

12

Señor LIENTE

>BOLETÍN INFORMATIVO PARA LA EMPRESA<
EL BOLETÍN QUE A VD. LE INTERESA

JUNIO 2015

2ª TEMPORADA
PUBLICACIÓN GRATUITA

“

Si los españoles habláramos sólo y exclusivamente de lo que sabemos, se produciría un gran silencio que nos permitiría pensar.”

Manuel Azaña
(político del siglo XX)

En este número: P2EDITORIAL P2TENDENCIAS ECONÓMICAS P3GESTIÓN EMPRESARIAL: VENTAJAS DEL “OUTSOURCING”
P4ENTREVISTA: ASTURDINTEX P5GESTIÓN EMPRESARIAL: TÉCNICAS DE GESTIÓN DEL TIEMPO P6CULTURA: DICCIONARIO
DEL PRERROMÁNICO ASTURIANO P7EN CLAVE DE OUTSOURCING: TRES EMPRESAS DE “OUTSOURCING” A SU SERVICIO

Las ventajas del ciclo económico en su fase de recuperación o reactivación

A pesar de nuestros queridos políticos, parece que ya estamos en la fase del enunciado y es el momento de apostar en las empresas por políticas de desarrollo. No esperemos a que lo haga “el otro”, pues podemos llegar tarde. Podemos tener grandes ventajas, ya que:

- La demanda empieza a superar a la oferta.
- Todo el mundo empieza a moverse.
- El primero que llega a la mente del consumidor, ¡gana!
- El primero que aporta un concepto diferente genera “valor diferenciador”

Decía Napoleón que “ante la duda galopa”. Si la macroeconomía dice que se está avanzando, desde nuestro “nicho” de actividad debemos correr. Para ello, nada mejor que apoyarse en expertos externos, para las diferentes acciones a realizar en este momento de crecimiento, es decir comprar “outsourcing” antes de empezar a aumentar la estructura propia, que siempre tendrá un peso excesivo en la fase de recesión.

“

“Vale más hacer y arrepentirse,
que no hacer y arrepentirse”

Nicolás Maquiavelo
(Figura relevante del Renacimiento)

”

Este boletín que tiene en sus manos (SR. CLIENTE) ha sido redactado, diseñado e impreso por: FORMARK CONSULTORES | JUAN GALLEGOS DISEÑO | IMPRENTA LA CALZADA y también es una muestra de cómo podría ser el suyo, para sus clientes y/o empleados.

SEÑOR CLIENTE

REVISTA TRIMESTRAL DE DIFUSIÓN GRATUITA

Dirección Editorial, Manuel Gochi

Dirección de Arte, Juan Gallego

Impresión, Imprenta La Calzada

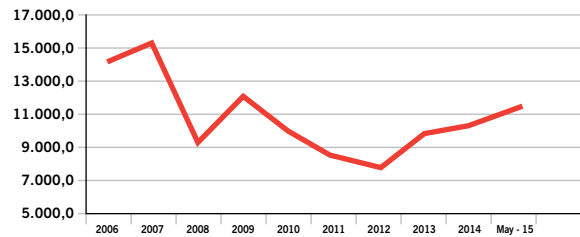
Preimpresión, Asturlet

SEÑOR CLIENTE no se responsabiliza de las opiniones expresadas en sus artículos, que pueden ser no coincidentes con las de la dirección de la publicación. Se permite la reproducción total o parcial de los contenidos de esta publicación, previa comunicación a la dirección de la misma y citando la fuente y sus autores.

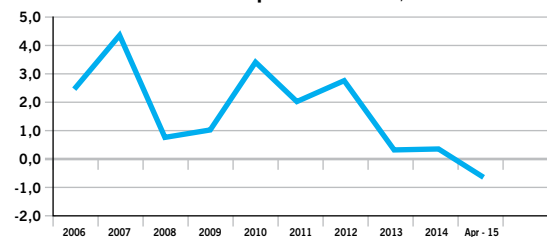
D.L. AS-01349-12

Tendencias económicas

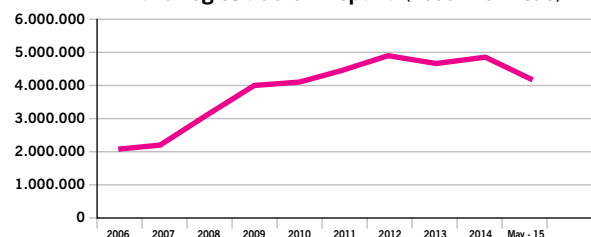
Ibex 35 (2006: 14.146,5)



