

El crecimiento de las empresas

Cada vez más en el sector empresarial coinciden en afirmar que el crecimiento de las empresas está íntimamente relacionado a la formación permanente de sus directivos y mandos intermedios, así lo afirman profesores de reconocido prestigio internacional como pueden ser: Robert S.Kaplan y David P.Norton.

También a nivel internacional se reconoce que las empresas españolas de nuestro sector son las que menos invierten en formación y pagan estas consecuencias en forma de crecimiento. El principal síntoma es el propio vocabulario empresarial, ya que en vez de manifestar “invertimos en formación”, aquí solemos decir “gastamos en formación” y cuando lo hacen da igual invertir que gastar, no siempre tienen en cuenta las necesidades reales de las empresas y los clientes.

Los profesores Kaplan y Norton no se cansan de decir que la estrategia de una empresa no solamente ha de especificar los resultados que quiere conseguir, sino que también tiene que explicar cómo conseguirlos para todos lo entiendan y lo compartan. Se trata pues de un proceso interno que permita a las empresas del sector diferenciarse ante el cliente, y así dar respuesta adecuada a sus clientes.

El aprendizaje y el crecimiento del equipo humano han de ser los cimientos sobre los cuales se edifica toda estrategia de la empresa. Ambos deben definir los “activos intangibles”, necesarios para que los servicios y la manera de relacionarse con los clientes permitan conseguir resultados que nos hayamos propuesto, así como crear valor en la empresa.

Si sólo aprendemos y crecemos en aspectos técnicos por más importante que sean, y lo son para nuestro trabajo, pero nos olvidamos de aprender y crecer en habilidades y aptitudes “no técnicas”, ¿Cómo conseguiremos que el cliente reconozca el valor añadido que aportamos? ¿Cómo podemos diferenciarnos del resto de empresas que hacen lo mismo que nosotros?



Valentí Casas