



Eustasio Cobreros, Francisca Caracuel, Francisco de la Torre, Pedro Schwartz y José Luis Romero, en la sesión inaugural de la jornada. :: CARLOS MORET

La innovación y la búsqueda de nuevos mercados, palancas para salir de la crisis



NURIA TRIGUERO
ntriguero@diariosur.es

ÁNGEL ESCALERA
aescalera@diariosur.es

Analistas y líderes empresariales dibujan el mapa del nuevo entorno económico en un foro organizado por SUR y San Telmo

MÁLAGA. Los expertos coinciden en que lo peor de la crisis ha pasado —destrucción de empleo, escalada de la prima de riesgo, peligro de rescate—, pero también en que lo que queda por delante no es fácil: volver a arrancar la maquinaria económica en un país con la demanda interna devastada por el paro, la subidas de impuestos y la restricción del crédito. El mensaje lanzado por analistas y líderes empresariales de primer nivel reunidos ayer en Málaga por SUR y el Instituto Internacional San Telmo en la II Jornada Empresarial de Andalucía fue claro: las palancas a las que deben agarrarse las empresas para

salir de la crisis son la innovación y la apertura de nuevos mercados, tanto exteriores (mediante la internacionalización) como interiores (diversificación del negocio y búsqueda de nuevos canales). Para ello cuentan con una baza nacida de la propia crisis: el aumento de la competitividad. Los alrededor de 200 asistentes a este foro, que discurre bajo el lema 'Los líderes andaluces ante el nuevo entorno económico', extrajeron claves prácticas para innovar en sus organizaciones gracias a ejemplos como los de Nestlé, Vocento, Grupo Intercom o Xerox, narrados en primera persona.

«La salida de la crisis va a estar en la exportación. Esta irá tirando de la inversión y, después, entre las dos tirarán del consumo. Y la innovación está muy relacionada con la salida al exterior, porque cuando una empresa innova es cuando sale a nuevos mercados», sentenció el economista y profesor de San Telmo Fernando Facés durante su intervención en esta jornada, que se celebró por la mañana en el auditorio de la Diputación de Málaga con el patrocinio de Renfe, Santander, el citado ente supramunicipal, Automotor Premium BMW y Cuatrecasas Gonçalves Pereira Olivencia-Ballester; así como con la colaboración de Grupo Coremsa. Facés argumen-

tó que solo con el binomio 'innovación+exportación' puede sustituirse «el peso de todo un sector como es la construcción».

En la misma línea se expresaron otros expertos como Emilio Ontiveros, que aseveró que el crecimiento en el nuevo ciclo va a ser menor al de los años anteriores a la crisis, pero será «un crecimiento mejor». Una idea en la que abundó el economista y ex político Pedro Schwartz, citando al empresario americano John Chambers: «No hay que desperdiciar una buena crisis», aseveró, añadiendo que para ello «hay que adaptarse a la realidad».

Tras una sesión inaugural que contó con las intervenciones del presidente de la Fundación San Telmo, Eustasio Cobreros; el director general de Prensa Malagueña, José Luis Romero; el ya citado Pedro Schwartz; el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; y la vicepresidenta de Diputa-

El aumento de la competitividad es una baza a favor de las empresas españolas

ción, Francisca Caracuel; el foro arrancó con un diagnóstico de la situación actual. Tres prestigiosos economistas —Fernando Facés, Emilio Ontiveros y Juergen Donges— se repartieron esta tarea en la primera mesa redonda. Todos coincidieron en detectar «signos esperanzadores» en el momento actual. «2012 no fue bueno, pero parece que en estas cosas van por el buen camino», aseveró Donges, que como buen alemán, representó la visión ortodoxa, aconsejando «seguir por el camino de la austeridad y las reformas, no porque lo mande Merkel sino porque es lo que hay que hacer». El director del Instituto de Política Económica de la Universidad de Colonia detectó «cierto cansancio reformista» en países como Grecia o Portugal y advirtió de que eso «puede inquietar a los mercados de nuevo».

La otra corriente, que exige que la austeridad sea acompañada por im-

Los expertos coinciden en detectar «signos esperanzadores» en la economía

pulsos al crecimiento, estuvo representada por Emilio Ontiveros, que defendió el papel del Banco Central Europeo en defensa del euro ante las críticas lanzadas por Donges, y aseveró que no es bueno «concentrar en poco tiempo la reducción del déficit». «Si no se potencia la natalidad empresarial y las empresas adolecen de la falta de crédito y de demanda, el resultado es la anorexia, no el adelgazamiento inteligente», argumentó. Fernando Facés se mostró también a favor de «flexibilizar» los objetivos de reducción de la deuda, pero no sólo de la pública (sino de la privada, para dar oxígeno a las empresas).

