

Valor Empresarial para Principiantes

No es fácil definir el término "valor empresarial". Si se pregunta a diferentes empresarios, todos tienen su propia respuesta cuando se trata de valor empresarial.

¿Qué es exactamente el Valor Empresarial?

El término valor empresarial hace referencia a los beneficios y el valor creados por una innovación, un rediseño o un cambio o revisión significativos de los procesos, la estructura, la cultura o la estrategia de una empresa.

El valor empresarial no sólo se refiere a la capacidad de una empresa para generar ingresos a largo plazo, sino también a su capacidad para crear productos, servicios, puestos de trabajo y rentabilidad de la inversión.

Un artículo de Victor Reyna Vargas, Consultor Senior de Innovación y Transformación en advisio GmbH

Tabla de Contenido

1.	Definición de Valor Empresarial	2
2.	Medición del Valor Empresarial	3
3.	Importancia del Valor Empresarial.....	5
4.	Gestión del Valor Empresarial	5
5.	Importancia de la Gestión del Valor Empresarial	6
6.	Proceso para la Gestión del Valor Empresarial.....	8
7.	Conclusión.....	9

1. Definición de Valor Empresarial

No es fácil definir el valor empresarial (VE); si se pregunta a diferentes empresarios, todos tiene sus propias respuestas.

El término valor empresarial se refiere al beneficio y el valor creados por una innovación, un rediseño o un cambio o revisión significativos de los procesos, la estructura, la cultura o la estrategia de una empresa. Este valor es importante para las partes interesadas de la empresa.

Además, el VE se refiere no sólo a la capacidad de una empresa para generar ingresos a largo plazo, sino también a su capacidad para crear productos, servicios, puestos de trabajo y rentabilidad de la inversión.

Por lo tanto, el VE puede manifestarse de muchas formas: mayores ingresos, menores costos, mayor satisfacción del cliente, mayor cuota de mercado y mejor imagen de marca.

Los activos tangibles de una empresa forman parte de su valor empresarial. Pero sus empleados también forman parte de él. Una plantilla cualificada, por ejemplo, contribuye significativamente al valor global de la empresa.

La red de relaciones social de una organización también contribuye a su VE. Una sólida red de conexiones suele ser valiosa para una organización. Les permite conectar con otras empresas para vender más servicios y/o subcontratar tareas no esenciales, por ejemplo.

Como puedes ver, el VE puede definirse en sentido amplio. El concepto de VE es bastante subjetivo y depende de las necesidades de la empresa. En pocas palabras, engloba los valores monetarios y no monetarios de una empresa.

El valor empresarial es la salud y el bienestar estimados de una empresa a través de la medición de elementos concretos y abstractos como los activos y beneficios financieros, así como el valor de los empleados, los clientes, los proveedores y la sociedad.

2. Medición del Valor Empresarial

Sin embargo, tan importante como la definición es la cuestión de cómo medimos el valor empresarial.

Como el valor empresarial es muy dinámico, no es fácil captarlo y compararlo.

A continuación, encontrarás una lista de elementos que puedes medir para determinar el valor empresarial de tu empresa.

- **Ingresos**

Uno de los indicadores más importantes para medir el valor empresarial son los ingresos. Los ingresos son una cifra bruta que indica los ingresos totales generados por tu organización. Si los ingresos totales de tu empresa aumentan, a menudo se percibe como una señal positiva.

- **Rentabilidad**

La rentabilidad es un indicador contable que puedes utilizar para determinar el éxito financiero de tu empresa. Es diferente del beneficio. El beneficio se refiere a los ingresos menos todos los costos. La rentabilidad es el éxito medido en relación con el capital empleado.

Puedes utilizar las métricas de rentabilidad para realizar un seguimiento de las iniciativas encaminadas a aumentar la eficiencia de la empresa. Por ejemplo, tu empresa puede crecer y aumentar sus beneficios. Sin embargo, es posible que el valor de tu negocio no haya mejorado porque la ratio de rentabilidad sigue siendo la misma. Por lo tanto, es una métrica precisa que mide el impacto de la optimización de procesos en el beneficio global de tu empresa.

- **Fidelización de Clientes**

Según sendpulse.com, la fidelidad del cliente es una *“medida de la probabilidad de que un cliente vuelva a hacer negocios con una empresa o marca. Es el resultado de las experiencias de los clientes y del valor global de los bienes o servicios que los clientes han recibido de una empresa”*. Por tanto, la fidelidad del cliente mide el número de personas que repiten las compras a tu empresa.

