



Carlos Emerson C.
Gerente General

El año para reinventarse

Carlos Emerson C.
Gerente General

Mis queridos lectores, colegas y amigos, no es un secreto que este 2016 ha sido un año de estrés, sobre todo para aquellos que no controlan sus ingresos, pues, a ello súmele una inflación que va disparada hacia el 10%, unos intereses bancarios cada vez más altos con la consecuente incidencia en que nuestros usuarios se apreten el cinturón cada vez más (gasten menos), entre otros. Ahora bien, en lugar de quejarse, véalo como la oportunidad para “afilarse la sierra”, es decir, para evaluar que aspectos pueden ajustarse en la organización para enfrentar airoso el desafío.

Es muy frecuente en las Empresas que cuando los resultados son positivos, se afloje en aspectos como eficiencia y productividad. Los periodos de débil desempeño nos recuerdan que siempre habrá margen para mejorar, incluso, para reinventarnos. Así que aplíquese una dosis de optimismo y analice los seis (6) puntos que le proponemos a continuación para que salga de esta etapa recargado y fortalecido:



Controle sus ingresos:

Es la principal acción sobre la cual debemos trabajar. Es increíble como nuestros Empresarios aunque saben cuanto dinero deja de ingresar por EVASIÓN en el pago del servicio que prestan, aun no toman la decisión de erradicarla, pues, tampoco es un secreto que existen muy buenas herramientas tecnológicas 100% efectivas para controlar este flagelo y con muy buenos precios o alternativas de pago. Peor aun, algunas Empresas emprenden este camino, pero quieren continuar con sus viejas prácticas, lo cual tampoco es eficaz en su propósito, pues, aquellos que por años han permitido que esto suceda, deben capacitarse, mentalizarse hacia el nuevo propósito, o definitivamente cambiarse.

En tiempo de crisis, los Empresarios no podemos permitirnos de ingresos que tanta falta nos hacen en estos momentos.

Analice la grasa que le sobra y como va a bajarla:



La estrechez en el flujo de caja seguramente ha encendido alarmas que no había escuchado antes, así que es el momento perfecto para sentarse con el departamento financiero y operativo para analizar a fondo cómo está la estructura de costos, gastos y recurso humano de la Empresa. Es probable que solo se trate de renegociar algunos contratos, desprenderse de compromisos que no le están aportando realmente a la Organización o reemplazar el recurso humano que la nueva tecnología utilizada puede reemplazar (cuando cuenta con ella). Siempre habrá oportunidades para optimizar los recursos de la Compañía: Si ya cuenta con Regisbus o Regiscenter, ¿será necesario personal operativo para control de rutas si la tecnología ya lo hace?, ¿las rutas y/o frecuencias con que las presto, son las más rentables?, ¿Algunos puntos de venta si son necesarios con los resultados visitas/compras que estoy obteniendo?. Este es el tipo de preguntas que lo guiarán en este proceso.

Identifique quienes están realmente comprometidos en su empresa:

En los momentos de ajuste es cuando se mide el compromiso del equipo de trabajo. Reúnase con Ellos y plantee la necesidad de realizar acciones que les permitan ser más eficientes, recortar costos, elevar la productividad, mejorar los controles, revisar la información y control de indicadores. Seguramente encontrará dos tipos de reacciones: La primera, la del grupo que se esmerará por presentar propuestas y ejecutar las medidas que se tomen con entusiasmo; La segunda, aquellos que empezarán a encontrar “peros”, intentarán boicotear la iniciativa y generarán malestar y ni que decir de aquellos que se les asigna tareas y no las cumplen o las hacen mal. No es necesario indicarle qué hacer frente a este último grupo, a las claras se trata de la gente que no está dispuesta a subirse al bus de su proyecto empresarial en cualquier circunstancia.

Conozca cómo reacciona usted frente a la crisis y emprenda acciones para mejorar:



Enfrentar dificultades no es agradable para nadie, pero si se trata de un momento importante para el autoconocimiento. ¿Es Usted de los que esconde la cabeza en la arena e ignora que las cosas van por mal camino?, ¿Quizás es de los que se deprime, achacándole la culpa de todos los males a su equipo de trabajo, a sus clientes y al Gobierno, pero sin hacer nada proactivo para resolverlo?, ¿Se da cuenta de quien o quienes debe cambiar, pero le cuesta tomar decisiones radicales al respecto?, ¿Sabe que factores inciden en la crisis por la que está pasando, sabe como resolverlas pero no encuentra como liderar la solución?. O por el contrario, encuentra su mejor espíritu para enfrentar los retos transmitiendo optimismo a todo el equipo de trabajo y dando el mejor ejemplo. Si es de los que opta por las cuatro primeras actitudes es importante que empiece a trabajar en Usted mismo, analizando de qué manera puede encontrar el valor que se necesita para enfrentar la situación, ya que la reactividad y la negación son síntomas inequívocos del miedo. El optimismo es la gasolina de los empresarios exitosos, así que no tema leer libros para elevar su positivismo, ver películas que transmitan mensajes de superación y esperanza, reunirse con personas que tengan esa templanza de espíritu, incluso la oración, el yoga y la meditación le permitirán allanar ese camino. Siéntase libre de escoger la opción que mejor le va para mantener su ánimo en alto.



Evalúe lo que de verdad valora el cliente de su compañía:

Cuando las cosas marchan bien, tendemos a pensar que todo lo que hacemos es perfecto. Pero lo cierto es que en momento de crisis los clientes tenderán a preservar aquellos proveedores que les generan más valor, bien sea porque el producto o servicio están altamente diferenciados, los tiempos de entrega y los ciclos son los más convenientes, las soluciones hacen que ingrese más dinero a la compañía y que mejore el servicio o existen otros factores que incluso Usted no ha logrado identificar. Aproveche para estrechar sus lazos con los clientes, hable sobre sus necesidades y la manera en que su Empresa puede mantenerse como un socio estratégico.

Cuestionese su modelo de negocio:



Muchos Empresarios van por la vida haciendo lo de siempre, sin tener claro si realmente cuentan con un modelo de negocio sostenible y rentable. Pues, esta etapa es perfecta para reevaluar esa actitud: analice cómo está evolucionando el entorno en el que se encuentra inmerso y redireccione sus estrategias en el mismo sentido, que están haciendo sus competidores y como crear sinergias con Ellos (si es posible), que quieren sus clientes ahora y siempre.

Finalmente, en los momentos de crisis (Yo personalmente los llamo momentos de oportunidad), es donde encontramos formas diferentes de hacer las cosas. Hay que buscar nuevas metodologías que nos permitan analizar la información, nuevas herramientas que nos permitan llegar a esa información, o consultores que nos ayuden con nuestros propósitos. Lo que si es importante hacer en los momentos de crisis es CAMBIAR, pues, no lograremos resultados diferentes si continuamos empeñados en hacer lo mismo.

Mis amigos, en Registel cuentan con un gran aliado, revolucionario tecnológicamente hablando y con el deseo de progresar con el progreso de nuestros clientes.

Un abrazo...

CARLOS EMERSON CARREJO
GERENTE GENERAL
REGISTEL