

El pequeño empresario encuentra su salvavidas

El coaching se ha convertido en una herramienta esencial para reflotar a las pymes. Los coaches de ActionCOACH recomiendan centrar el análisis empresarial en cuatro factores: tiempo, equipos, capital y sistemas de trabajo.

“Si te caes, tiraremos un salvavidas”; “si no sabes nadar, te enseñaremos” pero “tú serás quién encuentre la orilla”. Con esta filosofía, el coaching se ha convertido en una herramienta esencial para reflotar a las pequeñas y medianas empresas ante un mercado incierto y cambiante. Lo que se sabía hasta ahora no es suficiente y los proyectos que funcionaron en el pasado están obsoletos. En esta situación, las pymes recurren a unos asesores especialmente entrenados para encontrar los puntos fuertes de las compañías y las áreas que no están desarrollando todo su potencial.

Especialmente las medianas empresas, micro-empresas o empresas familiares se ven abocadas a su cierre si no aprenden a gestionar sus recursos. La receta recomendada por los coaches de negocio de ActionCOACH contempla un “fármaco” de análisis de situación basado en cuatro factores: la gestión del tiempo, de los equipos, del capital y de las estrategias y los sistemas de trabajo. El análisis de estos elementos determinará la situación actual de la empresa y marcará el camino del éxito.

Un reloj de cuco. Gestionar el tiempo es como diseñar un reloj personalizado que se adecue al ritmo de cada empresa, y se asemejaría más a un modelo de cuco que a uno analógico. Cada media hora, el pájaro de madera sale para recordar que ha pasado un periodo de tiempo determinado. Ésa es la clave para planificar la jornada laboral; hay bloques de trabajo diferenciados pero conectados entre sí con unos objetivos específicos que alcanzar. Se trata de priorizar las acciones y distribuir el trabajo según las metas que se quieren lograr en cada momento.

Dueño, jefe, contable y vendedor. En las pymes, es frecuente la concentración de tareas en un grupo reducido de empleados y, en ocasiones, se solapan y se dejan de atender cuestiones importantes. ActionCOACH aconseja asignar las tareas según las funciones del equipo y evitar duplicidades. Cada empleado tiene su parcela de responsabilidad y el jefe del grupo debe aprender a delegar al mismo tiempo que se involucra con sus trabajadores. La confianza es esencial para que la empresa funcione y eso sólo se consigue con una buena comunicación y una motivación diaria que empuje a los empleados a cumplir sus funciones.

La cartera siempre en el bolsillo. Las cuentas de las compañías deben tenerse presente en cualquier acción y estrategia de negocio. Por eso, la revisión periódica del estado de las finanzas nos mostrará si las decisiones tomadas han conseguido resultados y nos permitirá cuantificarlos. El cash flow indicará el estado de salud de nuestro negocio que puede estar en una situación comprometida y el empresario no ser consciente de ella.

La guía de viaje. Un plan de negocio, según los coaches, es como una guía de viaje que define la dirección que tiene que seguir la compañía. Las empresas deben tener perfectamente definidos el organigrama, los procedimientos de gestión y los planes de acción. Este sistema permitirá al empresario adecuar sus proyectos a cada cliente, cada mercado, a la competencia y a la propia imagen de su compañía.

Los coaches de ActionCOACH apuntan que “nuestro objetivo es realizar un chequeo permanente a las empresas, especialmente a las pymes, para saber en qué se puede mejorar y evitar, así, que los negocios tomen la dirección equivocada. No se trata de imponer un modelo sino de diseñar para cada compañía su propio sistema personalizado. No todas las estrategias funcionan en todas las empresas y, por eso, hay que buscar en cada una de ellas lo que las hace

diferentes y fuertes en el mercado”.