Reforma de las AA PP

En lo que si coincidieron tanto los tres participantes en esta mesa como Pedro Schwartz fue en valorar las reformas económicas realizadas hasta ahora en España y en exigir la que aún no se ha acometido: la de la Administración. «No es que las ideas liberales estén venciendo, es que la realidad dice que no hay dinero», argumentó. Fernando Facés centró el foco en Andalucía diciendo que uno de los motivos por los que la región saldrá con retraso de la crisis es que la dimensión de su sector público es mayor. «La autonomía andaluza está entre las tres o cuatro primeras en gasto y volumen de empleo públi-



Emilio Ontiveros, Fernando Facés y Juergen Donges. :: CARLOS MORET

co por habitante», aseveró.

Pese a este debate, los expertos rechazaron que la recuperación dependa sólo de las decisiones políticas. De hecho, responsables políticos como Francisca Caracul o Francisco de la Torre también pusieron el acento en los empresarios, sin cuya labor la recuperación no será posible, según su opinión.

La segunda mesa redonda sirvió para que los asistentes -directivos y empresarios en su inmensa mayoría- conocieran de primera mano ejemplos y claves prácticas para aplicar la innovación en sus empresas. El consejero delegado de Nestlé España, Bernard Menier, hizo un apasionado alegato de la creatividad en la empresa con números en la mano. Y es que su compañía ha conseguido sortear la crisis gracias precisamente a la innovación. «Casi el 20% de nuestra facturación viene de productos desarrollados en los tres últimos años», afirmó. «En España la innovación es la palanca fundamental para luchar con un entorno muy complicado», añadió. Y la innovación, advirtió, «necesita talento». «Por eso lanzamos la revolución creativa Nestlé, porque queremos que todos los miembros de la empresa sean creativos», reveló.

Pero no sólo se puede aprender de los gigantes. El fundador de Grupo Intercom, Antonio González Barros, puso como ejemplo de innovación a las más de cincuenta empresas de Internet que ha ayudado a nacer, entre ellas algunas tan exitosas como Infojobs o eMagister. Y resumió las «características» que tienen en común estos emprendedores en visión, voluntad de servir, capacidad de arries-

gar, capacidad de superar los fracasos, tenacidad, optimismo, integridad, confianza, sentido común, curiosidad, creatividad y pasión.

Nuevos mercados

Y después de la innovación viene la no menos importante tarea de comercializar. De ello se ocuparon dirigentes de Vocento, Xerox y Deloitte en la mesa redonda 'Nuevos mercados, nuevos canales'. El consejero delegado de Vocento, Luis Enriquez, narró la «historia de cambio inacabada» de la prensa, un sector que ha «cambiado radicalmente» en los últimos 15 años a raíz de la irrupción de Internet, «nuestro dolor de cabeza y a la vez nuestra gran oportunidad». A la Red se han sumado recientemente las nuevas oportunidades que representan las «tablets» y los «smartphones». «La tecnología nos ofrece la oportunidad de llegar a nuevos clientes en nuevas formas», afirmó.

La consejera delegada de Xerox, Paloma Beamonte, reveló cómo su compañía se ha adaptado a los tiempos, evolucionando desde ser «un fabricante de fotocopiadoras e impresoras» a ser «una empresa que va buscando el Sol», ofreciendo todo tipo de servicios a sus clientes. Por su parte, el socio de estrategia de Deloitte, Fernando Pasamón, expuso las experiencias de innovación que su firma ha ayudado a implantar a grandes empresas comerciales. «La tecnología ha permitido que los puntos de contacto de un consumidor con una compañía crezcan exponencialmente. Antes estaban las tiendas, ahora también Internet y las redes sociales», resumió.

LOS PONENTES EN EL ENCUENTRO

Luis Enriquez Consejero delegado de Vocento

«Se nos abren grandes oportunidades que hay que aprovechar»



El consejero delegado de Vocento dijo que en el campo de la Prensa se abren grandes oportunidades que hay que saber aprovechar.

Enriquez afirmó que hay que prestar más atención al lector y ofrecer contenidos distintos en las ediciones digitales de los diarios. «Desde que apareció Internet no hemos parado de equivocarnos y de rectificar», manifestó. Añadió que fue un error volcar íntegramente los periódicos en las ediciones digitales.