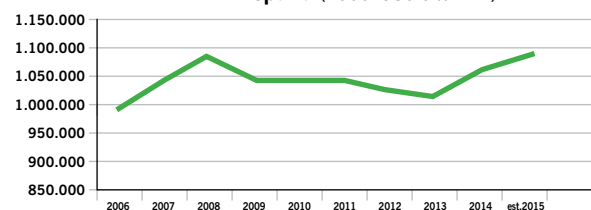
% IPC España (2006: 2,4%)



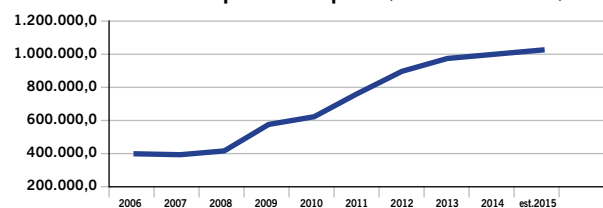
Paro registrado en España (2006: 2.022.873)



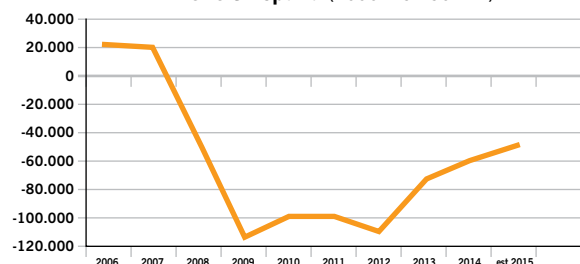
PIB España (2006: 985.547 MM)



Deuda pública España (2006: 391.055 MM)



Deficit España (2006: 23.230 MM)



Las ventajas del “OUTSOURCING”

Cuando se sale de la fase del ciclo económico de la “recesión”, es habitual que las empresas estén escasas de recursos económicos, ya que para mantenerse durante dicha fase han consumido sus reservas.

Ahora, es donde necesitamos emplear nuevos e innovadores recursos para abrir brecha en el mercado y **estar entre los primeros, en la fase de “recuperación”**. He aquí, la necesidad del “OUTSOURCING”. En el diagrama se determinan las diferentes fases de un Plan que llevará a una mejora sustancial del resultado.



Cada empresa tiene que ser la mejor en el producto o servicio que fabrica y/o vende, pero no necesariamente se es mejor en todo, en consecuencia todas aquellas actividades que no están directamente relacionadas con la actividad central de dicha empresa son susceptibles de externalizar. La mayoría de las PYMES no se plantean tener su propio “asesor fiscal”, ni su “abogado”, ni su “mensajero”, ni su “servicio cocina”, etc...

¿Por qué a veces la empresa se complica y tiene servicios internos que podría contratar externamente con innumerables ventajas? Probablemente por el miedo a que los demás sepan sobre ella y por pensar, de manera errónea, que es más barato y lo controla más si el servicio es propio. Craso error.

Los servicios externos, bien sean de manera total o parcial, generan más ventajas que inconvenientes, por ejemplo, **desde el prisma del ahorro:**

- Evita la inversión en medios propios para realizar una actividad (máquinas, elementos de oficina, Hard, Soft, mobiliario, superficie de las instalaciones propias, etc...)
- Evita el incremento de personal en plantilla.
- Evita la fase de formación del personal contratado si es de nivel medio y/o junior.
- Evita salarios altos en personal cualificado de nueva contratación.
- Evita dedicar el tiempo a un servicio que puede externalizar, dedicando dicho tiempo, a su actividad de producir y/o vender, es decir; zapatero a tus zapatos”.
- Evita **costes fijos** y aumento de la estructura.

“

Lo que hace distinta a esta sociedad no es que el conocimiento sea un recurso, sino que es el recurso

Peter F. Drucker
(insigne experto del management)

”



Por otra parte, **desde el prisma de la eficacia y la rentabilidad de la inversión:**

- El consultor externo ya viene con el “saber hacer”.
- El consultor debe obtener resultados desde el primer día, por lo que se obligado a ser eficaz.
- El consultor aporta conocimientos de otros sectores que revitalizan la empresa.
- El consultor aporta metodología que posteriormente queda en la empresa.
- El consultor tiene una vinculación ligada sólo a un contrato de colaboración por tiempo y/o actividades determinadas.
- El consultor se adapta a la empresa, en función de las necesidades coyunturales.
- El consultor es un **coste variable**.



