



Expansión  
www.Expansion.com/catalunya  
27 de enero de 2010

## MÁRKETING Y PUBLICIDAD

LOS DIRECTIVOS Y VENDEDORES DEL GRUPO LÁCTEO SE REUNIERON AYER EN BARCELONA Y PARTICIPARON EN UNA SESIÓN DE PERCUSIÓN PARA RESALTAR LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO EN EQUIPO.

# Danone vende yogures a golpe de tambor africano

LP,Barcelona

Aunque parezca que poco o nada tiene que ver el yogur con la percusión, los responsables de la multinacional Danone han visto oportuno recurrir a los ritmos del tambor africano para mejorar la competitividad de sus equipos de ventas.

El grupo lácteo celebró ayer una convención en el Hotel Arts de Barcelona con todo su personal comercial en España. Bajo el lema *Al ritmo del crecimiento*, la compañía líder en el mercado de yogures programó por la tarde una sesión de trabajo muy peculiar.

La empresa Sewa Beats, especializada en dinámicas de grupo, ofreció a los 140 directivos y vendedores congregados en el hotel una lección de trabajo en equipo con la música y la percusión africana como herramienta. El objetivo era transmitir a los empleados la importancia del trabajo en equipo y motivarlos hacia la venta.

En el último año, Danone se ha visto obligada a dar una vuelta de tuerca en su estrategia comercial debido a la competencia de las marcas blancas.

El grupo ha logrado prácticamente neutralizar el tirón de estos productos gracias a la innovación y, sobre todo, a las promociones. Entre agosto y octubre de 2009, Danone vendió 90 millones de yogures con precios más bajos o mediante promociones, con descuentos que oscilan entre el 5% y el 25% en función del producto.

Esta estrategia permitió a Danone comercializar el pasado año el mismo número de yo-



Directivos y vendedores de Danone, en plena sesión de percusión en el Hotel Arts, ayer./Elena Ramón

**El grupo ha dado una vuelta de tuerca a su estrategia ante la competencia de las marcas blancas**

**Un total de 140 empleados participaron en la sesión musical, a cargo de Sewa Beats**

gures que en 2008.

En 2008 (último ejercicio con datos económicos disponibles), Danone facturó 1.127 millones de euros en España y obtuvo un beneficio neto de 254 millones. Las principales enseñas del grupo son *Actimel*, *Dannon*, *Savia*, *Activia*, *Vitalina* y *Danone*.

En la sesión de ayer, los empleados de la firma utilizaron tambores africanos (djembes y tam tam) para aprender la importancia de trabajar coordinados, de saber escuchar y de saber comunicar.

Al principio, las risas fueron la tónica de la singular clase. Y, si bien el ambiente jovial no se perdió en ningún momento, los

participantes se fueron involucrando cada vez más durante las dos horas de sesión. Equipado cada uno con un tambor, los vendedores y directivos siguieron los ritmos marcados por los conductores del evento.

"La gente sale muy llena de energía", comentó Juan Antonio Altar, responsable de World Business Travel, la agencia que ha actuado de intermediaria entre Danone y Sewa Beats.

Los improvisados músicos fueron ganando en coordinación y el *show* terminó con los participantes cantando, bailando y tocando el tambor. Al final de la sesión, *Actimel* para todos.