



<Nosotros>

➔ **SERIKAT, Horizonte 2007**

UN PLAN ESTRATÉGICO,...¿PARA QUÉ?

¿Quién de vosotros, si construye una torre, no se sienta primero y calcula sus costes a ver si tiene para terminarla?. Claro como el Evangelio, porque, efectivamente, la cita es de San Lucas.

Por eso, porque en SERIKAT hemos entendido siempre la necesidad de la planificación, -más allá de mimetismos, de modas o de puras operaciones cosméticas- hemos abordado en el primer trimestre de 2004 la elaboración de nuestro Plan Estratégico 2004-2007 .

El propio proceso de la reflexión estratégica es ya, de por sí , siempre , enriquecedor: analizar nuestras líneas de fuerza y las posibles áreas de mejora, definir con rotundidad y sencillez nuestras señas de identidad (visión, misión, objetivos básicos, valores corporativos compartidos...), establecer las políticas y líneas de actuación tácticas en todas las variables fundamentales de la Compañía (mercado, territorio, áreas de actividad, productos, clientes ... y sobre todo!, personal), plantear objetivos cualitativos y cuantitativos claros, ambiciosos y alcanzables, señalar los procedimientos de control que nos permitan reaccionar con rapidez ante cualquier eventual desviación.... No es fácil; pero, desde luego, el esfuerzo de elevarnos sobre la tiranía del corto plazo, de la labor diaria, merece la pena.

“Oriéntese hacia el futuro; pasará allí el resto de sus días” (European Management Fórum). Justamente por la trascendencia del asunto, hemos querido, en SERIKAT, quitarle alambicamientos y rigideces innecesarias a nuestro Plan. Un Plan que no es una abstracción alejada de la realidad, que se apoya en un profundo conocimiento de las potencialidades de la Compañía y en una visión compartida de accionistas, directivos y empleados, un Plan que es un compromiso entre lo deseable y lo posible, entre las oportunidades no explotadas y las capacidades propias, un Plan, en definitiva, coherente y flexible que, a grandes rasgos, exponemos a continuación :

TENEMOS UN PLAN.....

Orientamos la misión de la Compañía a la creación permanente de valor: valor para los clientes potenciando la calidad de nuestros servicios y la competitividad de nuestra oferta; valor para los empleados integrándolos a través de una adecuada retribución y el desarrollo profesional, valor para los accionistas mediante el crecimiento sólido, sostenido y rentable de SERIKAT a un ritmo superior al de la media del Sector. En conclusión, nuestro objetivo básico se concreta en conseguir el “desarrollo sostenible” de SERIKAT.

Nos reiteramos en los valores culturales de la Compañía, una línea de conducta, una forma de ser, que ha venido guiando a lo largo de los años el modo de hacer (eficacia, eficiencia, ética) de SERIKAT. Por primera vez se incorporan políticas de Responsabilidad Social Corporativa que se concretan, ya desde el ejercicio 2004, en la presentación de un código deontológico que enmarca nuestra actuación entre compañeros y las relaciones con los clientes, competidores, proveedores, accionistas y entorno social. Medidas que se irán desarrollando en el próximo futuro y que culminarán, según esta previsto en el Plan, en la presentación del primer Balance Social de SERIKAT en el ejercicio 2007.

CODIGO DEONTOLÓGICO –en breve resumen- DE SERIKAT

1. Nos regimos por el respeto a los valores sociales establecidos, los derechos humanos y las libertades fundamentales.
2. No discriminamos a nadie por razones de raza, sexo, religión, nacionalidad ... o cualquier otra circunstancia social o personal.
3. Ejercemos nuestra actividad profesional con responsabilidad, definiendo con veracidad las características y funcionalidades de los proyectos en los que nos implicamos, evitando falsas expectativas y exageraciones sobre los objetivos previstos.
4. Nos esforzamos en mejorar, día a día, la capacitación de nuestros profesionales de forma que desarrollemos proyectos de calidad, fiables, seguros y eficientes, con costes y plazos razonables.
5. Somos escrupulosos en el cumplimiento de la legislación vigente en lo referente a la protección de datos y en la utilización de datos personales.
6. Informamos a nuestros clientes de las eventuales desviaciones de un proyecto sobre lo previsto en plazos, costo o cualquier otro término reseñable.
7. Gestionamos los proyectos bajo nuestra responsabilidad implantando procedimientos que promuevan la calidad y disminuyan el riesgo.
8. Informamos a nuestros profesionales de forma completa y veraz sobre las condiciones de empleo.
9. Mantenemos relaciones con otras empresas y/o profesionales desde una posición de respeto, reconociendo el trabajo de otros sin atribuirse méritos ajenos.
10. Nos ayudamos, entre compañeros, en el desarrollo profesional y en el conocimiento completo de los sistemas y procedimientos habituales de trabajo.

