



José Tortosa

COGERENTE Y DIRECTOR DE MARKETING DE DISARP

DESDE SU CREACIÓN EN 1985, DISARP LLEVA APORTANDO SOLUCIONES GLOBALES DE HIGIENE A TODOS SUS CLIENTES. ESTA EMPRESA FAMILIAR VALENCIANA SE HA CONVERTIDO EN UN REFERENTE DENTRO DE SU SECTOR Y, GRACIAS A LA AYUDA DE TACTIO EN LA GESTIÓN INTERNA DE LA EMPRESA, SERÁN CAPACES DE AFRONTAR UN FUTURO PROMETEDOR MARCADO POR IMPORTANTES METAS A CONSEGUIR.

> ¿Cómo fueron los inicios de la empresa?

José Tortosa Roca, el fundador de la empresa, empezó vendiendo maquinaria de hostelería. Siempre decía en sus inicios que vendía una cafetera y que hasta los cinco o seis años, cuando se estropeaba, el cliente no volvía a comprarle, pero que el del jabón iba siempre todas las semanas. Al final vendió producto químico para acompañar a la maquinaria, y gracias a ello crecieron las dos empresas. Poco después se quedó sólo la empresa de producto químico, que ha ido creciendo desde cero. El primer local tenía 60 m² y ahora nuestras instalaciones son, en la central, de 12.000 m², y en Madrid, de 2.000 m² en un punto muy bueno; Colombia y Portugal también rondarán los 2.000 m². Actualmente, estamos en 19 países repartidos en cuatro continentes. La expansión ha sido muy a lo grande.

¿Cuáles han sido las principales dificultades que han tenido durante estos 30 años?

El cambio de mentalidad y de hábito del cliente. Antes, los clientes limpiaban de una forma que poco a poco ha ido evolucionando en cuanto a las superficies a limpiar y sus hábitos, sobre todo los hábitos de la gente que lleva toda la vida limpiando, ya que la química ha cambiado muchísimo pero estas personas no quieren cambiar. Nosotros fabricamos un producto ideal, pero luego había que ponerlo en el mercado y que se usase. Los distribuidores quieren lo más nuevo y el usuario que lo utiliza quiere lo de

siempre, y vamos en paralelo: tenemos ambos tipos de productos.

¿Por qué surge la necesidad de acudir a una consultora externa como Tactio?

Hasta 2007 teníamos una política de empresa de ir creciendo por inercia, pero entonces nos plantamos y nos preguntamos: ¿cómo nos queremos ver dentro de unos años? Nos costó mucho sentarnos, pensar y decidir lo que queríamos ser y gracias a ello cambiamos en el momento adecuado, el rumbo de la empresa cambió totalmente. Del 2010 al 2013 volvió la inercia del día a día, y se buscó una empresa que, desde fuera, viera cómo estábamos trabajando. Así que pensé en Tactio para que analizara qué estábamos haciendo mal, porque nosotros planteamos una estrategia y se estaba diluyendo.

¿Cómo conocisteis a Tactio?

El delegado de Valencia vino aquí y nos lo propuso. La primera impresión no fue la más acertada, pero en la segunda entrevista se aceptó el prediagnóstico con un poco de temor por algunas partes internas de la empresa.

¿Cuándo realizaron el primer diagnóstico de la empresa, ¿qué os pareció?

Desde el primer día del diagnóstico de Tactio, las partes que no estaban muy convencidas vieron con otros ojos esta acción y se quería contratar el plan

“DESDE TACTIO TOCARON DE TODO UN POCO: NO HABÍA QUE CONSTRUIR



De izq. a dcha., José Tortosa, Cogente y Director de Marketing de DISARP; su padre José Tortosa Roca, fundador de la empresa; y Ángel Tortosa, Cogente y Director de Operaciones

completo incluso antes de terminar el primer diagnóstico. Es decir, una vez que vimos la profesionalidad que tienen, que van en serio y que no se andan con rodeos, nos encantó.

**¿La plantilla estaba al corriente de la actuación de Tactio?
¿Cómo se lo tomaron?**

Cuando decidimos firmar sí que lo supieron. Como habíamos tenido problemas internos, la gente ya sabía que teníamos que solucionarlos, por lo que no era algo nuevo. Al contratar una empresa de fuera, se les dijo que había que hacer lo que ellos establecieran, ya que íbamos a efectuar una gran inversión. Las premisas que nos dieron fueron duras, pero las transmitimos a la plantilla y ésta las aceptó.

¿Cuáles fueron las áreas que trató Tactio?

Menos en producción, intervinieron en todos los departamentos: comercial, financiero, administrativo, marketing y compras. Nosotros ya teníamos muchas cosas avanzadas, pero hacía falta que vinieran de fuera para que unificásemos todos los datos que poseemos en nuestros paneles de control y actualizáramos nuestras herramientas. El engranaje de todo ello se hizo de manera adecuada. Desde Tactio tocaron de todo un poco. No había que construir la casa, ya que la teníamos hecha, pero había que barrerla; a nivel de psicología, comercial, directrices... Su ayuda estuvo dirigida a organizarnos y enfocar el camino a seguir.

¿Cómo se trabajaba en Disarp antes de la llegada de Tactio y en qué ha cambiado tras la actuación?

Antes de Tactio, cada trabajador hacía de hombre orques-

ta, es decir, cada uno hacía lo que sabía y más sólo por la inercia de decir "lo hago yo y acabo antes". Con la llegada de Tactio, ahora cada uno hace un papel y una función, todo bien estructurado, se rinde más, y aunque yo lo sepa hacer se lo debo encargar a quien le corresponda. Ahora cada uno sabe hasta dónde llega su función y hasta dónde no, de esta forma cada uno toca su instrumento muy bien. Por ejemplo, yo antes tocaba seis o siete departamentos y ahora lo delego pese a que sepa hacerlo. De esta forma, todos rendimos mucho más.

¿Cómo se han asumido los cambios?

Ha sido todo muy llevadero, ya que teníamos algo de trabajo hecho por nuestra cuenta. Tactio nos dijo qué teníamos que hacer, nos hizo protocolos, dossiers y nos marcó las pautas a seguir, algunas las cuales ya cumplíamos y otras no.

¿Se están viendo resultados?

Sí, estamos creciendo, gracias a nuestro trabajo y a la ayuda de Tactio. Si comparamos DISARP con otros fabricantes de nuestro sector, los números son buenos. Ahora afrontamos nuevas líneas de venta como reto. Vamos a incorporar dos sectores más.

En resumen, ¿están satisfechos con la actuación de Tactio?

Sí, estamos contentos y la verdad es que ya se lo hemos recomendado a varios empresarios amigos, y todos están igual de satisfechos. Prescribimos a Tactio con total confianza.

LA CASA, YA QUE LA TENÍAMOS HECHA, PERO HABÍA QUE BARRERLA"