



Trabajadores de la constructora ACR junto a los contenedores que emplean para reciclar todo el material que genera la construcción de 120 viviendas.

# LA IMAGINACIÓN CONTRA LA CRISIS

NI DESACELERACIÓN ECONÓMICA, NI CONTEXTO NEGATIVO, SE LLAMA CRISIS. MUCHAS EMPRESAS SABÍAN QUE DESPUÉS DE UNA SUBIDA VIENE UNA BAJADA EMPEZARON A PREPARAR EL TERRENO Y CON IMAGINACIÓN.

TEXTO RUBÉN ELIZARI FOTOGRAFÍA J. A.GOÑI, JAVIER SESMA, J.C.CORDOVILLA Y EDUARDO BUXENS

**F**ERNANDO Sucunza, José Manuel Izcue y Emilio Díaz-Caneja apenas se conocen pero tienen mucho en común. Los tres ocupan el cargo de director en una firma de consultoría. El primero dirige Human, el segundo Izcue y Asociados y el tercero, la empresa No-raction. Las coincidencias entre estos tres directivos continúan cuando se les pregunta por la crisis. "Nos encontramos ante la crisis más virulenta de las últimas décadas", escribe Izcue. "Hay que mejorar los procesos organizativos", apunta Fernando Sucunza. "Las empresas planifican su actividad en un escenario extremadamente conservador", comenta Emilio Díaz-Caneja. Estos tres consultores comparten sobre todo la multiplicación de empresas

que llaman a la puerta de sus despachos para pedir consejos para afrontar un nuevo escenario económico. Al igual que ocurre en la fábula de la cigarra y la hormiga, donde la cigarra no prepara el invierno hasta que llega, a diferencia de la hormiga, en Navarra se pueden encontrar a muchas compañías que han preparado este "invierno económico" con antelación. Varias de las medidas que plantean se encuentran en manuales de gestión. Otras, no. Contra la crisis, imaginación.

## De la alta gama al bajo coste

Una barra de labios de la casa Chanel cuesta 26 euros; un estuche de colonia de la marca Eau de Roches para hombre valía estas Navidades casi 60 euros. ¿Quién va a pagar estos precios en pro-

ductos que no son de primera necesidad cuando en los medios de comunicación crisis es la palabra más repetida? Perfumerías Redín, un negocio familiar de tercera generación que posee seis establecimientos en Pamplona, ha protagonizado un apuesta comercial hasta ahora desconocida en Navarra. Perfumería Redín adquirió hace unos meses un local en una céntrica calle del Casco Antiguo de Pamplona. Iñaki Redín Arrasate, de 41 años y gerente de esta firma, cuenta que desechó varias ideas antes de dar con la estrategia definitiva que desarrollaría en este nuevo establecimiento: crear una perfumería con productos de bajo coste. En su despacho explica que este modelo de negocio sólo se encuentra en Santander. "La situación de las personas jóvenes no



Iñaki Redín, gerente de perfumerías Redín, abrirá el mes que viene un establecimiento dedicado a perfumes de bajo coste.

es muy buena. La frecuencia de compra de estos productos ha disminuido y el precio se ha convertido en un factor clave ¿Por qué no ofrecer en una perfumería con una atención profesional cosméticos o maquillaje que habitualmente compran en las grandes superficies comerciales y además a un bajo coste?", dice.

Iñaki Redín asegura que en este establecimiento sus clientes encontrarán barras de labios desde 2 euros, estuches de marca por 37 euros y otros muchos productos de calidad a un precio inferior. "Este es el tipo de local que

demanda el mercado".

## El escombros se recicla

Incluso en una construcción faraónica de 120 viviendas, como la emprendida por ACR en Zizur Mayor, se puede reciclar. En esta obra, al igual que en la cocina de su casa, donde hay diferentes cubos para cada tipo de material, existe una zona de reciclaje. Entre hormigón, forjados, grúas y andamios aparecen cuatro grandes contenedores: uno es para el plástico procedente de los embalajes; otro se utiliza para los es-

**"Sólo he visto en Santander una perfumería de bajo coste. En Pamplona abrí la primera"**

**La constructora ACR emprendió hace varios años un paquete de medidas para mejorar y prevenir este escenario**