Fernando Facés Experto en macroeconomía y profesor

«Las exportaciones son la salida para la economía española»



Este profesor del Instituto San Telmo subrayó que las exportaciones son la salida para que la economía española se

enfrente a la crisis. Según vaticinó, este será un año de transición, mientras que en 2014 se producirá un crecimiento, pero no lo suficientemente grande para crear empleo con potencia. Añadió que Andalucía saldrá con menor velocidad y más retraso de la crisis. Asimismo, reclamó la conveniencia de hacer ya la reforma de la Administración.

Paloma Beamonte Consejera delegada de Xerox España

«Es bueno identificar y analizar muy bien el mercado cada año»



Paloma Beamonte apostó por identificar muy bien el mercado cada año, analizando con detenimiento el patrón de compra de los clientes.

Asimismo, comentó que la innovación es fundamental, pero sin olvidar que también hay que vender para que las empresas salgan adelante. En ese sentido, recordó que Xerox es una compañía que tiene detrás más de cien años de historia. En la actualidad, más del 50% la facturación de Xerox procede del sector servicios.

Juergen Donges Profesor de la Universidad de Colonia

«Los problemas que sufre España no los ha creado Alemania»



El director del Instituto de Política Económica de la Universidad de Colonia afirmó que «los problemas que sufre España no los ha creado Alemania».

Este experto dijo que es beneficioso que España esté haciendo una devaluación interna. Considera que los países con déficit son los que tienen que hacer los ajustes. A ese respecto, subrayó que hay factores que invitan a un cierto optimismo. «Lo importante es seguir por el camino de las reformas», precisó.

Bernard Meunier Consejero delegado de Nestlé España

«La innovación es el arma para crecer en una recesión»



«A pesar de la crisis, nuestra empresa ha crecido en los tres últimos años», señaló Bernard Meunier. A ese respecto, comentó que la innovación es el arma para mejorar en una etapa de recesión. Otro elemento que catalogó de imprescindible en el contexto empresarial es la creatividad. Así, mencionó un test digital realizado por Nestlé en España entre sus trabajadores del que salieron ideas muy fructíferas para la compañía que demostraron el compromiso de los empleados.

Pedro Schwartz Economista y político

«Es muy positivo que España no haya pedido el rescate»



Pedro Schwartz considera muy positivo para España que el Gobierno no haya pedido el rescate a la Unión Europea.

A su juicio, la España que saldrá de la crisis será otra y habrá que saber adaptarse a ello. Schwartz se mostró partidario de los ajustes laborales que se han hecho. «Es algo duro, pero necesario», declaró. Asimismo, apostó por defender a las empresas. También se refirió a que los empresarios deben amoldarse al nuevo sistema financiero.

Emilio Ontiveros Pte. de Analistas Financieros Internacionales

«La economía tendrá un crecimiento tenue este año»



Ontiveros aseguró que el crecimiento de la economía en 2013 será tenue. Explicó que esta crisis dura ya casi seis

años y es la segunda más larga después de la que hubo tras la gran depresión de los años treinta del siglo pasado en Estados Unidos. «Si algún país abandonase el euro, el concepto de mercado interior se debilitaría, aseveró Ontiveros». Este experto recalco que algunas naciones están soportando unos fondos de intereses inaceptables.

Antonio González Barros Presidente de Intercom

«La tenacidad es clave para que un proyecto salga adelante»



Tenacidad y perseverancia son dos cualidades indispensables para que un proyecto triunfe, aseguró el fundador y

presidente del grupo Intercom. Para González Barros, todo emprendedor debe caracterizarse por tener sentido común. Asimismo, defendió que se asuman riesgos en el mundo de los negocios, unidos al compromiso y la determinación. Este experto en la incubación de negocios 'on line' abogó por poner pasión y entusiasmo en lo que se hace.

Fernando Pasamón Socio de estrategia de Deloitte

«La tecnología es la que está generando todos los cambios»



El socio de estrategia de Deloitte afirmó que la tecnología es la que está generando todos los cambios y las nuevas

oportunidades. Pasamón indicó que las redes sociales son un medio fuerte e importante para crear negocios. También citó el cambio radical del consumo y de los hábitos de los consumidores. «Hay que saber manejar bien las infraestructuras, la innovación y las nuevas tecnologías», dijo. Apostilló que los directivos deben crearse los cambios que se hagan.

