

“El Método Asenta para convertir la Estrategia en Acción”

Pioneros en el movimiento de la Calidad Total en España, ASENTA Management Consultants ostenta hoy una posición de liderazgo en el área de la Excelencia Operacional, asesorando a un selecto grupo de empresas, que valoran la manera de hacer las cosas de este equipo de consultores.

Su prestigio en servicios de gestión avanzada arranca desde su constitución, allá por el año 1991. Primero fue UBISA, empresa del Grupo Bekaert y socio promotor de ASENTA, quien recibió el Premio EFQM en su convocatoria de 1992 y después han sido otros numerosos clientes quienes han logrado el reconocimiento por su nivel de gestión.

Aprovechamos la oportunidad de conversar con Luis Mauleón, Socio-Director de ASENTA, para solicitarle que comparta algunas reflexiones sobre los retos que tienen planteados las empresas y su propuesta para articular una respuesta eficaz en el actual contexto de crisis.

ASENTA, como consultoría especializada en la mejora de la competitividad, acumula una cualificada experiencia ayudando a numerosas empresas en sus procesos de transformación. ¿Cuál es el secreto para que empresas líderes en sus respectivos sectores, de todos los tamaños, seleccionen a ASENTA como su aliado estratégico para la mejora de la gestión?

No hay secretos ni fórmulas mágicas, aunque es verdad que quien nos conoce, repite. La base del éxito radica en la capacidad de los consulto-

res y el compromiso con los clientes. Ayudamos a conseguir resultados duraderos y lo hacemos con un enfoque propio: el Método Asenta de Gestión.

Los especialistas de empresas como la suya, combinan el conocimiento de las prácticas avanzadas de gestión con la experiencia de su contacto diario con la realidad empresarial. ¿Cuáles son los rasgos singulares que, a su juicio, caracterizan la crisis actual?

Su dimensión e impacto global, que obligan a revisar el modelo de negocio, es decir, las bases para competir de cada empresa. No estamos ante un problema de demanda o de disponibilidad de un determinado recurso. Tampoco se limita a determinados sectores de actividad, sino que estamos inmersos en un proceso de reposicionamiento competitivo entre países, sectores y empresas, donde se está reconfigurando la distribución del poder, a escala mundial.

En consecuencia, está recomendando a los directivos que dediquen tiempo a revisar sus estrategias y a planificar las acciones, para reorientar las actividades, ¿también las empresas medianas y pequeñas?

Así es. La función directiva consiste en guiar y movilizar a todos, preparando el futuro de la empresa. La gestión diaria y la presión de lo urgente tienden a absorber toda nuestra energía y dedicación; por eso es tan importante reservar un tiempo para reflexionar en equipo en torno a unas preguntas básicas: dónde estamos, dónde queremos ir y cómo iremos. Así entendida, la acción no será sólo fruto de la improvisación, sino de la ejecución de un proceso de orientación estratégica.

En este sentido, la planificación no es -desde luego- una actividad reservada para las grandes empresas, aunque -por sorprendente que parezca- todavía son minoría las empresas españolas que realizan un proceso de reflexión estratégica sobre los pilares y ejes para su competitividad futura.

Muchas empresas se limitan a elaborar el presupuesto anual y después se dedican a actuar sobre la marcha. No saben priorizar o -en otras palabras- “establecer posteridades” y sus directivos parecen encerrados en el círculo negativo del “apagafuegos”.

En este sentido, ¿podríamos referirnos a la planificación estratégica como una habilidad o competencia organizativa que puede y debe desarrollarse en las empresas?

Indudablemente y, además, se trata de una de las competencias clave que marca la diferencia entre las empresas que sobresalen y las que sólo sobreviven.

Las empresas excelentes se caracterizan por tener visión compartida, enfoque sistemático y lenguaje común. Y esos factores son especialmente

importantes en entornos turbulentos o contextos de cambio drástico, como los que estamos atravesando.

Asenta dispone de un método propio y robusto, analizado y difundido en Escuelas de Negocio, para formular y desplegar los objetivos. ¿En qué consiste la singularidad y razón de su éxito?

El método se conoce como “SIA” o “Strategy into Action” y consiste en identificar las estrategias de negocio y de gestión, aplicando un proceso “paso a paso” muy estructurado, que facilita el aprendizaje organizativo.

Constatamos con frecuencia que los planes de algunas empresas se quedan en declaraciones genéricas o formulaciones imprecisas. Pues bien, el método de ASENTA ayuda también a resolver esta debilidad, guiando en el despliegue de las estrategias hasta concretarlas en objetivos y desarrollar éstos mediante acciones específicas.

El método aporta a los directivos un Modelo de Gestión para dirigir la mejora en la empresa, basado en los principios de la Excelencia y debe su éxito a que las organizaciones consiguen de manera sostenida resultados superiores en el rendimiento empresarial.



MÁS INFORMACIÓN

www.asenta.es