Quizás te preguntes por qué es tan importante la fidelidad del cliente. Cuando un cliente es fiel a un producto o servicio, el precio suele ser secundario. Lo único que le importa es recibir la misma calidad y el mismo valor. Por tanto, cuando más valor puedas crear para tus clientes, más fieles serán. La fidelidad del cliente es una buena métrica para medir el valor empresarial.

- **Tasa de Retención de Clientes**

La tasa de retención de clientes mide el porcentaje de clientes que una empresa ha conservado durante un periodo determinado. Para una empresa que vende productos o servicios, el índice de retención de clientes es crucial para medir la satisfacción de los usuarios. Los usuarios insatisfechos son más propensos a buscar alternativas que les ofrezcan mayores beneficios.

Por lo tanto, es una gran métrica para realizar un seguimiento del éxito de tu producto o servicio. Si la tasa de retención de clientes desciende, es una clara señal de que algo va mal o de que un competidor está ofreciendo un producto o servicio que tiene un mayor valor para los clientes.

- **Cuota de Mercado**

Por último, la cuota de mercado es importante para determinar la participación de una empresa en los ingresos totales del sector. Si tu empresa está ganando cuota de mercado y aumentando su tasa de retención de clientes, puedes estar seguro de que está proporcionando el valor adecuado a sus clientes.

Sin embargo, si tu cuota de mercado disminuye, puede ser señal de que un competidor ofrece más o mejor valor que tu producto o servicio.

3. Importancia del Valor Empresarial

Determinar el valor empresarial es importante porque puede ayudar a las empresas a identificar oportunidades y costos de oportunidad a la hora de planificar el crecimiento futuro y cumplir las normas del sector. El valor empresarial también ayuda a las empresas a analizar sus puntos fuertes y débiles para establecer y alcanzar objetivos y mejorar la función general, el proceso de entrega del producto y la satisfacción del cliente.

4. Gestión del Valor Empresarial

La gestión del valor empresarial consiste en proporcionar valor agregado a los clientes y garantizar que este valor se traduzca en beneficios para la empresa.

Esencialmente, se trata de un enfoque holístico que conduce a la alineación entre la gestión de productos, el marketing, las ventas, la fijación de precios y otros procesos empresariales.

El objetivo de la gestión del valor empresarial es garantizar un crecimiento sostenible y rentable de las ventas.

La gestión del valor empresarial implica la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas para identificar, mapear y generar continuamente valor para las empresas, sus clientes y otras partes interesadas a través de portafolios, programas, proyectos, operaciones e iniciativas de inversión en general.

A continuación, se exponen los pilares que las organizaciones deben tener en cuenta para gestionar de forma continua el valor de su negocio:

- **Gobierno del valor:** responsable de definir las normas, directrices y modelo de gobierno en relación con la gestión del valor en la empresa.
- **Flujos de valor:** un conjunto de procesos y actividades que deben ejecutarse para ofrecer eficazmente valor al cliente.
- **Equipos de valor:** equipos que se centran en el desarrollo de soluciones (productos, servicios o ambos) que crean valor agregado para los clientes de acuerdo con la estrategia de la empresa. Deben tener competencias técnicas, conductuales y contextuales para poder autogestionarse.
- **Tecnología del valor:** corresponde al conjunto automatizado de procesos y herramientas para recopilar, procesar, analizar, distribuir y almacenar toda la información relacionada con la gestión del valor.

5. Importancia de la Gestión del Valor Empresarial

La gestión del valor empresarial permite a las empresas maximizar sus oportunidades de crecimiento y seguir el ritmo de las cambiantes necesidades de los clientes. Pueden adaptarse fácilmente para responder a las necesidades cambiantes de los clientes. La forma de conseguirlo consta de los siguientes componentes:

- **Optimiza el valor del ciclo de vida del cliente y su retención**

Una mayor fidelidad de los clientes está vinculada a un mayor valor del ciclo de vida del cliente. Cuando los clientes permanecen más tiempo con una empresa, también gastan más dinero.

- **Impulsa la expansión de cuentas y el crecimiento de los ingresos**

La gestión del valor empresarial permite a las empresas acceder a nuevas bases de clientes y aumentar así el crecimiento de las ventas. Las empresas no sólo saben lo que necesitan los clientes, sino también cuánto vale el producto o servicio para los clientes en términos monetarios. Esto significa que pueden ajustar sus precios para maximizar las ventas. Además, pueden dirigirse al cliente más valioso haciendo hincapié en las características relevantes en sus esfuerzos de marketing.