AsturDINTEX

D^a Soraya Sánchez Palacio, Directora-Gerente

AsturDINTEX es una empresa asturiana líder nacional en el sector de comercialización y desarrollo de productos para el hogar. En sus cinco líneas de negocio: Baño, Felpudos, Decoración, Menaje-Plancha y Limpieza, puede encontrar productos de la más alta calidad y últimas tendencias.

Los inicios de la compañía se remontan a 1968 y a día de hoy contamos con más de 5.000 clientes activos, desde la ferretería familiar a los grandes grupos de la distribución moderna.

SrC: ¿Cuál es el enfoque de su organización para los próximos años?

- **En el largo plazo** queremos seguir manteniendo nuestra capacidad de creación y liderazgo en la innovación y distribución de productos que den respuesta a los nuevos estilos de vivencia en el hogar.
- **En el medio plazo** fortalecer nuestra red comercial con el objetivo de estar al lado del cliente en el día a día, dándoles todo el apoyo necesario. Ser “socios de nuestros clientes” es nuestra premisa, bajo un escenario de crecimiento conjunto y un prisma win-win.
- **En el corto plazo** implementar un sistema de desarrollo y evaluación del desempeño en el personal de la compañía, de manera que podamos satisfacer los anhelos de crecimiento y superación de todas las personas que componen el equipo de AsturDINTEX.

SrC: ¿Qué destacaría de las acciones realizadas el año pasado por su organización?

Hemos realizado una importante inversión en el desarrollo del personal y un esfuerzo, si cabe adicional, en la incorporación de nuevos productos para enriquecer e impregnar el catálogo de las últimas tendencias de consumo.

Disponemos de una completa oferta de producto, que incluye desde clasicismo y tradición, a vanguardia y originalidad, con el que satisfacer y sorprender a nuestros clientes y en definitiva, al consumidor final.



“

Aunque el final del mundo sea mañana,
hoy plantaré
manzanos en mi huerto

Martín Lutero
(teólogo del siglo XVI)

”

SrC: ¿Qué es lo que ha marcado la evolución de AsturDINTEX en los últimos años?

Sin ningún género de dudas, el extraordinario equipo humano que tenemos en todas las áreas de la empresa (comercial, administración, almacén, etc.).

Trabajar día a día, en la búsqueda de novedosas e innovadoras soluciones de producto, siempre teniendo en mente la mejora continua del “Hoy mejor que ayer, mañana mejor que hoy”.

SrC: ¿Qué destaca en el equipo de colaboradores de su organización?

Tanto por parte de la dirección ejecutiva como del consejo de administración, la absoluta “orientación al cliente” que tiene todo el personal. La mejor descripción está en nuestros valores:

- **Servicio al cliente**
- **Innovación**
- **Orientación a las personas**
- **Compromiso, trabajo y ética**



Técnicas de “gestión del tiempo”

Para escoger un camino hay que saber primero, donde se quiere llegar.

En el principio de la gestión empresarial está la planificación, es decir, analizar y definir lo que queremos conseguir en el futuro, de manera que podamos hacer escenarios de los objetivos en el medio y el corto plazo y que nos permita programar las acciones necesarias. Para ello, es conveniente:

- Planificar comenzando por el largo plazo, estableciendo nuestros objetivos profesionales y poniéndolos por escrito, de esta forma determinamos qué queremos.
- Programar en la siguiente fase, lo que significa definir cómo, cuándo y con qué medios actuaremos.

Ambos conceptos, “planificación” y “programación” van juntos, pues la segunda no tiene sentido sin la primera y la primera no puede existir sin la segunda.

De nada servirán las listas, las prioridades y el orden, si no sabemos hacia dónde nos dirigimos, por lo que debemos tener “objetivos CREMA”. Este acrónimo significa que los objetivos tienen que ser cronológicos, relevantes, específicos, medibles y alcanzables.

Los griegos entendían el tiempo de un modo circular, pues así lo dictaba el movimiento periódico de los astros. Además, el “tiempo” es un recurso finito y en consecuencia nuestra obligación es rentabilizarlo, pues se compone de “las cinco íes”:



En el ámbito laboral, nuestras acciones dependen de las de otros y viceversa. Normalmente, este cruce de acciones hace que “una acción compuesta por varias tareas, no puede hacerse de manera continua”, por lo que necesitamos un método, que nos permita en un solo soporte, gestionar ambas herramientas; “planificar y programar”. Cada uno elige el método más adecuado a su estilo, o bien se asesora por un experto en el tema.

