

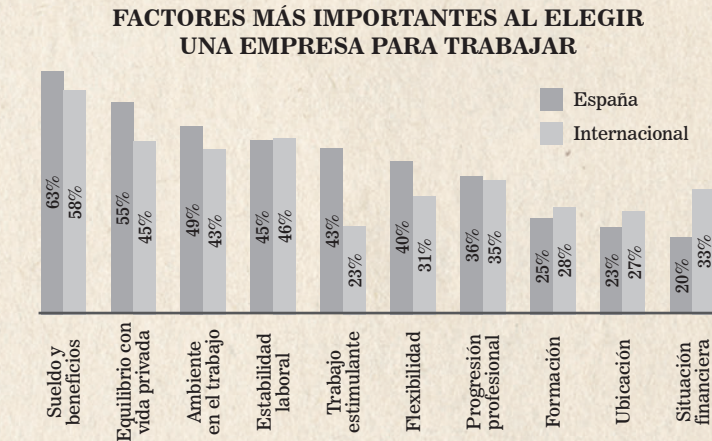
¿ALGUIEN SE ACORDARÁ?

LA MEMORIA DE LAS EMPRESAS

“Cinco años después de haber dejado la empresa sus antiguos compañeros aún seguían invitándole a las comidas y cenas que frecuentemente organizaban. ‘No era de extrañar’ pensaba, pues, a pesar de su corta estancia allí, su entrega, dedicación y sobre todo la colaboración que nunca negaba a quién se la pedía, habían sido absolutas. Suponía acertadamente que esa era la razón por la que jefes y trabajadores tenían tan grato recuerdo de su persona. Y por eso, cuando en alguna ocasión visitaba las instalaciones, siempre le faltaba tiempo para poder saludar y departir con todo el mundo.

A los diez años algunos de los que fueron sus compañeros ya no estaban en la compañía. Unos se habían jubilado y otros cambiaron de empleo. Así todo, todavía había bastante gente que recordaba su estancia allí y con ellos se detenía a charlar cuando se encontraban en la calle, pues ahora las celebraciones de antaño ya no se hacían. O, si se hacían, la invitación dejó de llegar.

Veinte años después muy pocos compañeros quedaban ya en la empresa. Las oficinas habían cambiado de ubicación, había un nuevo equipo directivo y aquello en nada se parecía al lugar en el que había traba-



Fuente: Randstad Employer Brand Research 2017

jado diez u once horas al día, muchos sábados incluidos. Los jóvenes ni siquiera habían oído hablar de él. Así es la vida, asumió con algo de melancolía”.

Si usted es una persona de cierta edad y ha trabajado en varias organizaciones es posible que el relato le resulte familiar. Es probable también que se haya planteado, pasado el tiempo, si todo el esfuerzo y los sacrificios de aquella etapa de su vida merecieron la pena. No hay una única y verdadera respuesta para esa pregunta, pues cada uno tendrá la suya propia en función de la mayor o menor satisfacción obtenida. En cualquier caso, es aconsejable ser conscientes de que el tiempo borra nuestras huellas y que es preferible hacer las cosas sin pensar demasiado

en ello. En mi opinión, todo lo que como trabajadores o directivos hagamos “de más” en nuestras empresas no debe esperar un reconocimiento *ad aeternum*. Esa dedicación extra obedecerá a los objetivos de cada uno, a sus deseos, a la recompensa que recibe por ello o la que espera recibir en el corto-medio plazo, etc. Hay, asimismo, otro aspecto interesante en todo esto: aceptar que en el futuro las cosas serán muy diferentes a cómo ahora las estamos sintiendo -hablo de las relaciones con los compañeros, el reconocimiento de nuestros superiores, etc- nos puede ayudar a tomar decisiones difíciles, a no sufrir demasiado en las despedidas. Imaginar ese futuro nos hace ser más racionales. Para bien o para mal.

EDITORIAL



Hace cuatro meses, en estas mismas líneas, comentábamos que en 2015 sólo un 27,4% de las empresas españolas había utilizado todo o parte de su crédito disponible para acciones formativas bonificadas. Los datos recién publicados del año 2016 son aún más llamativos: ese porcentaje se redujo hasta el 22,7%. Asimismo, por tamaños las variaciones han sido las siguientes: en las microempresas se ha pasado del 23,4% al 18,5% del total; en las pequeñas empresas, del 55,6% al 51,2%; en las medianas, del 83,3% al 81,2%; y en las grandes, del 92,9% al 93%.

