

# Cinco Sentidos

## Tejer redes de confianza para recuperar el espíritu empresarial

El intercambio de stocks y las operaciones con referencias directas ayudan a salir de la crisis

CARLOS GÓMEZ ABAJO *Madrid*

La falta de liquidez actual sólo es comparable a la falta de confianza, pero para suplir ambas carencias están resurgiendo iniciativas, como las bolsas de intercambio, y naciendo otras, como redes de confianza. El objetivo, volver a lo básico: los bienes tangibles y las relaciones directas, con el mínimo número de intermediarios.

“El pollo, es decir, la crisis económica, lo hemos montado nosotros, empresarios y consumidores, y para salir de él debemos ser una piña”, explica Nicolás Domínguez, fundador de Piña & Pollo, un portal web que pretende poner en contacto a unos empresarios con otros, “especialmente a aquellos a los que les guste pagar y cobrar pronto”, añade. “La idea es que las empresas conozcan a los proveedores de sus proveedores, y así sucesivamente”. Los tratos se podrán hacer online. Las empresas se puntuarán unas a otras y si la puntuación es mala, queda constancia en el portal.

Domínguez tiene una variada trayectoria como empresario, y al principio la red la formarán sus propios conocidos. “Ya sabemos que hay cruces posibles”. Tienen 40 empresas contactadas, que les van a presentar a sus clientes. La web (pinaypollo.com) ya se puede visitar, pero Domínguez quiere ir poco a poco. “Hasta julio no se acelerará el proceso”. Asociarse a la red es gratis, pero Piña & Pollo se lleva una comisión de las transacciones que realicen los socios: el 5% de las operaciones puntuales (hasta un máximo de 50 euros), y un 2,5% de las habituales (hasta un máximo de 25 euros al mes). “Creemos que el éxito será que de cada 10 asociados, cinco hagan transacciones”.

También tiene que ver con la confianza el sistema de intercambio empresarial de Compensa, que permite cubrir gastos sin desembolsar efectivo, y que gracias a la crisis y a la poca liquidez está ganando clientes, sobre todo, en la industria del motor y la hotelera. Compensa adquiere productos a varias empresas y luego los intercambia de manera triangular. “Compramos coches a cambios de regalos de fin de año o de una campaña de publicidad en medios, los coches se los damos a empresas de mensajería, etc.”, explica Marcos Ruiz Chitty, socio director.



Alejandro y Marcos Ruiz Chitty, socios directores de Compensa. JUAN LÁZARO

### Favor con favor se paga

Un pequeño comercio es una pyme, pero también un ciudadano. Y cualquier ciudadano es empresario de sí mismo. En la línea de Piña & Pollo y de Compensa, la web www.yotesacodelacrisis.com pretende que la gente de a pie se intercambie favores para hacerse la vida más fácil durante la crisis, y para salir de ella.

El sistema es enviar un vídeo a la web o dejar un

mensaje escrito en el que se explica qué se está haciendo o qué se va a hacer para sacar a alguien de la crisis. No se trata de dinero, sino de pequeños actos. El que recibe un favor debe hacer lo propio con un tercero, y así sucesivamente.

El fundador es el comerciante David González, que por recomendación de su socio puso un reclamo: Su tienda regala

6.000 euros en muebles a quien aporte la mejor idea. “Mi mujer lleva sus revistas a una señora mayor que no puede pagárselas con la pensión de 400 euros”, cuenta. Otro caso, el de una joven que se ha pasado al transporte público para poder prestar su coche a la dueña de un negocio de reprografía que carecía de un medio para repartir sus folletos y sus trabajos.

El creativo en paro Iñaki Martí encabeza el proyecto Festinem (www.lapulse-rafestinem.com) que pretende conseguir que los inscritos en el Inem puedan acceder a festivales de música o a ferias y congresos profesionales a un precio ventajoso. Al quedarse en paro, muchas personas ya no pueden asistir a ellos representando a sus empresas. Nicolás Domínguez, de Piña & Pollo, también está detrás de la iniciativa.

El exceso de stock de muchas empresas les obliga a darles salida, especialmente los productos perecederos. “Compramos excedentes de arroz y los vendemos en el extranjero. En los libros vale 30, pero como caduca en seis meses, el mercado lo valora en 15, que es el precio al que vendemos; luego compramos una campaña de medios por 14, que la arrocera habrían comprado en 30. La diferencia es nuestra comisión”, explica Ruiz Chitty. Para ser exactos, de entre el 3 y el 5% en las compras y entre el 10 y el 13% en las ventas.

El año pasado ganaron un 8% de clientes e hicieron un 23% más de ope-

**La industria del motor y la hotelera se apuntan más a cambiar productos por publicidad**

raciones. El producto estrella es la publicidad, y entre sus clientes hay grandes empresas pero también pymes, para las que este sistema es una línea de crédito con coste nulo. “No estamos teniendo problemas de morosidad”, destaca Ruiz Chitty. “Las empresas quieren dar salida a sus productos, y al tratarse de bienes tangibles hay más confianza”.

Nicolás Domínguez cree que el Gobierno podría ayudar a los empresarios aliviando su carga fiscal, pero no hay que esperar que sea el que saque de sus apuros a empresarios y usuarios. “Se han vendido y pagado cafés

a precios muy altos. Bajemos los precios, pero no de golpe y dejando sin margen a los negocios, vendámonos entre nosotros, hagamos la base más fuerte”, resume. “Gritar a los cuatro vientos que no se venda nada lo estropea todo aún más.”

Domínguez promueve además una manifestación “divertida, aunque reivindicativa”, que aspira a que se realice en julio. “Se trata de no quedarnos parados como ciervos atontados por las luces de un coche. Cuando esto se haga una gran bola, a los gobiernos les será más fácil ayudar y los bancos estarán más dispuestos a prestar”.

### CAMBIO DE IDEAS

● Ya desde pequeño mostraba su espíritu emprendedor, cuando subastó sus clics de fomobil para financiar nuevas compras. Nicolás Domínguez, cofundador junto a Michael Elms de Piña & Pollo, trabajó en varias empresas puntocom allá por 1998.

Desde 2002 tenía por motivos familiares una promotora inmobiliaria que empezó a ir mal en 2007, hasta que se estabilizó en 2008. A la vez tenía



Nicolás Domínguez, fundador de Piña & Pollo

una empresa de limpieza que funcionaba mejor, pero con problemas de pagos también derivados de haber trabajado para constructoras que no pagaban.

De ahí surgió la idea de la empresa Piña & Pollo, para cambiar la manera de funcionar del tejido empresarial. “No es sólo un portal, es un movimiento”.