

# Empresas que avanzan

ORIOI AMAT - Catedrático de la UPF y economista

LA VANGUARDIA, 16.07.10

Parece que lo que toca ahora es hablar del fin del mundo, de cierres empresariales, de concursos de acreedores y de lo mal que lo hacen todos. El nivel de pánico existente hace que muchos sólo oigan los mensajes catastrofistas y se pierda autoestima personal y colectiva. Personalmente, pienso que en cuanto a actividad económica y empresarial, lo peor ha pasado. Por ello, es útil seguir lo que están haciendo los que avanzan.

En un periodo de grandes dificultades, hay empresas que consiguen crecer y generar riqueza financiera y social. En ellas, la dirección no se ha despistado y se distingue por dedicar más recursos que el resto de las empresas a recursos humanos (formación, incentivos), a la excelencia en los procesos (calidad total), a la mejora de la competitividad (innovación) y al marketing (potenciación de la marca, internacionalización). Estas políticas favorecen los modelos de negocio ganadores que se adaptan mejor a las transformaciones que se están viviendo en la mayoría de sectores por fenómenos como el bajo coste, la globalización, internet... El modelo de negocio debe permitir que la empresa disponga de ventajas competitivas. En unos casos, la ventaja competitiva es en precio. En otros es a través de la innovación, la tecnología, diseño, la marca, la calidad, la política medioambiental o la responsabilidad social. Una característica común a las empresas que avanzan es que tienen unas finanzas conservadoras. Es decir, financian la mayor parte de sus inversiones con aportaciones de los accionistas o con los recursos generados por ellas mismas. Esto no tiene tanto glamur

como el apalancamiento agresivo, pero aquellas empresas que han sido conservadoras en los años de bonanza, es posible que ahora puedan aprovecharse de oportunidades que trae la recesión, como comprar inmuebles o empresas a un buen precio. O demostrar que las personas son lo primero.

Las empresas que lo están pasando mal normalmente tienen dos rasgos comunes. Por un lado, su modelo de negocio ha quedado desfasado. Por otro, han seguido una política financiera demasiado arriesgada repartiendo dividendos excesivos y poca aportación de capital por parte de sus accionistas.

La crisis económica genera situaciones difíciles para muchas empresas. Pero hay empresas que avanzan, basándose en las personas, la calidad, la innovación, la internacionalización y en las finanzas conservadoras. Todo esto no es nada nuevo.

Como apuntaba al principio, me sumo a los que piensan que lo peor ya ha pasado y coincido con los que creen que hablar de catástrofes genera más crisis. Dentro de poco, cuando la crisis haya pasado, la bolsa, los inmuebles y las empresas volverán a subir de precio con lo que muchos habrán perdido oportunidades. Por ello, la pregunta que podríamos hacernos ahora es: ¿estamos aprovechando las oportunidades del momento actual?