- **Proporciona una ventaja competitiva relativa sobre los demás**

Al poder satisfacer mejor las necesidades de los clientes y priorizar mejor sus esfuerzos para crear valor, las empresas obtienen una ventaja sobre sus competidores. El resultado es una mayor eficiencia y mejores gastos generales.

Las ventajas específicas de la gestión del valor empresarial incluyen, sobre todo:

- Maximización del retorno de la inversión (ROI)
- Minimización de la inversión y del costo total de propiedad (TCO)
- Optimización del uso de los recursos de la organización
- Aumento de la satisfacción del cliente
- Racionalización de la producción y mejora de la entrega de productos y servicios
- Ahorro de costos con un impacto mínimo en la calidad esencial de los productos y servicios
- Identificación más cuidadosa de procesos, proyectos, productos y servicios no esenciales
- Reducción drástica de los residuos

6. Proceso para la Gestión del Valor Empresarial

El proceso de gestión del valor empresarial consta de cinco pasos principales:

1) Descubrimiento de Valor

El descubrimiento de valor es el proceso de evaluar los puntos débiles, las necesidades, los deseos y las preferencias de las partes interesadas.

Esta fase suele incluir un estudio de mercado y de la competencia. Observar lo que ofrecen tus competidores y el éxito que tienen te da una visión general del mercado y sus tendencias. La investigación de los clientes es esencial para obtener información más precisa. Esto te permite averiguar realmente lo que tus clientes valoran de las soluciones existentes y lo que falta en sus vidas.

2) Entrega de Valor

La entrega de valor consiste en satisfacer las necesidades de las partes interesadas identificadas en la fase anterior. Esto incluye el desarrollo y la implantación del producto o servicio.

Esta etapa prepara a las partes interesadas para el éxito, pero también hay que asegurarse de que sepan cómo capitalizar el valor del producto o servicio una vez que lo utilicen.

3) Realización de Valor

Una vez determinados y preparados los valores, es hora de realizarlos.

La realización del valor significa que las partes interesadas empiezan a interactuar con el producto o servicio. Experimentan su valor y luego cumplen sus tareas. Ahora tu trabajo consiste en asegurarte de que las partes interesadas avanza en su viaje.

4) Validación de Valor

Durante la validación del valor, se garantiza que el resultado real para la parte interesada es el que esperaba cuando adquirió el producto o servicio.

5) Optimización de Valor

La fase de optimización del valor tiene como objetivo maximizar el valor para el cliente. La información obtenida en las fases de validación del valor se utiliza para lograr los resultados empresariales deseados.

7. Conclusión

La gestión del valor empresarial permite a las empresas desarrollar productos y servicios que responden mejor a las necesidades reales de las partes interesadas que los de la competencia. También pueden llegar mejor a las partes interesadas con campañas de marketing específicas y ganar más clientes.

Y esto se traduce en mejores resultados financieros para tu empresa.

Sin embargo, proporcionar un valor empresarial coherente no es tarea fácil. Afortunadamente, hay muchas métricas que puedes utilizar para determinar el valor empresarial, como la rentabilidad, la tasa de retención de clientes o la fidelidad de los clientes.

Centrarse en el cliente es uno de los aspectos más importantes para aumentar el valor empresarial.

Empieza por analizar las necesidades de tus clientes para desarrollar los productos o servicios que necesitan y ofrecerles un valor agregado duradero.

Acerca de advisio

El equipo de advisio GmbH está formado por empleados competentes con muchos años de experiencia en el entorno de innovación y transformación del negocio, gestión organizacional de proyectos y gobierno de información y tecnología.

El uso de marcos y prácticas para innovar y transformar las organizaciones es una de nuestras principales competencias. Nuestros especialistas llevan a cabo, previa solicitud, servicios de asesoría, consultoría y capacitación en transformación del negocio, experiencia del cliente, innovación del negocio, gestión de productos, gestión del valor y gestión del cambio. Junto con su conocimiento y experiencia, advisio acompaña a sus clientes en su viaje de innovación y transformación para la era digital.

Si no estás seguro de cómo iniciar el proceso de innovación y transformación en tu organización, advisio te ayudará a determinarlo. No dudes en concertar una cita de consulta sin compromiso.

Acerca del Autor

Victor Reyna Vargas es Ingeniero de Sistemas con experiencia profesional ayudando a diversas organizaciones en innovación y transformación digital y en gobierno de información y tecnología.

Actualmente es Consultor Senior de Innovación y Transformación en advisio GmbH.