

▶ ABENGOA 23,780 0,010 =0,04% ▶ ABERTIS A 15,88



Especiales

Imprimir | Enviar | Suscribirse | Baja | Proponer Apoya a Cáceres 2016

Erick Kircher: "Para asegurarnos un crecimiento sano en meses y años venideros, tendremos que poner en marcha 7 reglas esenciales"

Por Eric Kircher, experto en Gestión de los Equipos Comerciales.

11/01/2010

Eric Kircher expone siete reglas esenciales, y compara también las prácticas empresariales de un país que en los últimos años ha registrado crecimientos anuales del 4,5% (podría ser España, por ejemplo) con las de empresas de mercados con crecimientos, por ejemplo, del 1,5% (por ejemplo, podría ser Francia durante los últimos 20 años).
"Para asegurarnos un crecimiento sano en meses y años venideros, tendremos que poner en marcha unas reglas esenciales. Eso significa, para algunos, cambiar de chip y ver el mundo de otra manera, y sé que esto no será fácil... Pero desde mi punto de vista, no tenemos otras elecciones que a partir de ahora..."



1. Trabajar más a medio plazo que a corto plazo, con Planes Estratégicos a 3-5 años, y seguir invirtiendo el dinero ganado, en lugar de distribuir mucho entre todos los accionistas, cada año.
2. Evaluar a los Mandos y empleados para asegurarse de que las personas tienen capacidades para evolucionar en un mundo que va a cambiar mucho: asegurarse de que tengan la Ganas, el Potencial, los Conocimientos para cambiar y desarrollar toda la gente que tiene el Potencial
3. Cuando se trata de Mandos de Alta dirección, aprender en confiar más en sus Mandos Intermedios y compartir con ellos la mayoría de las decisiones, buscar compromisos fuertes, dándoles más poder de decisión...
4. Cuando se trata de Mandos Intermedios, aprender a confiar más en sus "colaboradores" delegando más (Distribuir / Compartir el Poder)
5. Cambiar los Procesos Comerciales que, en Economía de Crecimientos fuertes, son más "Re"activos que "Pro"activos
6. Cambiar de Target Clientes si su Oferta lo permite: sus Clientes actuales están acostumbrados en trabajar a la "antigua" manera... A ellos, seguramente no les vayan a venir bien los cambios y se van a resistir, y váis a perder tiempo...
7. Y preparase a disfrutar de este pequeño Crecimiento... No verlo de inmediato como "un cáncer"... El éxito pasará por más Creatividad, más Valores, que los Competidores... Será el precio de nuestro Éxito...

Por otra parte, Kircher compara las prácticas empresariales de un país que en los últimos años ha registrado crecimientos anuales del 4,5% (podría ser España, por ejemplo) con las de empresas de mercados con crecimientos, por ejemplo, del 1,5% (por ejemplo, podría ser Francia durante los últimos 20 años, y... podría ser España en los 10 próximos años), encontramos significativas diferencias.

Estas desemejanzas tienen una base real: el principio bien conocido por los Behavioristas y otros Comportamentalistas, que dicta que "no somos nosotros los que actuamos sobre el entorno; sino que nos adaptamos a él".

En efecto, la cultura empresarial está condicionada -entre otros Factores- por el modelo y nivel de Crecimiento de un país, y generalmente el contexto económico gravita sobre las decisiones empresariales hasta el punto de obligar a los empresarios o directivos a adoptar unas opciones u otras.

Respecto a cómo actúan las empresas en uno u otro escenario (crecimientos anuales del 4,5 en un caso y del 1,5% en otro), comenzaré por 2 observaciones como punto de partida. Primera, en principio, ninguno es mejor que el otro, son diferentes en esencia; no tienen los mismos potenciales de mercado, ni el mismo tejido industrial, ni comparten la misma cultura, etc. Segundo, desconfío mucho de los resultados de establecer un paralelismo entre dos entidades (tejidos empresariales) que evolucionan en áreas geográficas diferentes. Señalo así las precauciones que tomo para lanzarme en esta reflexión... Sin embargo, eso no limita, de mi punto de vista, el interés de este análisis.