Es posible que los cambios legislativos introducidos en 2015 puedan estar relacionados con estos resultados, aun cuando dichos cambios perseguían, curiosamente, facilitar el acceso a la formación bonificada a las empresas de menor tamaño. En lo que a nosotros respecta, el pasado ejercicio hemos impartido formación en empresas pequeñas y ninguna objetó dificultad técnica para no utilizar el crédito disponible. Seguimos pensando, por tanto, que se trata más bien de querer aprovechar mejor los recursos a nuestro alcance y de apostar por la formación como herramienta para mejorar los resultados. Una vez más, gracias por seguir ahí.

FRANCISCO GONZÁLEZ DELGADO
Socio-Director
GDES Consultores

TABLÓN DE ANUNCIOS

GDES Consultores ha colaborado recientemente con **GRÁFICAS EUJOA** en la impartición del curso “**Motivación y Gestión del Tiempo**” para todo su equipo comercial. **GRÁFICAS EUJOA** es una de las mayores empresas de artes gráficas del noroeste de España, capaz de ofrecer a sus clientes plazos ajustados, precios competitivos y calidad asegurada.

COACHING PARA COMERCIALES

La creciente incorporación de nuevas personas a los equipos comerciales de las empresas supone para éstas la dificultad de encontrar los perfiles profesionales que realmente necesitan. En general, cuanto mayor sea la diferencia entre lo que demanda la compañía y lo que aporta el candidato, mayor es el tiempo de adaptación persona-puesto y menores las probabilidades de éxito. Aumentar esas probabilidades y

reducir el tiempo en que el nuevo comercial empieza a obtener buenos resultados es lo que persiguen las acciones de coaching que en **GDES Consultores** llevamos a cabo con el vendedor. En sucesivas sesiones, vamos detectando juntos las áreas de mejora en todo lo relativo a la forma en que está desarrollando su actividad comercial, aportándole herramientas y entrenamiento para conseguir mayores ventas.

GESTIÓN DE EMPRESAS

¿QUÉ ES VENDER?

Una de las cosas más sorprendentes del mundo de la venta se produce cuando, después de muchos años de dedicarse profesionalmente a ella, uno descubre que ésta esconde una serie de aspectos que nunca había reparado en ellos. Para evitar que nuestros alumnos de los cursos de formación comercial tengan que esperar todo ese tiempo, la primera transparencia que solemos ponerles y sobre la que trabajamos es la siguiente: “¿Qué vende tu empresa?” Cuando llegamos a la conclusión de que todas las empresas venden lo mismo (soluciones), el concepto de lo que es realmente la venta empieza a verse de otra manera: vender es el proceso a través del cual el comercial comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo beneficio de ambos. Pero esto significa muchas cosas. Veamos algunas.

En primer lugar, puede ser que

el cliente no tenga necesidad de nuestro producto (o servicio). En este punto es curioso comprobar la intransigencia de muchos vendedores a la hora de aceptar esta realidad, culpando al cliente de no darse cuenta de que su producto le interesa. “¿Para qué quiero yo una hormigonera? Trata de venderme una”, les digo, intentando demostrarles que es cierto que todo se vende, pero que no todos los clientes compran de todo. En cualquier caso, de aquí se deduce una cuestión importante: ¿ha seleccionado correctamente el vendedor a su público-objetivo? Es decir, ¿hizo adecuadamente la fase inicial de la Preparación? Puede ser que no. De hecho, nuestra experiencia nos indica que esta fase, previa al contacto con el potencial cliente, es una de las que peor se hacen, quizás porque el vendedor no percibe el gran valor que tiene. Aunque cueste admitirlo, muchas ventas



acaban en fracaso pues tal y como se plantearon era imposible que acabaran de otra forma.

En segundo lugar, siguiendo con nuestra definición, es posible que al cliente le interesara el producto, pero tal vez el vendedor no supo “activar y dimensionar” esa necesidad y la venta no se produjo por eso. Dicho de otra forma, quizás no le hizo las preguntas adecuadas para que, a través de sus respuestas, el cliente percibiera esa necesidad y sintiera el deseo de darle solución. El análisis de este punto da lugar a todo el desarrollo de las fases y la estrategia

de la venta, así como de las técnicas utilizadas en cada momento.