Destacan la importancia de Internet en el nuevo mundo de los negocios

El consejero delegado de Vocento se refiere a la reconversión de la Prensa y a la necesidad de diferenciar el soporte papel del digital

:: **ÁNGEL ESCALERA**

MÁLAGA. Internet es una herramienta que abre muchos caminos para que las empresas hagan negocio. Así se puso de manifiesto en la mesa redonda titulada 'Nuevos mercados, nuevos canales', moderada por Rafael Ollero, profesor del Instituto San

Telmo, en la que participaron el consejero delegado de Vocento, Luis Enriquez; la consejera delegada de Xenox España, Paloma Beamonte, y el socio de estrategia de Deloitte, Fernando Pasamón.

Luis Enriquez se refirió a la reconversión que está experimentan-

do el sector de la Prensa tras la irrupción de Internet. A ese respecto, apostó por diferenciar los contenidos que se publican en las ediciones impresas de los periódicos de las digitales. A su juicio, fue un error volcar el contenido íntegro de los periódicos en Internet, entre otras

cuestiones, porque los lectores de la Red no quieren artículos sesudos, sino otros más ágiles.

«Internet nos ha abierto la posibilidad de llegar al lector en tiempo real esté dondequiera que esté. Por eso hay que reconvertir el negocio», afirmó Enriquez. Los ciudadanos esperan que nosotros les demos la información y el análisis. Y lo quieren todo ya y al momento», señaló el consejero delegado de Vocento. Por tanto, precisó, es necesario escuchar al lector e identificarlo.

Historia inacabada

Luis Enriquez comenzó su intervención diciendo que venía a hablar de una historia inacabada, en referencia a la relación entre los periódicos e Internet. Asimismo, mencionó el debate existente en los medios de comunicación acerca de si los ciudadanos deben pagar o no por acceder a los contenidos que se publican en la Red. «Desde que apareció Internet no hemos parado de equivocarnos y de rectificarnos», recalcó Enriquez.

Por su parte, la consejera delegada de Xenox España, Paloma Beamonte, tras indicar que su empresa tiene más de cien años detrás de sí, dijo que siempre intentan acercarse a las nuevas generaciones como aval para continuar creciendo en el mercado actual. Beamonte se mostró partidaria de apostar por la innovación, pero sin perder de vista que las empresas deben vender para ser viables.

El socio de estrategia de Deloitte, Fernando Pasamón, destacó que los avances tecnológicos son los que están generando los cambios y las nuevas oportunidades. En ese sentido, mencionó la oportunidad que suponen las redes sociales e Internet. También citó la importancia de tener en cuenta la opinión de los clientes, así como elegir nuevos modelos de negocio, sin perder de vista el cambio radical que se está produciendo en el mundo del consumo.



Luis Enriquez, consejero delegado de Vocento, durante un momento de su intervención en el encuentro de ayer. :: CARLOS MORET

Exportar para salir de la recesión antes

:: **A. E.**

MÁLAGA. Hacerse con el mercado exterior a través de las exportaciones es una oportunidad para que las empresas españolas salgan antes de la crisis. Esta fue una de las conclu-

siones extraídas de la mesa redonda 'Economías y finanzas', en la que intervinieron el director del Instituto de Política Económica de la Universidad de Colonia, Juergen Donges; el presidente de Analistas

Financieros Internacionales, Emilio Ontiveros, y el experto en macroeconomía y profesor del Instituto Internacional San Telmo, Fernando Faces.

Faces señaló que Andalucía tardará más que otras comunidades españolas en superar la recesión por su ausencia de tejido industrial. Por eso, recomendó dirigir los pasos hacia las exportaciones con la finalidad de que esos ingresos suplan a los perdidos por el desplome del sector de la construcción. Faces dijo que tras un año de transición, como será 2013, en 2014 llegará el crecimiento, pero no será suficientemente fuerte para generar mucho empleo.

Ontiveros comentó que era necesaria la devaluación interna de España, pero que esta tiene un límite. Señaló que lo que hace falta es que aumente la demanda como motor para favorecer el empleo y la reactivación de las empresas. Este experto aseguró que España ha hecho ajustes muy importantes, pero se enfrenta a la escasez de los ingresos por el pago de tributos.

Para Juergen Donges, la austeridad fiscal es irrenunciable, así como las reformas estructurales. «Los países con déficit son los que deben llevar a cabo los ajustes», precisó.