La primera diferencia que veo es la velocidad con que circula el dinero. Esto marca una importante desemejanza entre las empresas de un entorno y las del otro. En las que están ubicadas en países con crecimientos moderados existe una cultura del ahorro, que invita al consumidor final a meditar más sus compras. Las compras impulsivas existen todavía (ellos son también seres humanos), pero la práctica de ahorrar dinero en el Banco es bastante generalizada. Si la Cultura de Gran Consumo existe, evidentemente, no se expresa de la misma manera. Los Consumidores valoran mucho la calidad de los

Indices



© powered by infobolsa info

	Periodo	Dato
IPC	11/09	0,3 %
IPRI	10/09	-4,2 %
IPI	10/09	-18,5 %
PIB	3T 2009	-4,0 %
Coste Laboral	3T 2009	3,9 %
Hipotecas constituid	09/09	-17,1 %
EPA Tasa actividad	3T 2009	59,81 %
EPA Tasa paro	3T 2009	17,93%

Especiales

Erick Kircher: "Para asegurarnos un crecimiento sano en meses y años venideros, tendremos que poner en marcha 7 reglas esenciales"

La implantación de ITIL, un aliado frente a la crisis económica

La economía aragonesa: entre la crisis y la esperanza

Servicios



[01/01/2007 / 31/12/2013] Programa Marco Polo II para mejorar el impacto medioambiental del sistema de transporte...

productos y prefieren esperar el tiempo necesario para comprar esa calidad que adquirir un producto que no ofrece estas condiciones... También aquí, generalmente son los mejores Comerciales (no solo en cifra sino también en término de respeto de la Política Comercial) quienes marcan la diferencia entre unas empresas y otras.

En efecto, el segundo escenario (Crecimientos como el español del 4,5%) es más un mercado de compra que de venta. Cuando se trata de vender un producto, todo se vende bastante fácilmente y rápido. Se precisan menos los buenos comerciales y -peligrosamente- los mediocres se creen que son excepcionales. Esto cambiará en estos mercados pues si las empresas quieren remontar la atonía actual del mercado, van a necesitar auténticos vendedores.

Otra diferencia entre las empresas de uno y otro mercado hace referencia a su visión estratégica. En mercados con crecimientos desmesurados, se valoran más planes estratégicos a corto plazo, mientras que en el segundo escenario las empresas valoran más planes a tres ó cinco años; admiten crecimientos más lentos pero más seguros. Esta cultura, frente a otra más cortoplacista, permite a las empresas profundizar más en su Management. Si bien es cierto que en muchas empresas de los Mercados que crecen rápido existe ese plan estratégico a medio-largo plazo, también lo es que no se ha compartido con los mandos directivos y que, en muchos casos, ni siquiera está escrito. Esta cuestión trae a colación ese refrán que dice más o menos: "Cuando soñamos solos, sólo es un sueño, pero cuando somos muchos soñando lo mismo, el sueño se puede convertir en realidad".

El estilo de dirección es también una diferencia entre unas y otras empresas. En aquellas que se desenvuelven en economías con crecimientos del 1,5%, prevalece un sistema de Management donde lo transversal se impone sobre lo vertical. Cuando se trata de luchar, pelearse todos los días para ganar solamente 1 punto o como mucho 2 puntos de crecimiento, además en un mercado que crece de 1,5%, ganar un punto pasa necesariamente tanto por implicar y compartir las decisiones como por su implementación a todos los Niveles de la cadena de Mandos, lo que significa compartir una gran parte de las decisiones Estratégicas entre Mandos. Para asegurar su crecimiento, estas empresas tienen entonces la necesidad de contar con su equipo, con los mandos, y así apuestan por la comunión de ideas y las culturas participativas. No siempre es así en las empresas del segundo escenario: "¿para qué vamos a hablar sobre cómo crecer, si ya lo hacemos?"

Cuando el mercado crece, se impone lo inmediato; no se trata de dedicar mucho tiempo a evaluar lo positivo de una decisión, y asegurarse que "todos" los Mandos la sigan, sino de ir con prisa para aprovechar las oportunidades del Mercado.

