



Varios de los empleados de la firma Tutti Pasta.

combros, otro para las maderas y un cuarto para depositar las maderas. ACR emprendió esta medida hace varios años dentro de su programa de calidad y la mejoró con el programa Avanza, donde los empleados pueden enviar sus propuestas de mejora. "La iniciativa partió de los jefes de obra. Todo se recicla y se guarda en un almacén central. Cuando se inicia una nueva obra, antes de comprar nada se consulta con el almacén. A veces hasta aprovechamos la valla promocional", manifiestan desde la constructora.

En los 22 meses que emplearán en la construcción de las 120 viviendas el ahorro producido gracias al reciclaje será "muy importante". Y lo que es más importante, se ayuda a mantener el medio ambiente.

"Todos somos vendedores"

No importa el puesto que un trabajador ocupe en el organigrama de Tutti Pasta. Desde hace un tiempo los 47 empleados de esta empresa dedican parte de su tiempo en vender los productos de su firma. La idea es sencilla. "Piensa que quieres comprar un coche. Vas al concesionario y se te acerca un comercial. Tu actitud hacia él es defensiva. Hay un choque. En cambio, si quien te habla es un mecánico vestido con un buzo azul con manchas de grasa y te comenta las características técnicas del motor seguro que te fías de él. Nosotros hacemos lo mismo. Cuando a veces se bloquea una venta, intentamos otras vías", cuenta Daniel Palacios, director gerente de Tutti Pasta. Ahora, cuando el director de calidad manda unas muestras a su homólogo en otra empresa, no falta una llamada para comprobar si las ha recibido y preguntarle qué le parecen. "Cuando el empleado sabe por qué hace algo la motivación es mayor".

Meterse en casa del cliente

Si Mahoma no va a la montaña, la

montaña va a Mahoma. Este dicho popular resume la filosofía de Juan Carlos Mañú, de 41 años de edad y gerente de carnicerías Ascarza de Pamplona. Su idea consiste en llevar al domicilio de sus clientes el pedido totalmente gratis. "Nuestro lema es ofrecer a nuestro cliente servicio y calidad. En calidad no podíamos mejorar más, así que hemos mejorado el servicio. Muchos jóvenes que vivían en la zona y venían a hacer sus compras a nuestra carnicería se han trasladado a otras zonas como Zizur", cuenta el gerente de este negocio familiar creado en 1978 y que en la actualidad cuenta con tres establecimientos y 20 empleados. Con esta fórmula, dice Mañú, consigue fidelizar a sus clientes, aumentar su satisfacción y que no tengan que gastar tiempo en trasladarse, en aparcar y en la zona azul: "Los pedidos suelen ser grandes. Pero si alguien pidiese un pollo se lo llevaríamos. Sí que hemos conseguido más clientes. Así nos anticipamos a lo que pueda venir".

Viajar ya no está de moda

Los viajes de empresa han descendido. Al menos es lo que sostienen desde las agencias de viajes navarras: "La frecuencia en los desplazamientos nacionales e internacionales se ha reducido. Ahora, en vez de reunirse todas las semanas mantienen una cada tres semanas. Sin embargo, los directivos mantienen la comodidad. Desde otra empresa cuentan que siguen una nueva política en el gasto de los viajes: "En vez de ir cuatro personas, van dos. Y si hay que utilizar un avión, siempre se procura que sean líneas directas". Para Fernando Sucunza, la clave consiste en una mejor organización de los recursos y de las personas. Su ejemplo es claro: "Si tenemos que ir a nuestra oficina en París no vamos en avión vía Madrid. Utilizamos el tren, más barato y más eficaz. Y si viajamos a Brasil estudiamos la mejores conexiones".

En Tutti Pasta impera una nueva filosofía orientada a la ventas, basada en el trabajo en equipo y en la comunicación



Juan Carlos Mañú, gerente de carnicerías Ascarza, un cliente de su propia carnicería. Abre la puerta a Ana Berezo Rojo.



Fernando Sucunza, de Human, posa con billetes de tren en su despacho.

Muchas empresas han recortado sus viajes de empresa, sus comidas e incluso planifican quitar la cesta de Navidad

10 fórmulas para sobrevivir a la adversidad

1. Buscar nuevos mercados.

2. Hacer variable el salario. Algunos equipos directivos han decidido hacer variable una parte de su salario, en función del cumplimiento de objetivos. La novedad radica en condicionar su cobro a ejercicios económicos donde la empresa obtenga un resultado positivo.

3. Medidas solidarias. Los trabajadores de algunas empresas han planteado y aceptado, transitoriamente, reducir horas de trabajo y, en consecuencia, el salario, a cambio de evitar la presentación de un Expediente de Regulación de Empleo.

4. Medidas de conciliación. Algunas compañías con medidas de conciliación aprovechan estos momentos para aplicar una mayor flexibilidad temporal. Así reducen los costes y acumulan una bolsa de horas para momentos de mayor carga de trabajo.

5. Adiós a la campaña de Navidad. Muchas empresas dejarán de regalar estas Navidades a sus empleados, a sus clientes y a sus proveedores regalos que suponían un importante desembolso.

6. Menos coches de empresas. Algunas compañías cambian su flota de vehículos por otros más pequeños, cuyo gasto en combustible es menor, o bien, intentan alargar la vida de los coches.

7. Gastos de representación. Comidas de empresas, o regalos de empresas son algunas de las partidas que ya se han empezado a recortar.

8. Apostar por la comunicación. Las empresas buscan nuevas estrategias comerciales y nuevas maneras de comunicarlas. En este sentido, las constructoras son las más activas.

9. Mejorar la productividad. Buscar la eficiencia también ayuda a reducir costes.

10. Diversificarse. Vender los activos poco rentables, centrarse en los estratégicos y apostar por sectores en expansión.