

LA ECONOMÍA española se enfrenta a numerosos problemas: endeudamiento público excesivo, falta de competitividad, paro generalizado, etc. Pero, ¿realmente estamos tan mal? Para el profesor de Alta Dirección de Foro Europeo, Escuela de Negocios de Navarra, presidente de la consultora PHAROS y especialista en gestión de Recursos Humanos, Marcos Urarte, esa percepción no es del todo correcta. En su opinión, la falta de financiación que ha impedido la viabilidad de muchas pymes y micropymes así como la ausencia de un liderazgo que inspire confianza a los mercados son algunos de los factores que han fortalecido esa "mala sensación" que hoy transmite la economía de nuestro país. "Aplicando un símil de meteorología, la temperatura es de dos grados, pero la sensación térmica es de menos cuatro", explicó este experto.

Sin embargo, como también señaló Marcos Urarte, las bases para una próxima recuperación están ahí. "No hay ninguna duda de que el mercado volverá a crecer", apuntó, para aseverar que, al margen de la motivación personal de cada uno, "creo que tenemos un buen nivel de empresarios y directivos".

¿Qué les queda por hacer, entonces, a las empresas españolas? Para Urarte, "las organizaciones tendrían que afrontar un proceso de reflexión estratégica sin condicionantes de partida". Es decir, en palabras del presidente de la consultora PHAROS, "deberían reinventarse". Por eso, invitó a los responsables de esas compañías a buscar nuevas alternativas de negocio y, sobre todo, "a tener la clarividencia y generosidad" para darse cuenta de que, en algunos casos, se enfrentan a un problema mucho

La estrategia y saber aprovecharse de los errores cometidos por los competidores

Un experto apunta algunas claves para obtener éxito empresarial

Marcos Urarte durante una de sus intervenciones en Foro Europeo



más profundo que la caída coyuntural de las ventas. Lamentablemente, hay que tener la valentía para ver que "lo que la empresa ofrece no tiene ningún futuro" porque se ha quedado desfasada.

La siguiente fase

En todo caso, tras reinventarse, el siguiente paso consiste en el establecimiento de una buena estrategia para lo que hay que considerar dos aspectos fundamentalmente. El primero, el conocimiento que la dirección tiene de la entidad que gestiona, del sector en el que desarrolla su actividad así como de la relación que mantiene con sus competidores y clientes. A éste, habría que sumar el hecho, ge-

neralmente aceptado, de que una empresa puede competir en costes, calidad o diferenciación. Por lo tanto, según Marcos Urarte, si se juntan ambos aspectos, un gestor debiera contar

Marcos Urarte es profesor de Alta Dirección de Foro Europeo, Escuela de Negocios de Navarra, y presidente de PHAROS

"Para mí, es fundamental estar alertas, intentar diferenciarse y conseguir el compromiso de los colaboradores", añadió

con los medios de análisis necesarios para decidir hacia dónde desea guiar su organización.

En un momento tan peculiar como el que nos ha tocado vivir, el presidente de PHAROS se mostró proclive, sobre todo, "a fidelizar a los clientes y conseguir otros desatendidos por los competidores". Recordó que no hay que despreciar que la crisis también afecta a quienes se presentan como nuestra alternativa. Por eso, este especialista insistió en que "es fundamental el

estar permanentemente en alerta, intentar diferenciarse y conseguir el compromiso de los colaboradores". Sólo de este modo, será más fácil lograr el objetivo que toda organización persigue y que no es otro que el éxito. En ese sentido, "las empresas que triunfan no sólo tienen una mejor estrategia sino que, además, saben aprovechar los errores de sus competidores", concluyó Urarte.

J.J. / PAMPLONA

REFLEXIONES SOBRE GESTIÓN DE TALENTO Y LIDERAZGO EN LA EMPRESAS

COMO ESPECIALISTA en Recursos Humanos, Marcos Urarte afirmó que resulta muy complicado identificar cuáles pueden ser las tendencias de futuro en el ámbito de la gestión del talento y el liderazgo dentro de las empresas "ya que las circunstancias cambian a una gran velocidad". No obstante, en el primer apartado, este profesor de Foro Europeo animó a las empresas a que construyan una propuesta de valor interna que les permita responder, sobre todo a dos cuestiones: "¿En qué queremos ser excelentes? ¿Qué vamos a poder aportar para que un profesional de valía decida finalmente trabajar y comprometerse con

nuestra organización?". En ese sentido, "hay que seducir, enamorar, comprometer para convertir empleados cautivos en cautivados", defendió este experto.

Por lo que respecta al liderazgo, el presidente de PHAROS recordó que sólo se puede ser referente en la medida en que una persona es identificada por una coherencia y una equidad que le permiten generar confianza entre los que se sitúan a su alrededor. Por ese motivo, finalizó recordando que "si quieres empujar a la gente, ponte delante" o, dicho de otro modo, "un líder debe ser invisible cuando las cosas van bien y hacerse visible cuando hay problemas".

Gas Natural alcanzará Larraga tras invertir 980.0000 euros

GAS NATURAL invertirá noventa y ocho mil euros para que su red de suministro alcance la próxima primavera la población de Larraga, a treinta y ocho kilómetros al sur de la capital, Pamplona. Así se puso de manifiesto en fechas recientes con motivo de una presentación en la que participaron los vecinos de esta población y que contó con la presencia del director del Servicio de Infraestructuras, Instalaciones y Seguridad Industrial del Gobierno foral, José Antonio Ayesa; la alcaldesa de Larraga, María Luisa Ibáñez; el director de Gas Navarra, Ángel Boillos; y la delegada de Gas Natural Comercial en Navarra, Celestina López.

La llegada del gas natural a esta población de la Zona Media de la Comunidad foral es posible gracias a la puesta en marcha del gasoducto de transporte Larraga-Los Arcos, de sesenta y cuatro kilómetros de extensión y cuyas obras ya han finalizado. Cabe recordar que Gas Navarra, filial de Gas Natural en nuestra región, cuenta con una red de distribución de más de mil quinientos

Asimismo, la compañía alcanzó un acuerdo con la Federación Navarra de Municipios, FNMC, para la gestión de tasas

treinta y cinco kilómetros de longitud. Desde 1989, la compañía ha invertido un total de ciento sesenta y dos millones de euros en la Comunidad Foral lo que le ha permitido dotarse de los medios técnicos suficientes para suministrar a más de ciento sesenta y cinco mil viviendas en más de un centenar de localidades.

No obstante, ésta no es la única información generada por la sociedad, ya que sus responsables firmaron estos días un acuerdo de colaboración con la dirección de la Federación Navarra de Municipios y Concejos, FNMC, para facilitar la gestión de las tasas de vuelo, suelo y subsuelo que deben satisfacer las empresas de las localidades donde suministran sus servicios. *1004202*