

La agenda

Gestión

Francisco José Barrionuevo



YENDO AL GRANO

Acabó mi periplo por tierras británicas después de casi un año de vivir y sentir Londres, junto a mi familia. Siendo sincero, tengo que decir que ha sido una experiencia enriquecedora, a la vez que dura y no exenta de momentos difíciles –sobre todo para un malagueño que adora vivir en Málaga–. Yendo al grano, intentaré hacer una radiografía del británico en su faceta profesional y sobre cómo encaran los negocios. Lo primero, reseñar lo directo que son a la hora de iniciarlos o de realizar una transacción comercial. La seguridad en sí mismos, lo claro que tienen el procedimiento, y sobre todo, la firmeza en sus planteamientos. En todo momento, te dan una explicación somera pero suficiente del producto y servicio, para finalizar con el precio y la forma de pago. La misma que en el 99,9% de las ocasiones suele ser al contado y, «of course», por adelantado. No se arrugan ante ninguna situación y no titubean, no hay espacio para la imaginación, se les ve venir, no lo ocultan. Su objetivo lo tienen muy claro. En contraposición, están las pautas de comportamiento del andaluz, que nos liamos y al final terminamos en la mayoría de las ocasiones organizando un almuerzo de ‘negocios’, con botella de Rioja, postre y en muchas ocasiones, copa y puro. Todo esto para qué. Además de pasártelo de miedo, se pierde mucho tiempo. Ya me dirán quién es el valiente que en pleno verano, con tres copas de Rioja, postre y copa de sobremesa, es capaz de ponerse a rendir de nuevo. No obstante, habrá algún avisado hombre de negocios que intente sacralizar estos almuerzos diciendo la típica frase: «Hay que comer muchas gambas para llevar las lentejas a casa».

Una vez me contaron en una clase magistral de marketing que para hacer buenos negocios hay que invocar el acrónimo de LGD: «Lunch, Golf and Dinner». No estoy de acuerdo con este planteamiento. En Andalucía solemos perder mucho tiempo y a su vez lo hacemos perder. Nos encantan los rodeos y somos unos magos a la hora de crear expectativas, las mismas que de antemano sabemos no vamos a poder cumplir. La verdad, nos cuesta ir al grano porque te pueden tachar de serio y poco amigable. Esta situación absurda provoca un alto coste de oportunidad en las empresas, a la vez de una merma de productividad en nuestras actividades comerciales; sin contar la abultada cuenta de gastos de representación que incrementa de manera considerable los costes comerciales. Y lo peor, este gasto casi nunca cuenta con el oportuno correlato en el aumento de ventas. Tengamos esto presente, los negocios se hacen en los despachos, en los demás sitios se hacen amigos o se incentivan las relaciones personales. Lo británicos no conciben un almuerzo de negocios, no lo entienden. Eso sí, cuando vienen a nuestra tierra se apuntan los primeros. Pero en su país te llevan al comedor de la empresa y a comer un menú como todos. Lo idóneo sería conciliar los placeres culinarios y a su vez reforzar las relaciones comerciales.

Francisco José Barrionuevo es presidente de Novasoft