respondiendo de forma más racional y lógica a los requerimientos de sus consumidores, usuarios o clientes, que son, al mismo tiempo, el objetivo (también) de los competidores.

Para este enfoque no existe una matriz o formato de análisis recomendado. Cada empresa deberá desarrollar el esquema de trabajo que mejor se adapte a sus condiciones específicas y necesidades.

En los **Diagnósticos** e **Instrumentos** que usted encontrará en las correspondientes secciones del sitio Web de **RGPyms**, a los que, como suscriptor, tiene libre acceso, ponemos a su disposición una amplia batería de herramientas que le permitirán analizar y evaluar a fondo las seis áreas antes señalada.