“ Las tres cosas más difíciles de este mundo son: guardar un secreto, perdonar un agravio y aprovechar el tiempo.”

Benjamin Franklin
(Político, científico e inventor estadounidense siglo XVIII)

Aspiramos a mantener el control de nuestra vida, planificando objetivos estratégicos (año), para vigilar después su evolución mediante unidades de tiempo más accesibles (mes, semana, día) a través de la programación.

En consecuencia, debemos establecer prioridades y saber diferenciar lo importante de lo urgente, de manera que podamos “actuar” en las acciones que siendo importantes, no necesariamente tienen

que ser urgentes, descartando la indecisión y los aplazamientos.

Para su realización, los pasos a seguir son tres:

1. Preparar una lista diaria de acciones el día anterior a última hora.
2. Asignar prioridades a dichas acciones.
3. Hacerlo sistemáticamente todos los días.

Finalmente, utilicemos cinco minutos, al final de cada día, para la programación del día siguiente, evitando el “tráfico mental” así tendremos todo bajo control. La manera de programar el “día siguiente” es:

- Primer minuto: cerrar el día, comprobando que todas las tareas se han realizado, y aquellas que no se pudieron realizar, las transferiremos a otra fecha posterior.
- Segundo minuto: ordenar las citas cerradas para mañana, comprobando que el lugar, la fecha y la hora son correctas y acotando el tiempo necesario.
- Tercer minuto: listar el resto de acciones a realizar durante el día.
- Cuarto minuto: priorizar dichas acciones, ordenándolas según su importancia y acotando los tiempos necesarios.
- Quinto minuto: acotar tiempo libre.

Pequeño diccionario del Prerrománico Asturiano (I)

El prerrománico asturiano es un estilo artístico propio que se localiza en zonas libres de la ocupación musulmana y perdura entre el siglo VIII y comienzos del X. Es declarado “Patrimonio Mundial” por la UNESCO en 1985.

Abovedado: sistema arquitectónico basado en el empleo de arcos y bóvedas

Ábside: parte del templo situada en la cabecera o fachada posterior. Con cubierta de bóveda de horno, que en su origen estuvo orientado hacia levante (este), como el lugar destinado al presbiterio.

Absidiolos: capillas abiertas en el ábside o girola. Pequeños ábsides dispuestos en la cabecera de una iglesia o en los brazos del transepto.

Aparejo: forma concreta de disponer los materiales constructivos en un paramento o muro, principalmente los sillares y los ladrillos.

“ El pasado es nuestra herencia, el presente nuestra responsabilidad y el futuro nuestro desafío ”

Arco de medio punto: el semicircular.

Balaustrada: barandilla formada por balaustres.

Bóveda: cualquier clase de cubierta curva de un edificio.

Bóveda arista: la originada por el cruce perpendicular de dos bóvedas de cañón que tengan la misma altura.

Bóveda de cañón: la engendrada por el desplazamiento de arco semicircular a lo largo de un eje semicircular. En el prerrománico reforzada por arcos fajones o perpiaños.

Cabecera: la parte más importante de una iglesia, lugar dónde se sitúa el altar principal. // “Testero”.

Capilla central o mayor: la principal de una iglesia, generalmente en el eje central, donde se encuentra el altar mayor y el presbiterio.

Capitel: parte o elemento superior de una columna o pilar. Está compuesto de molduras y elementos decorativos,

lo que establece la diferencia entre los órdenes (corintio, bizantino). Sobre él descansa el arquitrabe o se apoya el pie de un arco.

Celosía: cerramiento calado en la ventana.

Clave: la dovela central de un arco.

Columna: soporte más o menos cilíndrico.

Contrafuerte o estribo: elemento que se adosa a los muros para refuerzo o para contrarrestar el empuje de las bóvedas.

Crucero: espacio en el que se cruzan la nave mayor de una iglesia y la nave transversal a ésta. // Nave transversal de una iglesia. “Transepto”.

Cruz: planta de un edificio en el que se cruzan la nave longitudinal y la del crucero o transversal.

Cubierta: en general, sistema de cierre de la parte superior de una construcción.

