



Nº 14 - MAYO 2012

www.autoes.es

La presión de la crisis, lejos de atenuarse, sigue incrementándose sin cesar. Ni las reformas financieras, ni los recortes laborales y sociales, ni las fusiones bancarias, ni los cambios de gobierno ... parecen calmar la tormenta que venimos aguantando desde hace cuatro años.

Nuestra batalla, mientras siga la incertidumbre, es buscar alternativas que aseguren la supervivencia y el desarrollo sostenible de nuestro negocio.

Y esto sólo lo podemos conseguir mejorando la gestión de nuestra empresa en todos los niveles en que podamos.

Agradeceremos cualquier comentario, sugerencia, aportación,... que nos hagáis llegar.

Contacto: comercial@autoes.es

¿CÓMO OBTENER BENEFICIOS DE LA CRISIS?

¿Obtener beneficios de la crisis? ¡Vaya tela! Diréis muchos de vosotros. Y tenéis toda la razón del mundo. Los únicos que se están beneficiando de la crisis son los mismos que la han provocado: los grandes especuladores financieros, los “mercados”, ... A nosotros nos ha tocado el aumento de la competencia y la bajada de ingresos, el aumento de impagados y la desaparición del crédito, las subidas de las materias primas y la bajada de tarifas, ...

Y lo peor de todo es que, después de cuatro años, las perspectivas no son nada halagüeñas: el paro sigue aumentando, el consumo sigue reduciéndose y las noticias sobre el futuro de la economía española no dejan lugar a dudas: no hay perspectivas de crecimiento ni de recuperación a la vista. La cosa va a ir a peor lo que queda de año y lo que te rondaré morena.

Ante este panorama desolador somos ya muchos los que estamos agotados ... porque hemos probado distintas alternativas, porque nos hemos entregado a fondo, ... y, a pesar de ello, no hemos conseguido alcanzar el nivel de ingresos que nos proporcione la tranquilidad de que tenemos bien encarrilado nuestro negocio.

Si estamos cansados... tendremos que descansar. ¿Pero, cómo vamos a descansar si el mundo se está yendo al carajo delante de nuestra narices? Pues sí, las personas necesitamos descansar, necesitamos recuperar nuestra concentración y nuestro equilibrio. Y la única manera de recobrar la energía es tomándonos un respiro. No podemos ser creativos si estamos desanimados. No podemos rendir si nuestro cuerpo y nuestra mente están saturados por las preocupaciones o congelados por no saber qué hacer.

Si estamos hartos de darle vueltas a la rotonda, si hemos probado varias alternativas que no han funcionado o que han funcionado bien sólo durante una temporada... necesitamos parar, recuperar fuerzas, necesitamos abrir un período de reflexión antes de volver a lanzarnos al ruedo.

Dice nuestro refranero que “no por mucho madrugar, amanece más temprano”. La desorientación, el desánimo, ... no se curan con gestos verticales o impositivos. Las buenas estrategias requieren reflexión, coherencia, insistencia, participación... y tienen que estar lo más alejadas posible del “orden y mando”. Los que no dudan, los que lo saben todo, son gente peligrosa. Les basta un indicio para emitir un juicio. Y a partir de ese juicio encadenarán un conjunto de aseveraciones con las que intentarán explicarnos hasta el sexo de los ángeles.

Juzgar, valorar, reflexionar... requiere dedicación y paciencia, requiere escuchar a los demás, a los que están dentro y a los que están fuera, a los que saben más y a los que saben menos. En pocas palabras: tenemos crisis para rato y la realidad, la dura realidad, no va a cambiar con medidas improvisadas y cortoplacistas.

Todos los procesos de la empresa deben someterse a análisis. Nada es intocable. Y con esto queremos decir lo que estamos diciendo: la dirección de la empresa o su forma de hacerlo puede tener mucho que ver con los resultados conseguidos. Cuando se trata de juzgarnos a nosotros mismos no acostumbramos a aplicar la misma vara de medir que cuando juzgamos a otros.

Tenemos que detenernos en todas y en cada una de las áreas de la empresa y analizar los procesos operativos para conseguir un alto rendimiento con un coste menor. Esa es nuestra única meta. Esa idea básica debe estar presente en todo lo que hagamos y replanteemos. Necesitamos un plan, una estrategia de actuación que asegure nuestra supervivencia y nuestro desarrollo futuro.

1) Optimizar la relación coste y valor.

- suprimir costes de dudoso o nulo rendimiento:

no podemos empeorar nuestra tesorería manteniendo máquinas, vehículos, ordenadores, páginas web, programas informáticos... que tengan una operatividad limitada o nula.

- controlar los gastos corrientes:

prestando atención a los posibles altibajos que pueden indicar usos inadecuados o abusivos de teléfonos, teléfonos móviles, luz, combustible, reparaciones de vehículos o maquinaria,...

- controlar los gastos financieros:

las comisiones por ingresar un talón, por hacer transferencias, por la negociación de efectos o pagarés, por el uso de datáfonos,...deben ser revisadas y a ser posible renegociadas. Tacita a tacita, los gastos bancarios, pueden suponer un buen pellizco a lo largo del año.

