



Contenedor de reciclaje de vidrio. D.A.

Los aragoneses aumentan un 5,8 por ciento el reciclado de vidrio

Datos del primer semestre del año

D.A.

HUESCA. - Durante el primer semestre de 2008, los aragoneses aumentaron un 5,8% el reciclado de vidrio respecto al mismo periodo del año anterior, pasando de recuperar 9.903 toneladas, a 10.476 toneladas entre enero y junio de este año, según los últimos datos aportados por Ecovidrio. A nivel nacional, el crecimiento durante el primer semestre ha sido del 13,6% recogiendo un total de 353.725.679 kilogramos de envases de vidrio de los contenedores.

Este incremento en el reciclado de vidrio contribuye a que la actual tasa nacional de reciclado (por encima de un 56%) se acerque, cada vez más, a los objetivos que nos marca la UE para finales de este año, es decir, alcanzar el 60%.

En declaraciones del director general de Ecovidrio, Javier Puig de la Bellacasa, asegura que "esta línea de crecimiento estable en el reciclado de vidrio refleja un continuo esfuerzo y compromiso de todos los ciudadanos, administraciones públicas, envasadores y todos los agentes implicados en general, por que el reciclado de vidrio se convierta en un hábito", un objetivo que persigue esta entidad.

CRECIMIENTO SOSTENIDO DEL RECICLADO

El reciclado de vidrio durante el año 2007 también tuvo un

crecimiento sostenido con un 14 por ciento más respecto al año anterior. Los españoles reciclamos 80.362 toneladas más, pasando de recuperar 576.968 toneladas en 2006 a 657.330 en 2007.

Y, durante los últimos cinco años, los ciudadanos hemos aumentado en más de un 50% el reciclado de vidrio (2003-2007), pasando de reciclar 435.318 a 657.330 toneladas de vidrio, es decir, de 10,1 kilogramos/habitante a 14,5 (cerca de 5 kilos más) al año.

LA LABOR DE ECOVIDRIO

Ecovidrio es una asociación sin ánimo de lucro encargada de la gestión del reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España.

La asociación Ecovidrio se encarga desde hace años de gestionar la recogida selectiva de envases de vidrio mediante la instalación de contenedores para facilitar la colaboración ciudadana y garantizando su reciclado. Además, realiza campañas de sensibilización ciudadana y promueve la prevención estimulando la reducción del volumen de los residuos que se generan.

Cabe recordar que el 100 por ciento del vidrio depositado en los contenedores se recicla y es usado para fabricar nuevos envases de vidrio, logrando numerosos beneficios medioambientales.

Marketing en tiempos de crisis

"En los momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento." *Albert Einstein*

Me llama la atención la primera acepción del significado de la palabra crisis en el diccionario de la Real Academia Española, el cual viene a decir lo siguiente: "Cambio brusco en el curso de una enfermedad, ya sea para mejorarse, ya para agravarse el paciente."

Si acudimos a la procedencia del vocablo, crisis proviene del griego krisis y este del verbo krinein que significa separar o decidir. De allí también el término crítica que se define como examen y juicio de alguien o algo.

Por tanto y en función de lo anterior las crisis suponen un cambio para las empresas, positivo o negativo, que siempre debe invitar al análisis y la reflexión.

TIEMPOS DE CRISIS, TIEMPOS DE OPORTUNIDADES

La historia nos dice que muchas empresas salieron muy reforzadas en épocas de recesión. Que es posible encontrar oportunidades de negocio en estos tiempos revueltos y que aquellas corporaciones que hayan sido gestionadas de forma correcta no tendrán problemas para superar esta época de incertidumbre.

Indudablemente no será como en años anteriores aunque también es posible crecer en tiempos difíciles, pensemos por ejemplo en empresas de cobro de morosos.

CINCO RECETAS PARA UNA CRISIS

He leído muchos artículos referentes a como salir airosos de estos tiempos de desaceleración económica y personalmente creo que no existen soluciones mágicas o distintas para la crisis. **La gestión de empresas en tiempos de bonanza, en los aspectos que voy a comentar, debe ser la misma que en tiempos de crisis.**

Parto de la base que las **soluciones empresariales a las épocas de crisis se deben adoptar de forma proactiva, es en tiempos de crecimiento cuando debemos tomar las decisiones adecuadas en previsión de que puedan venir las vacas flacas.** Mantener la austeridad en los buenos tiempos fortalece y acelera el desarrollo de los negocios, además de evitar los ajustes drásticos en tiempos críticos.

Por tanto mis consejos para estos tiempos de tormenta son similares a los de los días soleados:

Mantener o aumentar los ingresos y controlar los gastos. (Ahora y siempre...)

Eliminar todos aquellos gastos que no generen un retorno de lo invertido. En este aspecto desgraciadamente uno de las primeras partidas que se reducen o eliminan es la de marketing. ERROR. Para aumentar las ventas existen dos opciones; captar nuevos clientes o conse-

guir que nos compren más nuestros clientes actuales. ¿Cómo lo va a lograr si elimina el camino que nos lleva hacia ellos?

Flexibilidad (Antes y ahora)

Es fundamental la capacidad de adaptación a los cambios. Las estructuras sencillas y dinámicas capaces de optimizar cada acción buscando siempre la máxima rentabilidad. Por tanto analice con detenimiento todos procesos de su empresa para ver si realmente están aportando valor a la organización. En caso negativo, no lo dude... elimínelos.

Creatividad (Siempre)

Busque soluciones creativas a los problemas, no renuncie a nada que pueda ser necesario para su negocio sólo por que carece de los medios adecuados. Hágalo de manera distinta. Por ejemplo para obtener determinados servicios puede realizar trueques con otras empresas.

Constancia (Siempre)

Todos los tiempos son buenos para aquellos que quieren trabajar. Todo objetivo requiere un esfuerzo y una dedicación vital para alcanzar el premio esperado, todavía más en tiempos de incertidumbre. La confianza ciega en nuestras posibilidades nos servirá para reponernos en los malos momentos y continuar el camino.

Conocimiento (Siempre)

En estos tiempos es esencial continuar aprendiendo de todo aquello que nos rodea, e invertir de forma decidida en conocimiento para analizar, planificar, ejecutar y controlar con mayor eficacia.

Facilitar la Información y formación que permita tomar las decisiones adecuadas en el día a día de nuestra empresa. De esta forma lograremos crear negocios sólidos que sobrevivan a los tiempos de incertidumbre.

RECUERDE QUE...

...la economía es cíclica con fases de crecimiento y épocas de recesión. Por lo que crisis siempre ha habido y habrá.

...las soluciones a las crisis se deben adoptar en las épocas de bonanza y que la forma de gestionar las empresas, en mi opinión debe ser muy parecida. Siempre que se estén gestionando adecuadamente.

...las empresas que consiguen crecer en tiempos difíciles son aquellas capaces de identificar los recursos económicos escasos, optimizándolos mediante el poder estratégico y creativo del marketing para aportar valor al mercado.

...como dice un viejo proverbio chino: "No maldiga la oscuridad...encienda una vela"

Sergio BERNUÉS CORÉ
Director de Cetresce Consultores.
Socio - Director
de Evolucionaria.
www.sergiobernues.com