CONSTRUYENDO EL FUTURO POR EL CAMINO DEL "KAIZEN"

Amén del análisis del entorno macroeconómico y sectorial, el Plan Estratégico aborda, como es natural, el autodiagnóstico de las fortalezas, áreas de mejora, amenazas y oportunidades de SERIKAT.

La oferta de la Compañía se plantea y se orienta desde la óptica de un triple eje: Áreas de Negocio (Consultoría y Proyectos, Outsourcing, Servicios Profesionales y Formación), Soluciones Horizontales (e-business, outsourcing documental, outsourcing de atención y soporte a usuarios, gestión documental, organización y logística de traslados, ventas de hard y soft ...) y Soluciones Verticales (desarrollos sectoriales de éxito o áreas de conocimiento específico diferenciador: sector portuario, Administración de Justicia ...). Para cada una de las facetas se detalla la evolución y el timing previsto en el período abarcado por el Plan. En este sentido, por lo que a distribución de nuestro negocio por Áreas de actividad se refiere el Plan prevé que seguirá aumentando ligeramente el peso de las Áreas de más valor añadido (Consultoría y Proyectos, Outsourcing) con un leve detrimento del porcentaje de participación de los Servicios Profesionales. **Así, el Outsourcing y la Consultoría, pasarán a representar,**

en 2007, un 68% (en el último trimestre de 2004 significan ya un 63%). Los Servicios Profesionales significarán el 28% de la actividad de SERIKAT y la Formación seguirá en el entorno del 4%.

El Plan analiza también la estructura de personal de la Compañía y su evolución prevista, así como el modelo de gestión de SERIKAT sustentado por un completo Sistema de Calidad y un eficiente Sistema Integrado de Gestión Interna a través del cual se controlan las múltiples facetas de las áreas de actividad empresarial en sus diversas zonas territoriales.

Todos los aspectos clave del Plan de Negocio tienen un desarrollo táctico de actuaciones orientadas a la consecución de los objetivos contemplados. Siempre con una filosofía de actuación que huye de las estridencias, de los saltos en el vacío, del aventurerismo, de los objetivos sin realismo y que apuesta por un modelo de acción basado en la coherencia, en la actuación tenaz no siempre espectacular, en el trabajo bien hecho, en la apuesta por el valor y la calidad de servicio, en un estilo kaizen de mejora continua.



2004-2007: DEL FUTURO EN ADELANTE

Nuestra apuesta estratégica, por lo que a implantación territorial se refiere, pasa por afianzar la presencia de SERIKAT en los mercados actuales a través de nuestras sedes en el País Vasco, Cantabria, Madrid, Aragón y Cataluña e implantarnos, en el ejercicio 2006, en la Comunidad Valenciana. Asimismo, se proyecta la potenciación de la presencia comercial de la Compañía en zonas como Navarra, Rioja, Castilla-León y Asturias. Como consecuencia, se prevé una ligera reducción del peso del negocio en la Zona Norte que no superará, en el 2007, el 50% del total, con incrementos sustanciales, en cambio, en las cifras de negocio en Cataluña, Madrid y Aragón..

En principio, se apuesta por el crecimiento endógeno pero no se excluyen, en absoluto, procesos de adquisición de alguna Compañía siempre bajo condiciones inexcusables de claras sinergias por presencia territorial, y/o líneas de actividad complementarias.

Se hace notar que, ni la futura implantación en el mercado levantino ni las eventuales adquisiciones que pudieran tener lugar en el período del Plan se han consi-

derado a los efectos de fijar las cifras objetivo de Ventas y Márgenes en el horizonte del año 2007.

En cuanto a estos objetivos cuantitativos sirvan de muestra, simplemente, estos tres botones:

Nuestra cifra de facturación si situará, en 2007, en la cota de los 25 millones de euros, lo que supone un crecimiento sobre las cifras de partida del Plan de más del 90%.

Nuestros recursos propios alcanzarán, en 2007, los 4 millones de euros.

Incorporaremos, a lo largo del período, a 160 profesionales. A finales de 2007 nuestra plantilla prevista rondará las 500 personas.

¿Objetivos ambiciosos?. Quizás. Pero, con esfuerzo e inteligencia, perfectamente alcanzables.

Como dice la canción: No estamos locos..... Sabemos lo que queremos..... Por eso, podemos.