Deambulatorio: espacio compuesto por una o más naves que giran tras el presbiterio o capilla mayor de algunas iglesias, como consecuencia de la prolongación de las naves laterales más allá del transepto.

Dintel: la pieza horizontal, generalmente monolítica, que se apoya sobre dos soportes, jambas, organizando un espacio.

Dovelas: pieza o sillar labrado en forma de cuña truncada que, dispuesto radialmente, junto con otros forman la vuelta de un arco o bóveda.

Eclecticismo: sincretismo o mezcla de diversas tendencias o estilos.

Friso: parte del entablamento situada sobre el arquitrabe.

Fuste: elemento o parte vertical de la columna comprendida entre la basa o el estilóbato y el capitel.

Grifo: animal fantástico, compuesto de cabeza, alas y garras delanteras de águila y cuerpo de león.

Este diccionario continuará en el próximo número de Sr.Cliente. Si desea el Diccionario completo A-Z puede pedirlo en sr.cliente@formarkconsultores.com



En clave de outsourcing:

Los equipos de las tres empresas señaladas, realizan las ediciones de boletines corporativos de empresa en su totalidad, tanto en soporte digital como en papel, cubriendo las siguientes actividades:

ELABORACIÓN Y REDACCIÓN DE LOS CONTENIDOS.

GESTIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS.

DISEÑO GRÁFICO Y MAQUETACIÓN.

SOPORTE PARA LA WEB

IMPRESIÓN, MANIPULADO, ENSOBRADO, FRANQUEO Y ENVÍO.

“

Si ya sabes lo que tienes que hacer y no lo haces, entonces estás peor que antes

Confucio
(Pensador chino 479 a.C.)

”



La oferta de FORMARK Consultores:

FORMARK Consultores está situada en el mercado desde 1996 y cuenta con más de 250 clientes. Su ámbito de trabajo es nacional y especialmente en el sector privado.

- Consultoría en Dirección de Marketing
- Consultoría en Dirección Comercial
- Consultoría en desarrollo de Recursos Humanos
- Formación en Habilidades Directivas
- Formación en Habilidades Comerciales

Más información en:

Manuel Gochi

www.formarkconsultores.com

correo@formarkconsultores.com

Teléfono: 985 20 44 30

La oferta de JUAN GALLEGÓ Diseño:

Juan Gallego DISEÑO está en el mercado desde hace 30 años. Expertos en diseño gráfico, multimedia e ilustración. Su ámbito de trabajo es nacional y en el sector público y privado.

- Elaboración de la Imagen corporativa
- Diseño de marcas
- Diseño editorial
- Cartelería y Envases
- Ilustración e Infografía
- Diseño multimedia
- Montajes expositivos.

Más información en:

Juan Gallego

www.juangallego.com

estudio@juangallego.com

Teléfono: 985 17 20 21

La oferta de Imprenta LA CALZADA:

Imprenta La Calzada está en el mercado desde hace 59 años y cuenta con más de 300 clientes satisfechos. Realización de trabajos impresos de cualquier índole, con un equipo profesional con la experiencia y cualificación. Su ámbito de trabajo es a nivel nacional.

- Impresos en general y/o con manipulación (alzado, grapado, encolado, numerado, etc...)
- Folletos(desplegables,muestrarios, etc...)
- Carteles
- Edición de libros.

Más información en:

Jorge Fernández

imprentalacalzada@telecable.es

Teléfono: 985 32 14 87

Fax: 985 30 19 29



> INFORMACIÓN <

sr.cliente@formarkconsultores.com

T 985 204 430

F 985 170 899

El boletín trimestral de Sr. Cliente es una muestra de cómo realizamos el equipo de: FORMARK CONSULTORES, JUAN GALLEGO DISEÑO, IMPRENTA LA CALZADA, los boletines corporativos enfocados a:

CLIENTES (para fomentar la “venta cruzada” y fidelizar a los clientes)

EMPLEADOS (para transmitir la cultura de la Organización)

Rosal, 4 - 3ºB
33009 Oviedo - Asturias
T 985 204 430 F 985 170 899
correo@formarkconsultores.com
www.formarkconsultores.com

Electra, 38-40 bajo
33208 Gijón - Asturias
T 985 172 021 F 985 170 899
estudio@juangallego.com
www.juangallego.com

Avda. Argentina, 27 - bajo
33213 Gijón - Asturias
T 985 321 487 F 985 301 929
imprentalacalzada@telecable.es

