

Platón, el gran filósofo griego de la antigüedad, citando a Heráclito, nos decía que nunca nos bañaremos en el mismo río, puesto que la corriente del agua nunca será la misma. Pero en el fondo Platón nos avisaba que era necesario estar prevenidos de lo que nos acontecía en nuestro devenir diario, y nos venía a decir que 'quien no aprende del pasado está condenado a sufrir el presente'. Lo natural es el cambio, pero los humanos buscamos el orden y somos adversos al cambio. Sin embargo, la actual situación del entorno económico, nos obliga a aceptar esta premisa de Heráclito. Desde el punto de vista de la empresa, la **REINVENCIÓN** de la cual tanto se habla últimamente, afecta directamente a las tres '**C**': **Cliente**, **Competencia** y **Cambio**.

### **CLIENTE**

Desde este punto de vista la renovación que deberá seguir la empresa es focalizarse en el cliente. Mucho se habla sobre esta premisa, y desde esta misma página el Club de Márketing de Castellón y los colaboradores, hemos publicado diversos artículos resaltando la importancia, necesidad y mecanismos para que las empresas vuelvan los ojos hacia el cliente, para que éste se convierta en el verdadero motor del negocio y nos indique el camino para entregarle los productos y servicios que desea que le proporcionemos. El marketing es la herramienta que nos ayuda a enfocar la atención hacia el cliente, a ponerlo en el centro de la estrategia empresarial, y a buscar nuevos medios y canales de comunicación para conquistarlo. Marketing significa considerar que sólo la percepción de los consumidores es la auténtica realidad del mercado. Para ello debemos conocer mejor al cliente, el actual y el futuro, sus motivaciones de vida y necesidades de compra. Es fundamental estudiar a los clientes, para a continuación averiguar cómo presentarles nuestros productos y servicios y cómo descubrirles nuevas necesidades latentes.

### **COMPETENCIA**

En la historia reciente de España, nuestra generación ha vivido con el objetivo del crecimiento focalizándose en Europa. Aspirábamos al bienestar social de los países más desarrollados y para ello estudiamos, nos preparamos y nos esforzamos como nunca lo había hecho la sociedad española. Tenemos que reconocer que empresarios y trabajadores, han realizado un gran esfuerzo y trabajado mucho y hemos vivido una gran expansión económica que nos ha permitido alcanzar una situación de bienestar impensable hace sólo 25 años.

Pero es una paradoja que la gran cantidad de personas con mayor formación en la historia de España, se encuentre atrapada en unos datos preocupantes: somos uno de los países más improductivos de Europa; somos de los peores países europeos en cuanto a I+D+i; los niveles de absentismo laboral rozan lo inadmisibles; la motivación hacia el trabajo y hacia la empresa de los trabajadores españoles es significativamente menor que la de los europeos; somos el país europeo donde mayor número de trabajadores manifiesta el deseo de tener un empleo con poca responsabilidad,... No somos competitivos, somos poco productivos, somos caros, nuestros productos y servicios se han vuelto genéricos, con poco valor añadido, no creamos tendencias de mercado (quizá por que no lo conocemos ni lo dominamos como nos creíamos), y esto hace que nuestra posición se encuentre en debilidad frente a la competencia mundial.

Si queremos revertir la situación deberemos dedicar más esfuerzos, personales, y empresariales a la investigación y la innovación. Y además la motivación, las ganas de trabajar y hacer las cosas bien son prioritarias para producir una inflexión en la actual situación negativa. Por tanto debemos mejorar nuestra competencia personal y empresarial, debemos incrementar nuestro saber hacer, y desarrollar mejores conocimientos, más productivos y generadores de ventajas competitivas.

## **CAMBIO**

El juego empresarial ha cambiado. Ahora no es un juego operativo, donde el gran volumen y la mayor gama de productos o servicios ofrecían una garantía de posicionamiento y crecimiento. En estos momentos el juego empresarial pasa por un juego de estrategia, donde la adaptación a la dinámica de los cambios en el entorno socio-económico, al nivel de las demandas externas, clientes y mercados, es fundamental para la supervivencia de las empresas. Y la adopción de estrategias tendentes a redefinir continuamente el modelo de negocio para que sea rentable en todas las situaciones que provocan estos cambios es fundamental para dotar a las empresas de un espíritu de superación y mejora constantes.

Como colación a este posicionamiento, se debe reseñar que estos cambios abarcan dos dimensiones fundamentales. En primer lugar se deben producir cambios a nivel de las personas, tanto en las actitudes, como en las motivaciones. En segundo lugar, las empresas, y los empresarios, deben cambiar sus estructuras de gestión y dirección, modificar sus objetivos empresariales y otorgar un papel preponderante a las personas a la estrategia y a la planificación, y centrarse en la productividad, la calidad y el saber hacer. Es fundamental realizar cambios en los estilos de dirección; en la gestión e integración de las estrategias de RRHH; en las formas de comercialización, en las estructuras comerciales y en las relaciones con la distribución; Y cambios en la percepción del mercado y cliente final.

A modo de resumen, propongo unos objetivos de '**REINVENCIÓN**' para Gestionar el Cambio:

- Planificar a corto plazo las decisiones estratégicas (ante los cambios del entorno) pero al mismo tiempo pensar como queremos que sea la empresa cuando las condiciones económicas se recuperen. Estructurar y definir una estrategia para ahora y para mañana.
- Aprovechar para conocer mejor al cliente; él nos dirá qué necesita y cómo le podemos resolver sus demandas en momentos de contención de gasto.
- Innovar para diferenciarnos de la competencia, tanto en productos, como innovar también en procesos, con los proveedores, los clientes, políticas de servicio, etc...
- Mejorar la formación, tanto la del empresario como la de los trabajadores, en especial en dos ámbitos, la gestión interna del negocio y acción comercial.
- Profundizar en el uso de las nuevas tecnologías, ayudan a vender y a gestionar mejor.
- Ilusionar con la propia empresa y confiar y creer en las personas; las oportunidades las crean, las gestionan y las aprovechan las personas.

## **ACERCA DE LA CRISIS.**

Quiero citar a Albert Einstein en unas frases que ahora son más necesarias que nunca que las tengamos en cuenta.

*No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar "superado". La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. Sin crisis no hay desafíos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno. En vez de esto trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora que es la tragedia de no querer luchar por superarla.*

**Santiago Monfort Sabater**

PAUTA CONSULTORES

pauta@pautaconsultores.com

www.clubdemarketing.com