

Aecta ayuda a las empresas en su vuelta a la normalidad

GB Consultores, Desarrolla, ATM Natura, Connex y Carrau Corporación nos revelan cómo han cambiado las necesidades de sus clientes con respecto a antes de la pandemia, qué perspectivas marcarán su área de actuación en los próximos meses y su opinión sobre la evolución del teletrabajo.

Desde el principio de esta crisis sanitaria, **Aecta** ha trabajado y trabaja para hacer ver al mundo de la empresa la importancia que tiene en estos momentos la consultoría. Con la ayuda de sus profesionales es más sencillo caminar hacia la “nueva normalidad”.

La asociación lleva cerca de dos meses realizando distintas sesiones para dar a conocer las soluciones que pueden poner en marcha de una manera rápida y eficaz los consultores. Así mismo, en mayo hemos estado realizando también webinars para **Avecal** a petición de esta asociación.

De todas formas, seguimos programando distintas temáticas. Puede encontrar más información en la web www.aecta.org.

Gonzalo Boronat,
CEO de GB Consultores

1.- ¿Han cambiado las necesidades del usuario/consumidor con respecto a antes de la pandemia?

Nuestra alta actividad de consultoría financiera ha hecho que tengamos que multiplicarnos, dadas las necesidades de liquidez a las que había que dar respuesta. Rápidamente realizamos un



diagnóstico y proyecciones económicas y financieras de todos nuestros clientes. Según ese análisis, pusimos en marcha los instrumentos y herramientas para retomar el equilibrio financiero siendo conscientes de que, cuando tengamos claro el horizonte temporal de esta crisis, se volverá a tabular la información para dar estabilidad a largo plazo a las finanzas de los clientes.

2.- ¿Qué perspectivas marcarán vuestro sector en los próximos meses?

Hemos descubierto lo cerca que estábamos de nuestros clientes y lo cerca que seguimos estando en la distancia

mediante comités diarios y videoconferencias. Hemos mantenido un contacto muy directo con ellos para que supieran que estábamos a su lado y tenemos la misma preocupación que ellos, colaborando en la resolución de sus problemas y anticipándonos a las posibles soluciones. Hemos aprendido el nivel de confianza que tienen en nuestro trabajo y eso nos ha motivado más en nuestra tarea diaria.

3.- ¿Después de la crisis sanitaria, ¿seguirá predominando el presentismo en las compañías?

El despacho está configurado desde hace tiempo para teletrabajar. Al disponer de herramientas informáticas y de un sistema de procesos adecuados, la adaptación ha sido inmediata. Con nuestros clientes, que están en puntos alejados de la Comunitat Valenciana, como Madrid, Murcia, Albacete, Madrid, Barcelona..., llevamos a cabo videoconferencias para desarrollar consejos de administración y comités de dirección. Entendemos que esta tónica prevalecerá debido al ahorro de tiempos en desplazamientos. A partir de ahora vamos a desarrollar una fórmula mixta, tanto de forma externa como interna.

Juan Miguel Gaspar, adjunto a la dirección de Desarrolla

1.- El consumidor necesita estímulos para retomar un nuevo orden, debe asumir el concepto de inmediatez, qué



debe hacer para recuperar el tiempo perdido, para sentirse útil cuanto antes; cómo gestionar ese estado de ánimo que le desborda a él y a su entorno; de dónde saca los instrumentos para construir su nueva cotidianeidad.

Son tiempos para ayudar al consumidor a revisar sus necesidades, para preguntarle “donde le duele hoy” y ayudarle a retomar el control, si no podemos cambiar el entorno, somos las personas las que debemos cambiar.

2.- Estoy convencido que esta etapa de alarma ha hecho reflexionar a muchos directivos sobre la importancia de la formación tanto para ellos como para sus equipos. Por otra parte, todos hemos aprovechado este período para crear nuevas herramientas y lanzar los mensajes adecuados que refuercen los ánimos de sus equipos e integren el cambio de paradigma que suponen temas como la digitalización, el teletrabajo, el liderazgo remoto y la necesaria orientación al logro.

3.- El teletrabajo ha llegado para quedarse, para recuperar el equilibrio entre rendimiento, conciliación y obje-

tivos, sin retórica argumentemos nuestra propuesta de valor con el consenso de nuestro equipo, mostremos nuestras cartas con determinación, y si ganamos, aprendemos y seguimos, y si perdemos, aprendemos y seguimos.

Habrà un equilibrio entre teletrabajo y presentismo, pero la relación con tu cliente debe ser juego limpio, comunicación asertiva y disposición a conocerlo en profundidad y a vivir con él sus proyectos.



Fernando Mataix,
CEO de ATM Natura

1.- No hemos detectado que hayan cambiado demasiado. Las empresas de servicios esenciales hemos tenido que adaptarnos a las nuevas tecnologías para poder seguir dando respuesta a los clientes. Quizá el mayor problema haya sido la desigual implantación virtual en las empresas, así como las diferentes formas de trabajo en cada una. Una de las cosas que más va-

loro por parte de los clientes ha sido la comprensión ante la situación, de forma que ha sido un trabajo conjunto para que todas las necesidades fueran atendidas de la mejor manera.