Emilio Ontiveros, Fernando Faces y Juergen Donges. :: CARLOS MORET



Antonio González, Antonio Hidalgo y Bernard Meunier. :: C. MORET

La creatividad como aval para triunfar en las empresas

:: **A. E.**

MÁLAGA. La fusión de la innovación y la creatividad es un cóctel que favorece triunfar en el mundo empresarial. De ese modo se expuso en la mesa redonda 'La innovación y el talento como factor de éxito'. Moderados por el secretario general de Instituto Internacional San

Telmo, Antonio Hidalgo, participaron el consejero delegado de Nestlé España, Bernard Meunier, y el fundador y presidente del grupo Intercom, Antonio González Barros.

Meunier explicó que gracias a la innovación y la creatividad su empresa ha crecido económicamente en los tres últimos años a pesar de la recesión que afecta a España. Por su parte, González Barros incidió en la conveniencia de asumir riesgos empresariales, pero teniendo presente cuestiones con la tenacidad, el compromiso y la determinación. Otro factor que consideró imprescindible es el sentido común.

Líderes en búsqueda de inspiración

También los jefes necesitan consejo; de ahí que reputados directivos y empresarios llenaran ayer el auditorio de la Diputación

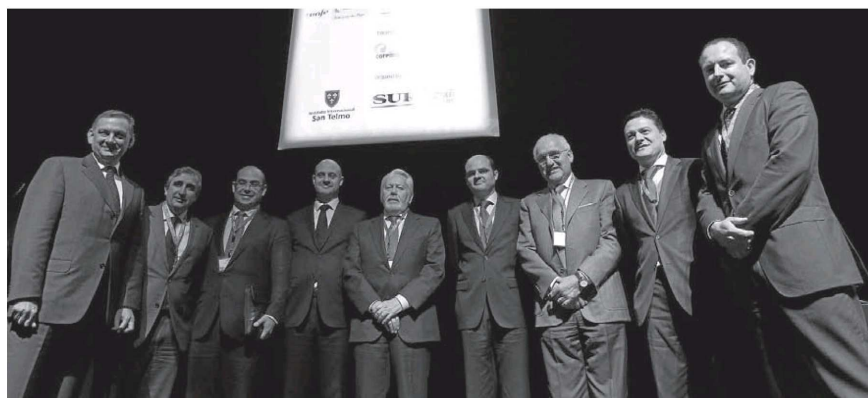
:: NURIA TRIGUERO

Corren tiempos en los que los empresarios avanzan sin mapa, a base de prueba y error. De ahí que numerosos empresarios y directivos no dudaran ayer en aprovechar una oportunidad como la que brindaban SUR y San Telmo. No todos los días se reúnen en Málaga nueve expertos y líderes empresariales de primer nivel para compartir sus ideas y sus experiencias.

Por su experiencia y su prestigio, el presidente de Mayoral, Rafael Domínguez de Gor, podría haber sido ponente en la jornada 'Líderes ante el nuevo entorno económico'. Y sin embargo estaba entre el público, como también su hijo y director general de la compañía, Manuel Domínguez de la Maza. Y es que no suelen perderse oportunidades para enriquecer su visión empresarial, como tampoco lo hace el fundador de Maskom, Sergio Cubero; o los socios de Standby, Pedro García y María José Zoilo. Los representantes de otras exitosas empresas malagueñas como Aertec, Arelance, Coremsa, Jelco, Negocios de Restauración del Sur o Safa Motor también se encontraron en el auditorio de la Diputación.

El sector financiero también acudió a esta ineludible cita empresarial. Javier Arranz y Justino Cortés, del Banco Santander; José Luis López, de La Caixa; y Francisco Gómez, de Banco Popular; fueron algunos de sus representantes. Los principales despachos de abogados de Málaga estuvieron asimismo presentes. Casi todo el equipo de Cuatrecasas encabezado por su director, Francisco Romero; el responsable de la oficina de Garrigues, Aurelio López; Pablo Atencia, de GVA & Atencia; y Fernando Marcos, de KPMG, siguieron con atención las ponencias.

Tampoco faltaron a la cita representantes de organizaciones empresariales como Carlos Blázquez de Asaja, Macarena Regueira de Amupema o Mariano Barroso de Aprean. Les acompañaron responsables de la Diputación Provincial y el Ayuntamiento de Málaga.



Organizadores y patrocinadores de la jornada 'Líderes en el nuevo entorno económico'. :: CARLOS MORET



Unos doscientos empresarios y directivos acudieron a la cita organizada por SUR y San Telmo en el Auditorio de Diputación. :: CARLOS MORET



Pedro García, Ramón Gómez Villares y Pablo Atencia. :: C. MORET



Eustasio Cobreros, presidente de Fundación San Telmo. :: C. MORET