

LA PYME ANTE LOS NUEVOS RETOS DE UNA ECONOMÍA GLOBAL.

Se está discutiendo si la crisis ha sido financiera, de liquidez, del modelo económico desfasado, etc; yo creo más bien que ha sido una crisis de valores y de modelo de gestión en el cual se ha premiado el capital financiero y no el capital humano. Las empresas tienen que empezar a darse cuenta que para adaptarse a los nuevos escenarios los activos intangibles como el capital humano, el liderazgo, el conocimiento, la organización, los sistemas de comunicación, etc, han desbancado al capital financiero. El conocimiento es el ADN de las empresas, estas deben facilitar la capacidad de aprender a través de la formación continua. El gran reto de las organizaciones será crear nuevos conocimientos como soluciones distintas a problemas diferentes, en contextos cada vez más cambiantes y complejos. Dicho de otra manera dirigir y gestionar una empresa como lo hacían nuestros abuelos es como querer montar las piezas de un teléfono móvil con una llave inglesa.

El mercado no es estático, está en continuo cambio, por ello las empresas no pueden ser estáticas, hay que mejorar continuamente y gestionar ese cambio, los procesos deben mejorarse. Hay empresas que implantan por ejemplo un sistema de calidad en base ISO 9001 y no mejoran o actualizan los procesos, los mantienen año tras año.

No nos justifican las horas de trabajo nos justifican los resultados y estos no se consiguen por azar o por inercia, se necesita un pensamiento proactivo y no reactivo. Solo nos reunimos para apagar fuegos y no para seleccionar y planificar estrategias, o menos todavía para reconocer el trabajo bien hecho del personal y luego decimos que están desmotivados. Como dijo Seneca: *“No hay buen viento para quien no sabe a donde va.”* Por ello tenemos que darnos cuenta que es el compromiso del personal y no la autoridad el que nos ayudará a conseguir los resultados esperados en la empresa.

En EEUU se hizo hace un tiempo una encuesta a unos 25.000 empleados y solo el 13% conocía hacia donde quería ir la empresa es decir su visión.

Por desgracia no hay fórmulas mágicas para dar soluciones a la grave situación actual, más bien se necesita sentido común en los negocios y eso no se enseña en las universidades. Si una empresa no es diferente más le vale ofrecer su producto a un precio muy bajo.

Como dijo D. Miguel de Unamuno: *“La falta de sencillez lo estropea todo.”* Por lo tanto es necesario que los gerentes definan y tengan claro aspectos claves como los siguientes:

1-Definir y concretar en qué negocio están, cual es su misión, a dónde quieren llegar (visión), analizar si los valores y la cultura de su empresa les ayudarán a adaptarse a los nuevos escenarios todavía desconocidos, donde las viejas formas de gestión no funcionan, por lo que es necesario aprender a desaprender, a utilizar nuevas herramientas de gestión empresarial.

2.- Hacer un diagnóstico de la situación de la empresa, evaluar como le está afectando y le puede afectar el entorno exterior: la situación política, económica, social, competencia, etc, y un análisis interno de la empresa: procesos, recursos humanos, sistemas de comunicación interna, liderazgo, formación, cultura, etc.

3.- Con el análisis anterior deberemos elaborar planes de acción para corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener los puntos fuertes y explotar oportunidades.

4.- Para competir necesitaremos una estrategia, que necesitaremos gestionar a través de objetivos, metas, indicadores, teniendo en cuenta que *“Lo que no se puede medir, no se puede analizar ni controlar; lo que no se puede controlar, no se puede administrar; lo que no se puede administrar es un caos.”*

El club de directivos y gerentes ofrece un servicio integral gratuito y personalizado para ayudar a las empresas a salir de la crisis y hacer frente a la competencia, para más información acceder a su web:

Ernesto Castelló
Socio fundador

www.dygepyme.com
info@dygepyme.com

DAGEPYME
club de directivos y gerentes de
la pequeña y mediana empresa