

► ECONOMÍA



Éxito del foro económico. Más de un centenar de personas del mundo de la empresa se dio cita ayer en el antiguo Casino para asistir al Foro Económico que organiza la Fundación Horizonte XXII de la Caja Rural de Ciudad

Real, y en el que el presidente del Grupo Pharos y consultor estratégico, Marcos Urarte, ofreció una innovadora visión sobre los 'Desafíos, retos y oportunidades en un mundo cambiante'. El presidente de la caja, Luis Díaz Zarco, destacó el foro de re-

flexión que han abierto a través de la fundación y su directora, Ana López Casero, resaltó que en esta época de cambio, Horizonte XXII acompañará siempre a los empresarios en sus necesidades como profesionales. / FOTO: T. FERNÁNDEZ

MARCOS URARTE • Presidente de la Asociación de Directores de TIC y del Grupo Pharos

Marcos Urarte fue el encargado de ofrecer ayer una ponencia sobre 'Desafíos, retos y oportunidades en un mundo cambiante' dentro del foro económico que organiza la Fundación Horizonte XXII. Urarte, que posee un amplio y notable currículum, se expresa de forma clara y directa. Se confiesa optimista por naturaleza y afirma que es el momento de reinventarse. Cree que las organizaciones necesitan ahora de liderazgo y cohesión, al igual que destaca la importancia de la confianza, pues «lamentarnos no nos va a servir de nada», asevera.

«Hay que tener capacidad de reinventarse»

M. L. / CIUDAD REAL

Cuales son los principales desafíos que se presentan en el escenario económico actual?

Desafíos tenemos muchos y eso es, precisamente, lo apasionante de esta situación. No obstante, creo que uno de los principales desafíos que tienen las empresas son dos pautas para poder sobrevivir con éxito: la adaptación a los cambios, lo que denominamos la selección natural y que significa que las organizaciones tienen que adaptarse a los cambios; y la adaptación sexual, pues las organizaciones tienen que ser seductoras, capaces de seducir a los clientes, a los mejores profesionales para que trabajen con ellas o a las entidades financieras para que les presten dinero.

¿Cuáles son algunas fórmulas para abordar esos adaptaciones?

Lo primero es tener la capacidad de reinventarse, pues el futuro no es la prolongación del pasado, lo que significa que por mucho éxito que haya tenido una organización antes no tiene por qué seguirlo teniendo. Tenemos que replantear muchos de los paradigmas que hasta ahora dábamos como ciertos y tenemos que tener capacidad de sorprendernos y desaprender muchas de las cosas que habíamos aprendido.

¿Qué sería mejor olvidar?

Más que olvidar hay que romper con paradigmas. Ha habido organizaciones que se han rodeado de psicópatas orientados a re-

sultados y no hay nada peor, pues pienso que las empresas deben mirar a medio y largo plazo y no estar tanto enfocadas al corto plazo como ha sucedido en muchas empresas.

¿Cómo se pueden crear las oportunidades?

Pienso que hay una fórmula de conocer el futuro, y es inventarlo. Las empresas que inventan su propio futuro, lo tienen; las que no lo hacen es posible que dejen de tener futuro. No existen recetas, pero sí creo que las empresas tienen que ser capaces de darse cuenta de lo que lo hasta ahora han estado haciendo puede dejar de tener sentido. Por tanto, creo que la historia no nos debe lastrar para tomar decisiones, sino que para ello hay que ir algo ligeros de equipaje, ya que hoy en día es el pez rápido el que se come al pez lento y hay que estar permanentemente compitiendo.

¿Qué papel pueden jugar las nuevas tecnologías de la información en este escenario de incertidumbre?

Las nuevas tecnologías de la información son una herramienta poderosísima que van a permitir a empresas pequeñas competir con empresas grandes. Van a dar ventajas competitivas, pero también hay que verlas como una cierta amenaza y una de ellas es la importancia de las redes sociales, que harán que la reputación de una empresa se vaya a jugar en internet. Por tanto, las empre-



Marcos Urarte, durante un momento de la entrevista concedida a La Tribuna. / TOMÁS FERNÁNDEZ

sas no sólo van a tener que utilizar las nuevas tecnologías para competir, sino también para mantener su reputación, aunque, sobre todo, abren oportunidades que no habíamos soñado y permiten ir a mercados que, de otra forma, sería imposible ir.

¿Usted ve brotes verdes?

Soy extremadamente optimista, por lo que imagino que estoy mal informado. Pero no es que vea brotes verdes por lo que dicen los políticos, sino porque soy de los que creen que después del verano empezaremos a notar una cierta mejora en la economía, aunque no significará creación de puestos de trabajo, pues mis previsiones de ello apuntan a 2012. No obstante, pienso que vamos a tener la suerte de que la salida de la crisis de otras economías va a tirar algo de nosotros y las empresas españolas que sean capaces de competir van a poder ir a estos mercados.

¿Cree que la mayoría de las empresas han aprovechado las oportunidades o se han centra-

do en las amenazas de la crisis?

Hay de todo. Pienso que, actualmente, en el mercado es como si hubiera una especie de manta que tapa todo lo que ocurre y debajo de ella hay una batalla feroz; empresas que se preparan para el día después y las que no lo hacen, las que se fortalecen y se debilitan, pero en el momento en el que le quitamos la manta al mercado vamos a ver las fortalezas y las debilidades y estas últimas van a ser barridas.

¿Cómo definiría el tejido empresarial de Ciudad Real?

Creo que es mayoritariamente de pymes y empresas familiares, lo que tiene componentes positivos y otros de riesgo. Toda empresa grande ha empezado siendo pequeña y lo que yo transmitiría al empresario de Ciudad Real es optimismo, valentía y que no se preocupen de lo que no pueden hacer y, en cambio, que hagan lo que puedan. Asimismo, pienso que es importante profesionalizar la gestión.

¿Qué repercusión cree que

puede tener en la provincia el aeropuerto y el Reino?

Creo que, sobre el papel, son dos proyectos muy interesantes. El aeropuerto es un instrumento que nos puede permitir competir, aunque por sí sólo es un medio más, aunque muy poderoso, por lo que habrá que pensar qué se hace alrededor de él y ser creativo en ello. El tema del ocio (del Reino) es coherente con uno de los puntos fuertes de España, que es el turismo y ahí tenemos que tener muy claro lo que queremos con estas acciones.

¿Qué le parecen los foros que promueve la Fundación Horizonte XXII?

Me parecen de una utilidad extraordinaria y para mí es un placer estar aquí. Permite a los directores salir de su día a día y mirar las cosas con cierta lejanía y, sobre todo, abrir la mente. Cuando hace sol, el paraguas lo podemos tener cerrado, pero cuando llueve hay que abrir el paraguas, es decir, la mente, y ahora los directivos tienen que abrirla.