Por último, muchos vendedores no son conscientes -aunque normalmente cuando lo analizan lo aceptan sin fisuras- de los múltiples aspectos psicológicos que esconde el proceso de la venta, desde el estado de ánimo del vendedor a la personalidad del comprador, pasando por la comunicación y el lenguaje corporal. La pregunta aquí suele ser: si los aspectos psicológicos son tan importantes, ¿qué puede hacer el vendedor al respecto? La respuesta daría para un curso entero.

ENTREVISTA

seresco

SERESCO es una compañía dedicada al desarrollo de soluciones de software y a la prestación de servicios TIC (consultoría, integración de soluciones de gestión, recursos humanos, formación y servicios cartográficos). Fundada en 1969, cuenta con oficinas en Madrid, Barcelona, Oviedo y Vigo y con filiales en Lisboa y Ecuador. Hablamos con Sandra Botas, su responsable de Recursos Humanos.

P: Muy pronto SERESCO cumplirá 50 años. ¿En qué se parece la empresa de hoy a la de entonces?

R: Nuestro sector evoluciona a un gran ritmo y en la actualidad estamos inmersos en una

revolución digital que está y va a cambiar mucho los modelos de negocio, las relaciones empresariales, comerciales y sociales. Nuestra empresa está directamente involucrada en esta evolución y, por tanto, los servicios que ofrecemos han de adaptarse permanentemente a estos nuevos paradigmas. Eso sí, conservamos gran parte de los valores que nos han mantenido en el mercado desde nuestra constitución en 1969, de compromiso, innovación y prioridad de servicio a nuestros clientes.

P: Todo indica que el sector está creciendo de nuevo. ¿Cuáles son los perfiles profesionales más demandados por la compañía y cuáles los más difíciles de encontrar?

R: Los perfiles más demandados son los de consultores y desarrolladores de aplicaciones

y técnicos especialistas en las nuevas claves del sector: analítica de datos, movilidad y ciberseguridad, sin olvidar en nuestro caso profesionales expertos en la elaboración de nómina y consultores, un área de negocio en continua expansión.

P: ¿Qué competencias consideran esenciales en mandos y directivos en una empresa como la suya?

R: En SERESCO consideramos que no necesitamos jefes sino líderes -lo que conlleva una serie de competencias más allá de la pura gestión del negocio y de personas- que lideren el equipo y el proyecto sin perder de vista al cliente y sus necesidades, todo ello mediante un pensamiento analítico, un alto grado de compromiso con la organización y un claro enfoque tecnológico y de servicio al cliente.

LA CIENCIA TIENE SU HISTORIA

LA CASERA TRAMPOSA

George de Hevesy (1885-1966) fue un químico-físico sueco de origen húngaro. Durante su estancia en Manchester, Hevesy sufría constantes indigestiones y eso le hizo sospechar que su casera reutilizaba la comida sobrante. Un día sacó una pequeña cantidad de polvo radiactivo y la depositó en las sobras del plato de carne que le habían servido. Días después analizó la nueva “carne fresca” de su plato y comprobó que era radiactiva. Hevesy cambió de pensión. En 1943 fue galardonado con el premio Nobel de Química por sus trabajos sobre los isótopos como trazadores.

PARA EVADIRSE

Colección ALICIA KOPLOWITZ

Magnífica exposición -inédita hasta hace poco- donde se pueden ver obras que abarcan desde el siglo XVI hasta el XXI, firmadas por Zurbarán, Goya, Gauguin, Van Gogh, Antonio López, Juan Gris o Modigliani. Hasta el 23 de octubre de 2017 en el Museo de Bellas Artes de Bilbao.

“Un buen consejo para gestionar eficazmente las tareas y ahorrar tiempo: que las haga otro”

(del curso “Gestión del Tiempo y Delegación”, impartido por GDES Consultores)

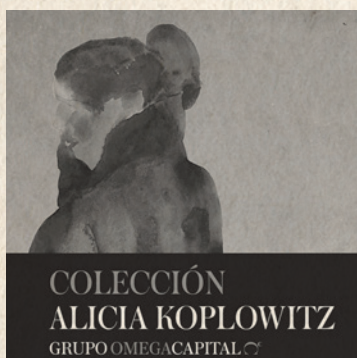
The Gdes News

BOLETÍN INFORMATIVO DE
GDES CONSULTORES



Ildefonso Sánchez del Río, 7 - 4º
33001 Oviedo
Tfno.: 616 99 79 00
info@gdesconsultores.com
www.gdesconsultores.com

DISEÑO: etéria



COLECCIÓN
ALICIA KOPLOWITZ
GRUPO OMEGACAPITAL