- adecuar los gastos de personal a las necesidades reales de la empresa:

amortizando los puestos de trabajo que no sean rentables, reduciendo la jornada laboral o contratando a tiempo parcial o por horas.

- aprovechar al máximo los recursos disponibles:

sacando el máximo partido posible a los informes de los programas informáticos, planificando y distribuyendo las tareas según las capacidades del personal, aprovechando al máximo la maquinaria, vehículos, ...

Las tareas y los objetivos de cada puesto de trabajo tienen que estar muy claros. Concretar y controlar es imprescindible para obtener mejores resultados. Hay que eliminar redundancias o trabajos improductivos, hay que desmenuzar y simplificar al máximo cada proceso de trabajo para mejorar su eficiencia,...

- replantear continuamente las tareas de marketing:

si no nos sabemos vender... estamos perdidos. Las posibilidades actuales para promocionar nuestros productos o servicios son innumerables: páginas web corporativas, ofertas en páginas especializadas, aparición en revistas o periódicos, mailings, folletos, ...

Pero como todos estos recursos están al alcance de cualquiera, la forma y el contenido de los mensajes que lancemos tienen muchísima importancia. La imaginación y el cambio tienen que presidir nuestra actuación si queremos conseguir resultados positivos.

Hay que huir como de la peste de las actitudes machacantes (mailings repetitivos diarios) o

inmediatistas (bajadas de precios insólitas y ruinosas).

- potenciar la utilización compartida de recursos y nuevas formas de funcionamiento:

Es otra manera de ahorrar y de aprovechar al máximo los recursos disponibles y una manera muy sana de hacer frente al incremento de la competencia y a las posibles malas artes aparejadas.

2) Obtener ventajas operativas.

Conseguir ventaja operativa es identificar las oportunidades de obtener buenos resultados de forma rápida. Las preguntas a las que tendríamos que contestar serían las siguientes:

¿Cómo trabajamos en la actualidad y cómo podemos aumentar nuestras capacidades? ¿Que actividades no estamos haciendo y tendríamos que hacer? ¿Que trabajos improductivos tendríamos que suprimir? ¿Qué podemos hacer mejor, más rápidamente o de forma más económica, sin perjudicar nuestra potencial de trabajo? ¿Cómo mejoramos la eficiencia y nuestros beneficios al tiempo que mantenemos o mejoramos nuestros servicios al cliente?

De lo que trata es de analizar los procesos de trabajo tal como se están desarrollando en la actualidad para identificar los costes que producen y la manera de reducirlos. Para facilitar esta tarea podemos distinguir las siguientes áreas:

a) procesos ligados a la venta:

- presencia en Internet: página web y mailings (capacidad de venta de la página, control de accesos a la página, repercusión de envíos, ...)
- posibles clientes (ofertas a realizar de manera periódica)
- clientes (campañas promocionales, controles personalizados, ...)
- presupuestos de venta (tratamiento y seguimiento)
- pedidos o contratos (tratamiento y seguimiento)
- entrega de mercancías o servicios a los clientes (planificación y control de las entregas a realizar, control de los productos o servicios realmente entregados o realizados, ...)
- trabajos administrativos (facturación de los productos o servicios, tesorería, ...)

b) procesos ligados a la producción:

- planificación de las tareas pendientes y control de las tareas realizadas (máquinas, vehículos y personas)
- eliminación de productos o servicios no rentables.
- proyectar y desarrollar productos o servicios nuevos.

c) procesos ligados a la compra de mercancías o servicios

- establecimiento de criterios muy claros sobre volúmenes de compra y de gasto.

El criterio que debe presidir nuestras actuaciones debe ser reducir los costes, pero sin poner en entredicho la supervivencia o el desarrollo futuro de la empresa. De lo que se trata es precisamente de asegurar su continuidad y su sostenibilidad.

3) Conseguir ventajas estructurales.

Las empresas ganadoras no se limitan a mirar el aquí y ahora. Trabajan siempre teniendo muy

presente el futuro. Aprovechan las oportunidades que les brinda la situación actual, pero sin perder de vista el mañana.

Las ventajas estructurales son el resultado final de una gestión eficiente de los activos de la empresa.

Se puede conseguir ventajas estructurales de varias maneras:

- 1) Vendiendo activos improductivos (locales, maquinarias, vehículos, ...).
- 2) Reduciendo plantilla (que ha dejado de ser necesaria) o recurriendo a nuevas formas de trabajar (trabajo no presencial, recursos humanos compartidos, ...)
- 3) Comprando activos estratégicos muy por debajo del valor de mercado.
- 4) Invirtiendo en nuevas tecnologías productivas.
- 5) Mejorando la funcionalidad de las tecnologías de la información disponibles (páginas web, programas informáticos, ...)
- 6) Creando una estructura organizativa utilizando servicios compartidos de bajo coste.
- 7) Siguiendo una estrategia de ubicación de las instalaciones que permita llegar a más clientes de manera más eficiente.

Las ventajas operativas y las ventajas estructurales aseguran y alimentan la sostenibilidad de la empresa que las implementa. En ello estamos y en ello vamos a estar en los próximos años.



Programas de gestión comercial para autoescuelas



Gestión diaria de autoescuelas



Facturación y contabilidad

Teléfono : 963971561

www.autoes.es comercial@autoes.es