



Empresa

# Paso a paso para reducir los costes



**El método ranking**  
Antoni Segarra  
Sergio Mª Gil  
Edición propia  
162 páginas  
19 euros

La reducción de la incertidumbre es clave para mejorar los resultados comerciales

Paula Zapata

Un hombre pegado a una calculadora. Esta es la imagen de un directivo encargado de las cuentas de una empresa. Controlar lo que entra, sale, suma y resta dentro de una compañía es una de las tareas más complejas que le puede caer a un empleado.

Estos dos autores, que ya han publicado algunos otros títulos sobre economía, empresa y gestión, han pagado de su propio bolsillo la edición de este libro en el que intentan dar las claves a los directivos para controlar, con una mínima inversión de tiempo, la situación de la compañía en el terreno comercial, actuar para corregir desviaciones y facilitar la elaboración de un presupuesto anual de ventas.

El método ranking se basa en la disminución del factor i (por incertidumbre) al que se enfrenta el responsable comercial, a través del control de lo que los autores denominan tres círculos: los clientes, los medios comerciales y el presupuesto de ventas.

El libro es un compendio de las realidades empresariales a las que cada día se han enfrentado ambos autores. Según los mismos, al aplicar los principios recogidos en el título verá "aumentar los resultados de la empresa, su presupuesto de ventas anual es fiable y se facilita el seguimiento de la situación de los clientes".

El método del libro se basa en reducir la incertidumbre de los resultados comerciales. Una incertidumbre que acecha en un mundo empresarial en el

que el volumen de facturación y la necesidad de cumplir con los objetivos genera desconcierto y nerviosismo.

Sin embargo, no es la primera vez que el método ranking sale a la luz. Francia, Gran Bretaña y Suiza son algunos de los países en los que ya se ha probado este sistema. El resultado es ahorro de tiempo y recursos.

Entre algunas de las ventajas que se recogen figuran la del control preciso del origen de la facturación de la empresa, como un indicador de la posible pérdida de clientes, la detección de errores en la asignación de los recursos y acciones preventivas al respecto. También propone una revisión periódica de los presupuestos anuales para mayor fiabilidad del funcionamiento de la compañía.

**El método permite ver la viabilidad del presupuesto de ventas de la compañía**

Los autores, experimentados directivos de multinacionales, dividen el ranking en tres áreas y un último capítulo para explicar el factor i.

En el primero de los círculos o áreas, los autores explican los pros y contras de los diferentes tipos de clientes, ruidosos y silenciosos, además de ejemplos de compañías de grandes éxitos y... grandes fracasos.

En el área de los recursos comerciales, lo más importante para ahorrar tiempo y dinero a la empresa es que el directivo tenga en cuenta los comerciales con los que cuenta en la empresa. Preguntas como saber quiénes son, dónde están, qué hacen o si se podría ganar más dinero con ellos serán suficientes para trazar el perfil del

equipo que debe llevar a la empresa a mejorar los costes.

Otro de los datos a controlar es el POC (Porcentaje de Compra del Cliente).

El último de los círculos es el del presupuesto. Cortar un mano a la obra muy práctico, los autores invitan al directivo que lea el libro a elaborar una lista con las posibilidades del éxito en sus presupuestos y las razones de los posibles fracasos en los mismo.

De manera didáctica, como si de una conversación entre directivos se tratara, el libro lleva al lector a evaluar sus riesgos, costes y posibles ahorros a la hora de elaborar un presupuesto para su compañía.

Entre líneas

## Algunos 'costes' de las multinacionales

En una multinacional, debes ir a cenas, reuniones, seminarios, o aceptar por ejemplo que el hijo del directivo de turno venga a tu casa un mes en verano para aprender un idioma, sin que te entusiasme la idea. Es como un peaje cautivo. En otro terreno, tal como decía un amigo de David, el sueldo de un alto directivo incluía la castración respecto a tus compañeros/as de trabajo. No siempre se cumplía, pero era lo mejor que podías hacer. Al fin y al cabo, si no quieres pasar por todo esto, pues no es-

tés trabajando en una multinacional. Y siempre sin contar el riesgo de que un día llegaras a tu despacho y tu empresa hubiera sido adquirida por otra. Que el máximo responsable se ocupe de ti, siempre es agradable; a veces hay ciertos apresuramientos por ponerse el lado del jefe. Ya sabemos el proverbio: "A quien buen árbol se arrima, buena sombra le cobija".



Recomendamos

**La generación precaria**  
Marta García Aller  
Espejo de Tinta  
280 páginas  
17,95 euros

**Ventas basadas en la confianza**  
Charles H. Green  
Ed. Gestión2000  
308 páginas  
24,85 euros

**invertir en capital humano**  
Jack J. Phillips  
Ed. Deusto  
359 páginas  
28,85 euros

**Arqueología del talento**  
Alberto Sánchez Bayo  
Ed. ESIC  
140 páginas  
10 euros

**Tienes 3 minutos**  
Ricardo R. Bellido  
Ed. Gestión2000  
150 páginas  
19,95 euros

### Sobre los que 'nunca' tuvieron contrato fijo

Enganchan becas y trabajos temporales. La generación más formada de la historia empieza a sospechar que el porvenir era un timo. Todo es temporal. *La Generación Precaria* es un análisis sobre los jóvenes nacidos entre 1970 y 1985. Recortes de actualidad y reflexiones sociológicas se trenzan con las historias reales de cinco jóvenes.

### Las claves para vender en un mundo global

El libro de Green describe una forma de vender que valora la relación por encima de la transacción, además de instaurar la confianza en el proceso de la venta y centrarse en la actuación en beneficio de los clientes. El autor aprovecha ejemplos de distintos sectores para formar una guía de ventas en un mundo cada vez más interconectado.

### Gastar en personal no es un derroche

Si controla todos los aspectos de una inversión económica, no deje de controlar los de su inversión en capital humano. Este libro le propone unas directrices para controlar las políticas de recursos humanos a cualquier nivel. El autor propone no dejar de lado los datos económicos de la contratación y seguir de cerca estas inversiones.

### ¿Ha encontrado ya su 'tesoro personal'?

La obra revela al lector la naturaleza del talento y los rasgos que le diferencian del resto de capacidades del ser humano. Y lo hace no sólo para satisfacer la mera curiosidad intelectual de conocimiento sino para animarnos a ir al encuentro de ese preciado atributo que llamamos talento o don, proponiendo un método para su descubrimiento.

### Trucos infalibles para vender a la primera

Imprescindible para emprendedores. Convencer rápido con un discurso perfecto es una de las claves para ganar socios. El propio autor convenció al poderoso Donald Trump de que apoyara su proyecto de un campo de golf en Brasil. La primera impresión, la intuición, y la importancia de la imagen y de la comunicación no verbal son claves.