En la toma de decisiones encontramos una cuarta diferencia entre las empresas de mercados con crecimientos diferentes. Mientras que en las compañías inmersas en economías que crecen un 1,5% anual, en relación con el punto abordado arriba, la tendencia es que la toma de decisiones sea centralizada, en las empresas del segundo escenario (con crecimientos de un 4,5%), se ha descentralizado. Probablemente, la crisis y crecimientos más moderados van a obligar a las empresas a optar por una mayor centralización que aportará más agilidad, rapidez y reducción de costes.

Quinta diferencia: una cuestión -digamos- de mentalidad y motivación. Generalmente, en mercados con crecimientos moderados, las personas saben que -si no actúan en mercados muy veloces como el Mercado de las Nuevas Tecnologías por ejemplo- es difícil ganar mucho dinero creando una empresa, por lo menos antes de 5-7 (a lo mejor) o 10 años, y les parecen poco realista buscar ser Ricos; crean empresas entonces empresas sobre todo con el objetivo de convertirse en empresarios, es decir, lograr autonomía en sus decisiones y construir algo sólido para el futuro. Dedican tiempo al Management y a estructurar las empresas. Sin embargo, en mercados con crecimientos descomunales, la constitución de muchas empresas está motivada por el deseo de ganar grandes sumas de dinero cuanto antes. Este planteamiento se puede traducir en crecimientos muy rápidos, derivados de un análisis correcto de las oportunidades y de inversiones afortunadas. Pero al mismo tiempo, conlleva la falta de ahínco para estructurar la empresa, desarrollar a su gente y construir pilares sólidos.

Sexta diferencia que quiero subrayar: Igualmente es diferente el mercado laboral de unos y otros países. En contextos de grandes crecimientos, es habitual la rotación de puestos de trabajo; no así en el segundo entorno. Cuando el crecimiento es menor, la rotación también lo es y la política salarial de las empresas se basa más en la experiencia (el trabajador ya es rentable) que en el potencial que representa.

En definitiva, y aunque podríamos enumerar más aspectos divergentes entre unas y otras empresas, creo irrefutable que el ritmo de crecimiento de un mercado impacta considerablemente en las culturas y políticas empresariales.

Compártela :

Opinión de nuestros lectores

Opinar

- No hay opiniones sobre esta noticia

- [01/01/2007 / 31/12/2013] Programa de acción en el ámbito del aprendizaje permanente - Erasmus
- [01/01/2007 / 31/12/2013] PIC - recursos CE: Mecanismo de Garantía PYME (2007-2013)
- [01/01/2008 / 31/12/2013] Programa de financiación prioritaria del tejido empresarial (2007-2013): préstamos de...
- [01/01/2007 / 31/12/2013] Instrumento financiero de riesgo compartido (IFRC) - BEI

Ver todas



Últimas Noticias Comentadas

- [07/01/2010 14:28] CCOO cree que empresas, Gobierno y sindicatos están obligados a entenderse para...
- [29/12/2009 09:57] UGT valora la subida de las pensiones pero considera imprescindible alcanzar los 850...
- [29/12/2009 09:34] 25.000 locales de venta de prensa podrán volver a vender tabaco
- [16/12/2009 11:56] Blanco: "España saldrá de la crisis con o sin el Partido Popular"
- [15/12/2009 15:52] El Ministerio de Industria concede los premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial

Mas comentadas Ver todas

Publicidad



Noticias más visitadas

- [Sector Asegurador] AXA Salud renueva su oferta con nuevos servicios y coberturas
- [Administración] Zapatero afirma que la recuperación económica se confirmará en 2010
- [Especiales] Cómo influye la tecnología en las personas
- [Actualidad] La Renta Básica de Emancipación ha llegado ya a 167.500 jóvenes
- [Administración] Octavio Granado considera que lo peor ya ha pasado

Ver todas



Noticias Begolfer

- Portada + Visto + Comentado Actualidad
- El equipo de Pablo Larrazábal se impone en el III ProAm Memorial Maria Garcia-Estrada
- Sergio García afronta su 30 cumpleaños recuperado de su lesión en el III ProAm Memorial...
- Sergio García da el golpe solidario más alto de la historia para apoyar el III ProAm Me...
- Segunda prueba del Pentagonal infantil

- Torneo clasificatorio del I Pro-Am en Galisteo Golf
-
-
-
-

[Ver más](#)

Participa

¿Crees que el 2010 será el de la recuperación económica?

Si

No

NS/NC