2.- Entre los servicios que prestamos, el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial es el que cuenta con unas perspectivas más alentadoras, dado que este período de alarma por la pandemia ha supuesto una oportunidad para muchas empresas para implantar acciones de RSC y darse cuenta del valor que tiene. Además, muchas de ellas han reorientado sus negocios hacia productos o servicios de apoyo a la lucha contra la pandemia (fabricación de mascarillas, epi, pantallas, etc.), demostrando así la gran capacidad de adaptación de las pymes valencianas. En el área medioambiental y de sistemas de gestión las empresas deben continuar con el cumplimiento de sus requisitos legales, por lo que las perspectivas no varían mucho dado que el trabajo a realizar es recurrente, aunque sea adaptándonos a la nueva forma de trabajar en remoto.

3.- Creo sinceramente que el teletrabajo ha venido para quedarse de forma definitiva. Por un lado, se ha demostrado los efectos beneficiosos para los trabajadores (conciliando la vida laboral y familiar), las empresas (ahorro de costes), y sobre todo para el medioambiente. Son muchas empresas que están decidiendo apostar por esta forma de teletrabajo, máxime ante la incertidumbre sobre el futuro, con unas oficinas reducidas para reuniones de equipos o de carácter representativo. ▷

Por el contrario, este posible abandono del espacio de trabajo puede traer un escenario poco alentador para las empresas de servicios para oficinas como seguridad, limpieza, suministros generales, alquileres, etc. que habrá que seguir de cerca cómo evoluciona.



Marcos García, CEO de Connex

1.- En nuestro entorno, que es el de la empresa B2B, no ha sido exactamente un cambio si no una evolución. Muchas empresas que eran conscientes de la necesidad de digitalizar la captación de nuevo negocio o la gestión de las relaciones con el cliente no acababan de dar el paso. Ahora, con la ausencia de alternativas, vemos como se ven forzadas a crear canales alternativos de contacto y de venta si no quieren que sus oportunidades de hacer negocio se volatilicen. Las ferias y los eventos, que eran la principal fuente de generación de clientes en B2B, han desaparecido.

2.- Tenemos que ayudar a las empresas a que completen la transición. Incluso en la coyuntura actual es posible generar negocio. Pero hay que utilizar nuevas herramientas. Internet nos ofrece un mercado totalmente global. Sin



Héctor Paricio, Abogado y socio en Carrau Corporación

embargo, digitalizar el marketing no consiste únicamente en abrir un *ecommerce* o empezar a lanzar mensajes en **LinkedIn** que es a lo único que se han lanzado la mayoría de las empresas. Es necesario desplegar una estrategia de transformación que, además, pueda trabajar generando resultados a corto plazo mientras se sientan las bases de un cambio de modelo. El *ecommerce* puede ser una pieza pero hay muchas otras opciones en las que las empresas ni siquiera piensan.

3.- En marzo de 2020 llevábamos más de seis meses con un programa activo de teletrabajo así que estamos convencidos de que la cultura del presentismo tiene los días contados. La COVID-19 solo ha acelerado un cambio que ya estaba ahí. Es una tendencia que ya llevábamos tiempo observando en otros países de nuestro entorno. Pero como en el caso del marketing y las ventas, la situación actual ha pillado a la mayoría de empresas sin una preparación adecuada. Como sucede habitualmente, nos cuesta mucho cambiar algo que lleva siendo así décadas. Hace falta un revulsivo que haga que las cosas se aceleren y, en el caso del teletrabajo, la pandemia ejercerá de revulsivo.

1.- Primero las de precaución y adopción de todas las medidas aconsejadas por Sanidad en nuestro propio entorno laboral Y con clientes y terceros. La COVID-19 ha afectado directamente a socios y personal de la empresa. Todos ellos están bien actualmente, pero ha sido duro y complicado. Hemos hablado con trabajadores y con clientes para tomar conciencia de la situación y hemos adquirido un compromiso conjunto de salir todos más unidos y reforzados como equipo, lo que venga lo afrontaremos sabiendo que todos vamos a una.

2.- Los estamos atendiendo igual o mejor que antes de la COVID-19, con presencia física, con todas las garantías y recomendaciones, *online*, por videoconferencia o como desee el cliente, nuestro primera y fundamental prioridad. Estamos, igual que lo siguen haciendo los servicios sanitarios, de seguridad y otros, a disposición de la sociedad cumpliendo con nuestra parte.

3.- Con más paciencia, sin prisa pero sin pausa, salvo en el área laboral que ha sido muy intensa y ha trabajado al 130 %. Los proyectos estaban ahí y todos siguen adelante, incluso han aparecido nuevos que han llamado a nuestra puerta y con los que estamos avanzando. Todo ello es una señal de que esto no se para y que entre todos le daremos la vuelta a esta situación. Estamos comunicando con más intensidad, para que todo aquel que quiera tenga a su disposición un excelente equipo jurídico y económico en estos complicados momentos. •