



Pedro Valladolid, fundador de Executive Business Mentoring

“A veces, el obstáculo de las pymes son los empresarios”

Sara Martí

Imagen: Archivo

sara.marti@economia3.info

Es la fórmula del éxito un secreto reservado solo a unos pocos privilegiados? **Pedro Valladolid** tiene claro que no. Es más, el **fundador de Executive Business Mentoring** lo resume de una manera muy sencilla: “*Cuando empiezas a hacer cosas que no has hecho antes, comienzas a obtener resultados que no habías conseguido nunca*”.

Valladolid no es precisamente un recién llegado al mundo de la empresa. Desde 1984 ha ejercido como director financiero, comercial y general en sectores tan diversos como el indus-

trial, el financiero, el inmobiliario o la consultoría. Un bagaje que incluso le ha llevado a lucir con orgullo el ‘cargo’ de ‘empresario arruinado’ en su currículum: “*En los malos momentos es, sin lugar a dudas, cuando más se aprende. A veces, vamos tan deprisa en el día a día que no nos paramos a pensar en lo que está pasando. Entonces, cuando paras, analizas y sopesas las alternativas ahí es cuando empiezas a ver claro*”. En la actualidad, Pedro Valladolid se dedica a ayudar a empresas y

empresarios a desarrollarse, ser rentables y crecer.

¿De qué carecen las empresas para crecer en España?

“*La pyme en España tiene bastantes carencias*”, afirma. Según el *coach*, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas de nuestro país son propiedad de empresarios que son “*grandes profesionales en su oficio*”, pero que “*están faltos de una visión global de la empresa en todas las áreas*”.

De hecho, en algunas ocasiones, son los propios empresarios el principal obstáculo de crecimiento de sus compañías: “*Suelen ser magníficos abogados, arquitectos o ingenieros, pero no saben ser grandes empresarios. Enton-*

”
SI EL EMPRESARIO ESTÁ APAGANDO INCENDIOS TODO EL DÍA ES QUE ALGO FALLA EN SU EMPRESA

ces, cuando la empresa empieza a crecer llega un punto determinado en el que se convierten en un cuello de botella para su organización”. **¿Por qué ocurre esto?** “Porque les faltan las habilidades, técnicas y conocimientos suficientes para permitir que su empresa crezca y desarrolle todo su potencial”.

Valladolid trabaja con todo tipo de empresas, pero, según él mismo apunta, “donde más valor apporto es en empresas que tienen entre 15 y 50 empleados. Son justo las que han llegado a un nivel lo suficientemente alto para dar el salto y convertirse en organizaciones más grandes, pero les falta visión”.

Cómo llegar a lo más alto y no quedarse en el intento

Llegados a este punto si usted se siente identificado se preguntará: “¿Cuáles son esas claves, pues, para crecer y no estancarse?”. Responde Pedro Valladolid: “Lo primero es tener claro cuál es tu objetivo y visión y hacia dónde quieres llevarlo. Eso es fundamental. En segundo lugar, tienes que saber de dónde partes para establecer las diferentes etapas. Es decir, analizar dónde estás actualmente, cuáles son tus fortalezas, con qué recursos cuentas, qué tendencias hay en el mercado... La tercera clave es tener claro lo que quiero cambiar. Una vez que sé dónde quiero ir y de dónde parto se hace un análisis en el que se utiliza la metodología ADN (Análisis y Diagnóstico de Negocio). Después, se diseña un plan de acción con roles específicos para cada persona de la organización. Finalmente, medir los resultados; si no mides no sabes hacia dónde vas”.

Valladolid nos recuerda también cuál es la mayor ventaja competitiva hoy en día: “Las empresas se parecen mucho unas a otras. ¿Dónde está la di-

ferencia? En su equipo humano. El valor añadido son las personas. Y, a veces, no saben desarrollarlas, atraer talento o definir cuáles son los roles de cada uno”.

Qué es ser un buen líder

Aunque existen diferentes tipos de liderazgo, Valladolid se decanta por la **teoría del liderazgo situacional** de **Paul Hersey** y **Ken Blanchard**. Este modelo consiste en que el responsable de dirigir un grupo varíe su forma de interactuar y de ejecutar las tareas en función de las condiciones e implicación de cada uno de sus colaboradores. “El liderazgo que apliques a cada persona no puede ser igual porque cada una vive un momento laboral diferente”, agrega. En la variedad reside el triunfo: “Como empresario tienes que conocer diferentes estilos y aplicarlos en función de las circunstancias, del momento de la empresa y, especialmente, de las personas con las que estás trabajando”.

¿Cómo podemos detectar si nuestro liderazgo es o no eficaz? “Una de las formas más fáciles es cuando acaba el día, haces repaso y te das cuenta de que has realizado mil tareas, pero, en realidad, no sabes ni lo que has hecho”, expresa. “Eso no es un liderazgo eficaz. Voy gestionando la improvi-

sación, pero no llevo la empresa hacia donde yo quiero. Al final, si esta persona lo que hace es apagar incendios todo el día algo falla”, añade.

La planificación es el talón de Aquiles de la gran mayoría de compañías cuando inician el *mentoring* con Valladolid. “A mí me gusta mucho una frase que dice que si fracasas al planificar, estás planificando fracasar”, comenta. En la misma línea, respecto a las ventas, apunta que “estamos acostumbrados a salir a vender a ‘pecho descubierto’ y siempre digo que el 70 % de la venta se cierra antes de ver al cliente”.

Casos de éxito

Entre sus principales casos de éxito Valladolid destaca la empresa de impresión digital Ricoh con un crecimiento en ventas del 30 %; otra compañía del sector de la comunicación gráfica que ha aumentado un 140 % sus resultados y un 100 % sus ventas en tres años; o un caso en el sector del reciclaje con un 90 % de mejora en los resultados respecto a 2021. Incluso, Valladolid se ha aventurado en el séptimo arte, ofreciendo sus servicios a una compañía de efectos especiales que en 2021 se alzó con el **Premio Goya** en esta misma categoría. •

Las 6 ‘P’ del Pensamiento Estratégico

La dinámica de trabajo de Executive Business Mentoring se basa en las metodologías propias ADN (Análisis y Desarrollo de Negocio), que sigue los principios Lean y Agile; Crece, cinco palancas para desarrollarse al máximo profesionalmente; y, Vende, cuatro palancas para mejorar las ventas.

Otra de sus grandes apuestas son las seis ‘P’ del Pensamiento Estratégico en la pyme. Estas se centran en el propósito (qué objetivos queremos alcanzar y cómo); principios (reglas sobre las que se toman las decisiones y que marcan la cultura de la compañía); políticas (flujos de trabajo y definición operacional); preparación (qué personas necesitamos en nuestra organización: perfiles, definición clara de puestos de trabajo y cómo interactúan entre sí); planificación (roles de cada equipo, procesos, responsabilidades y toma de decisiones); y programación (ritmo de trabajo, periodicidad y contenido de las reuniones departamentales, interdepartamentales e individuales para que sean eficientes y orientadas a resultados).