

Doctora honoris causa Eva Jaisli: éxito internacional con una empresa consolidada a nivel local

El año pasado, la facultad de Ciencias Sociales nombró a Eva Jaisli doctora honoris causa siguiendo la sugerencia del departamento de Económicas. Tal y como es tradición, el homenaje se celebró el Días Academicus. El 22 de enero de 2016, la señora Jaisli pronunció en la Universidad de Berna, ante una concurrida audiencia, un discurso al que acudieron también personas destacadas de la política, la economía y la sociedad. *De Prof. Dr. Thomas Myrach*

Eva Jaisli es desde 1996 la directora ejecutiva de la empresa familiar PB Swiss Tools. Se trata de una arraigada PYME suiza que tiene su sede en Wasen, en lo más profundo de la región de Emmental. Durante su discurso se centró y reflexionó sobre el posicionamiento y el desarrollo de su empresa.

Expuso de forma impresionante cómo el fabricante de herramientas PB Baumann (1981: 70 % de facturación nacional), centrado en su mayor parte en el mercado interior, se transformó en la empresa de orientación internacional PB Swiss Tools (2015: dos tercios de la facturación provienen de la exportación). Esta evolución se basa en reflexiones claras y una implantación consecuente de las mismas. El núcleo del posicionamiento de la empresa es una consolidación local consecuente y una orientación abierta hacia los mercados de todo el mundo.

La estrategia empresarial tiene como eje el desarrollo de productos y la fabricación manteniendo una alta calidad: «Work with the Best» es el lema pegadizo que encarna esta aspiración y que también se mencionó múltiples veces en la conferencia. Además de la elevada exigencia de calidad en los productos, los clientes también deben quedar fascinados por otras características. La señora Jaisli mencionó a este respecto el código de color de las herramientas de atornillado o novedades como la herramienta de seguridad o la herramienta de bolsillo.

También la marca tiene una gran importancia dentro de la

estrategia de la empresa. Los valores que esta representa se apoyan en gran medida en el hecho de ser suizos: PB Swiss Tools quiere desarrollar y fabricar una calidad suiza perfecta. La consolidación local contribuye a esa imagen de marca. Eva Jaisli se sirvió de una anécdota para ejemplificarlo: durante una visita a la fábrica que hizo un cliente japonés, este apenas mostró interés por la sala de exposición preparada, sino que insistía en visitar el entorno y comprobar si lo que rodeaba a la sede de la empresa se correspondía realmente con la imagen que él se había creado de las empresas en Suiza. Desde el punto de vista de una marca establecida, el hecho de cambiar el conocido nombre de PB Baumann y apostar por PB Swiss Tools entrañaba un

cierto riesgo, pero la creciente internacionalización en la venta de productos hizo que este paso resultase más fácil.

La fabricación de productos de calidad y el desarrollo de novedades es más rápida y mejor si existe una lealtad mutua. En su discurso, la señora Jaisli resaltó claramente el aspecto de dicha lealtad para con los socios empresariales y los empleados. Un lugar primordial tiene asimismo el desarrollo sostenible de la empresa: el éxito empresarial al que se aspira exige también la promoción de los empleados y una implicación social, así como un uso eficiente y la protección de los recursos naturales.

En su discurso, Jaisli también abordó cuestiones políticas. La



Eva Jaisli

decisión del Banco Nacional suizo del 15/01/2015 de no defender el cambio fijo euro/franco suizo de 1,2 causó asimismo grandes problemas a PB Swiss Tools. En su estrategia y en su presupuesto, la empresa asume a largo plazo un cambio de 1,05 CHF/€, lo que supone para ella y para su estrategia de fabricación local un gran desafío, algo que la señora Jaisli expuso de forma drástica. Este reto puede lograrse potenciando aún más los puntos fuertes que ya de por sí tiene la empresa.

Lo fundamental es mantener la competitividad. Algo que no se logra solamente desarrollando soluciones innovadoras y vendiéndolas después de modo exitoso, sino que también debe haber un incremento de la

productividad en la fabricación. Un requisito indispensable para ello es la agilidad de la empresa y de sus empleados para que la empresa mantenga su éxito dentro de los nichos. Otro requisito para alcanzar el éxito es la estrecha colaboración con una red de socios en el mercado nacional y en todo el mundo. La cooperación debe crear un mayor beneficio para el cliente.

Tras su discurso, Eva Jaisli ofreció a su audiencia una llave inglesa de calidad de la gama de su empresa como toma de contacto e invitó a los presentes a un generoso aperitivo con especialidades del lugar. La empresa Jumi fue la encargada de organizarlo, un ejemplo más de una empresa innovadora y consolidada a nivel local. Pero esa es otra historia.

Adaptive thinkers

BearingPoint consultants understand that the world of business changes constantly and that the resulting complexities demand intelligent and adaptive solutions. Our clients in commerce, finance and government enjoy real results when they work with us. We offer industry-based management skills, functional expertise and the ability to adapt strategic insights to individual challenges. These qualities have led to long-standing relationships with many of the world's leading commercial organisations. Interested?

Have a look at our open positions and apply online on our career platform at www.bearingpoint.com/en-ch/careers



BearingPoint®