

“El incremento (inteligente) de precios del 1% tiene un impacto 20 veces superior en el beneficio”

IGNACIO GÓMEZ GARZÓN SOCIO Y DIRECTOR GENERAL DE SIMON-KUCHER EN ESPAÑA Y PORTUGAL



Simon-Kucher es una consultora de negocio especializada en proyectos de mejora de crecimiento de ingresos.

Cuentan con 45 oficinas repartidas en 30 países y unos 2 mil consultores en todo el mundo; y trabajan con una amplia gama de industrias y sectores, proporcionando soluciones personalizadas, basadas en su profundo conocimiento del mercado adquirido a lo largo de las últimas cuatro décadas. “Nuestro objetivo es conseguir que nuestros clientes aumenten sus ingresos año a año eficazmente, de forma ordenada y sostenible en el tiempo”, afirma Ignacio Gómez Garzón, socio y director general de Simon-Kucher en España y Portugal.

¿Cómo pueden variar los beneficios con mínimas variaciones en el precio o la ubicación?

Actualmente estamos ante un escenario difícil de asimilar: un número alarmante de empresas a nivel mundial no están obteniendo beneficios suficientes para hacer frente a su coste

de capital, así lo reflejan Hermann Simon, fundador de Simon-Kucher, y mi compañero Miguel Afán de Ribera, socio también en España, en su último libro publicado que lleva por título True Profit! Ninguna empresa quebró jamás por obtener beneficios. Este hecho representa una gran oportunidad para profesionalizar la gestión de ingresos por el efecto multiplicador que tienen los ingresos sobre el beneficio

Para ilustrarlo: de media, las empresas de la OCDE obtienen un beneficio neto de algo más de un 5%. Por ejemplo, usando el mismo 5% de beneficio de referencia, un incremento (inteligente) de precios de un 1% tiene un impacto 20 veces superior en el beneficio.

Por lo tanto, el precio sigue siendo clave para el crecimiento de las empresas frente al volumen. Esta tendencia ha quedado contrastada en los estudios que venimos haciendo desde 2009 y que los altos directivos de las empresas vienen confirmando. Por lo tanto, es fundamental realizar revisiones periódicas de la estrategia donde esas mínimas variaciones de precio son y serán, en los próximos años, claves para el crecimiento económico del país.

¿Cuáles son los principales servicios que ofrecéis en Simon-Kucher?

Trabajamos en todas las industrias, con equipos especializados en cada una. No te puedo poner ejemplos porque tenemos que mantener una estricta confidencialidad sobre con quién trabajamos, pero, puedo asegurar que en España trabajamos en los sectores más importantes de la economía.

Nuestros servicios abarcan desde el desarrollo de nuevos modelos de negocio y estrategia comercial, hasta la expansión, optimización de precios y organización de equipos comerciales.

Adaptamos nuestras soluciones a las necesidades específicas de cada sector y cliente, de una forma personalizada y acompañando a nuestros clientes en la consecución del éxito.

¿Cómo aborda Simon-Kucher la implementación de estrategias de precios y optimización de ingresos para sus clientes?

Lo hacemos de forma muy pragmática. Nos enfocamos en acciones específicas, que funcio-

“Nuestra forma de abordarlo es comenzando con mejoras fáciles de implementar, que generan un impacto que permite financiar un programa de transformación de mayor calado”

nan realmente, no en simples recomendaciones sacadas de un Power Point. Llevamos cerca de 40 años conociendo a fondo la mejor manera de gestionar los ingresos y conocemos de primera mano que se trata de un músculo adicional que nuestros clientes tienen que aprender a usar. Nuestra forma de abordarlo es comenzando con mejoras fáciles de implementar, que generan un impacto que permite financiar un programa de transformación de mayor calado. Este programa se estructura de forma que el cliente vaya progresivamente construyendo esas nuevas capacidades dentro de la empresa. En España llevamos más de 15 años acompañando a muchas compañías en este proceso de profesionalización.

Como referentes mundiales, ¿cuáles son los sectores en los que crees que se está haciendo mejor y en los que queda mucho por mejorar?

Estamos mal pero vamos bien. Digo que “estamos mal” porque la gran mayoría de sectores acaban de darse cuenta de la importancia de la gestión de ingresos; hemos visto la evolución en los últimos años y por eso afirmo que “vamos bien”, vamos por buen camino. Hace 10-15 años solo unos pocos directivos se involucraban en la gestión profesional de los ingresos pero hoy en día, hay pocas empresas que no traten la gestión de ingresos recurrentemente en sus comités de dirección al más alto nivel.

SIMON KUCHER

www.simon-kucher.com