

Empresas Excelentes

El éxito de la asesoría enfocada al cliente

La continua inversión en formación e innovación es la clave de los buenos resultados del grupo Jenasa, una consultoría con vocación de servicio

JAVIER G. JORRÍN Madrid

El trigésimo aniversario del grupo Jenasa llega en un gran momento para una pyme que, desde que inició su andadura, no ha hecho más que crecer. Jenasa es un grupo dedicado a la consultoría y asesoría de empresas y a la administración de fincas como actividades principales. Además, cuenta con otras filiales, divididas por su sector de actividad, y que suponen el 10% del grupo, como Jesús Navarro y Asociados, dedicada a la abogacía, Jenapublic, una agencia de publicidad, o la gestoría administrativa Jenagestión.

En sus 30 años de vida, el grupo Jenasa ha sabido enfocar su producto a las demandas del mercado, con una oferta basada en la innovación y en la continua formación de la plantilla. "Nuestro trabajo está siempre destinado a satisfacer las necesidades del cliente", explica Jesús Navarro, director gerente del grupo.

Para conseguir un conocimiento profundo de las demandas del mercado, Jenasa divide su acción en departamentos especializados que, en continuo contacto con los clientes, advierten sus necesidades y adaptan su servicio para satisfacerlas. Al mismo tiempo, desde la empresa, son conscientes de la importancia de ofrecer soluciones creativas en todo momento para ir siempre un paso por delante, lo que les permite "sugerir

al cliente líneas de actuación que orienten su gestión y que les ayude a salir de la crisis", asegura Juan Manuel Ferreras, socio y consejero delegado de Jenasa.

La formación y la especialización de los empleados es un aspecto muy importante dentro del compañía, con el objetivo de ofrecer al cliente, en cada momento, las mejores soluciones. El trabajo de cada empleado es la pieza clave que determinará la calidad final del servicio, por lo que Navarro es consciente de que "la empresa la forman todos los trabajadores" y los resultados dependerán de la profesionalidad y dedicación de cada uno.

El buen hacer de Jenasa les ha granjeado varios premios, como el que les ha otorgado este año la Comunidad de Madrid: el Premio Madrid Excelente a la Confiabilidad de los Clientes en la categoría de pyme. Además, la empresa cuenta con la marca Madrid Excelente desde 2004. Es un reconocimiento importante, aunque Navarro no se conforma y reconoce que "hay que seguir mejorando en la búsqueda continua de la excelencia". A su profesionalidad, Jenasa añade unos costes bajos para ganar en competitividad. "Las plusvalías del grupo, en comparación con la cifra de negocio, son pequeñas, porque ofrecemos nuestros servicios a un precio muy ajustado", explica Ferreras, "lo que hace que el número de clientes siempre vaya en aumento". "Aquí la crisis no se

fianza de los Clientes en la categoría de pyme. Además, la empresa cuenta con la marca Madrid Excelente desde 2004. Es un reconocimiento importante, aunque Navarro no se conforma y reconoce que "hay que seguir mejorando en la búsqueda continua de la excelencia". A su profesionalidad, Jenasa añade unos costes bajos para ganar en competitividad. "Las plusvalías del grupo, en comparación con la cifra de negocio, son pequeñas, porque ofrecemos nuestros servicios a un precio muy ajustado", explica Ferreras, "lo que hace que el número de clientes siempre vaya en aumento". "Aquí la crisis no se



Arriba, oficinas de Jenasa. Abajo, Jesús Navarro, director gerente de Jenasa. PABLO MORENO



La buena gestión financiera garantiza un próspero futuro

En los tiempos que corren, es poco habitual encontrarse con pymes que no estén ahogadas por la falta de liquidez y las deudas elevadas, sin embargo, el grupo Jenasa puede presumir de haberlo logrado. Su estrategia financiera es muy clara, advierte Juan Manuel Ferreras: "Mantener la liquidez necesaria para asumir los compromisos de pago exactamente el día establecido". En la actualidad, la empresa no tiene ninguna deuda vencida sin atender,

lo que asegura la viabilidad del proyecto.

Jenasa mantiene un control estricto del gasto corriente, donde, mes a mes, evalúan aquellas partidas con un mayor peso en el presupuesto e intentan reducir sus costes. Esta estrategia ha permitido a la empresa "superar esta y otras crisis" y además, han sido capaces de aprovechar las fases contractivas de la economía para aumentar sus propios ratios de negocio y de crecimiento.

ha notado, al contrario: tenemos más clientes", asegura Navarro.

Jenasa "no solo ha conseguido superar la crisis, sino que, además, ha mejorado sus propios ratios de cifras de negocio", afirma Ferreras, lo que permite a la empresa mantener su tamaño, con cinco oficinas, repartidas entre Madrid, Alcorcón, Fuenlabrada y Ciudad Real, y sus 70 trabajadores. "Hace cinco o seis años que comenzamos a tomar medidas ante la crisis económica que se avecinaba", afirma su director gerente, acción que les permitió afrontar la etapa más severa de la recesión con una situación financiera más holgada.

"Las cosas hay que hacerlas con sensatez y con coherencia, no se puede repartir lo que uno no tiene. Esta mentalidad nos ha permitido tener una situación solvente ante la crisis", reconoce Navarro. Jenasa posee una máxima en su estrategia financiera: "Mantener la liquidez necesaria para hacer frente a las deudas en el momento establecido", con lo que evita los problemas derivados de un pasivo abultado y la consecuente dependencia de las entidades financieras.

"Año a año, conseguimos declarar beneficios", subraya Navarro, "lo que nos facilita encarar el futuro con alegría, sentido común y confianza". Las plusvalías de la empresa se reinvierten en formación y en mejorar los procesos internos, lo que a su vez redundará en una mejora de la competitividad. "La inversión nos permite ser una compañía puntera", destaca Navarro. Esta es la clave de Jenasa para mantener sus cifras de negocio en plena crisis económica y para cimentar un próspero futuro.