

## RAÚL ROYO: "EN ESPAÑA NO PODEMOS CRECER MÁS. ES NECESARIO SALIR AL EXTERIOR"

- La jornada "Los caminos de la reactivación: ¿cómo serán el mundo y las empresas tras la crisis?", organizada por APD Zona Levante, ha incidido en la necesidad de internacionalización de las empresas españolas para salir de la crisis
- Enric Fernández, director de economía internacional del Servicio de Estudios de la Caixa, ha apostado por la reducción de las partidas de gasto y la reforma del sistema de pensiones como medidas necesarias en España para recuperar la confianza
- La búsqueda de servicios complementarios, la inversión en innovación y la ampliación del negocio dentro y fuera de España son, según Carlos Navarro, las claves de crecimiento en tiempos de crisis

**Valencia, 16 de junio de 2010-** La Asociación para el Progreso de la Dirección, **APD Zona Levante**, con el patrocinio de **Estrategia y Dirección**, "**la Caixa**" y **Hay Group** ha celebrado esta mañana la jornada "Los caminos de la reactivación: ¿cómo serán el mundo y las empresas tras la crisis?". La presentación ha corrido a cargo de Alejandro Solvay, director general de APD Zona Levante, Jorge Herrero, socio director de Hay Group, y Joaquín Membrado, presidente de Estrategia y Dirección quienes han coincidido en señalar la innovación y la productividad como las asignaturas pendientes de España y la necesidad de la internacionalización en las empresas españolas para salir de la crisis.

En su ponencia "La reactivación: ¿Espejismo o realidad?", **Enric Fernández**, director de economía internacional del Servicio de Estudios de **la Caixa**, ha afirmado que, en el entorno macroeconómico, ya se observan los primeros signos de reactivación, pero al mismo tiempo existen ciertas tensiones que hacen peligrar la recuperación: "La realidad de la reactivación existe, pero a distintas velocidades. Es más fuerte cuanto más lejos estamos de la eurozona, tal es el caso de países como China o Brasil". Precisamente son estas economías las que van a tirar de la economía internacional con unas previsiones de crecimiento entre el 7% y el 10%.

En el caso de España, **Fernández** ha señalado la reducción del déficit público, el endeudamiento privado, el ajuste inmobiliario, la competitividad exterior y la reforma del mercado laboral como factores que marcarán a medio plazo la economía española: "Hay un plan de ajuste por parte del Gobierno que pretende alcanzar el 6% del déficit para el año que viene. Para alcanzar ese objetivo se requieren medidas adicionales a las tomadas hasta ahora que puedan ayudar a la sostenibilidad de las finanzas a medio-largo plazo y que contribuyan a corto plazo a recuperar la confianza, como es el caso de las reducción de las partidas de gasto y la reforma del sistema de pensiones", ha afirmado. Por lo que se refiere al endeudamiento, "en 2010 España tiene necesidades de financiación de 40.000 millones de euros, por lo que debemos trabajar para convencer a los inversores extranjeros de que nuestro país sigue siendo rentable".

Por su parte, **Jorge Herrero**, Socio Director de **Hay Group**, ha presentado las conclusiones del estudio '*Palancas para el crecimiento de la empresa española*' en el que se refleja que el 51% de los empresarios españoles espera salir de la crisis a partir de 2011 y ha destacado como claves del éxito empresarial la inversión en innovación y el desarrollo de mecanismos para conocer el cliente. Así, según Herrero, el 78% de los empresarios cree que la reactivación económica no es todavía una realidad y afirman que para superar la crisis los principales factores de crecimiento son la innovación (86%), la internacionalización (39%), la mejora de la productividad (56%) y la fidelización de los clientes (67%).

### **Cambio en la cultura empresarial**

Para **Joaquín Membrado**, presidente de **Estrategia y Dirección**, es necesario un cambio de cultura en la organización de la empresa para lograr la reactivación. En su ponencia "Innovación y mejora de la productividad: claves para competir tras la crisis", ha señalado que la única forma de enfrentarse a los retos de la competencia y el mercado global es mediante la innovación. "Ocupar segmentos inexplorados del mercado, añadir valor a productos y servicios existentes, el acceso a nuevos canales de distribución y la creación de nuevos productos, servicios o modelos de negocio son resultado de la capacidad de innovación de una empresa. La aplicación de la innovación en todos los procesos empresariales es un factor clave de la competitividad empresarial. Una empresa es innovadora cuando está atenta a la evolución de su entorno y explota las oportunidades que ofrecen los cambios que se producen, dando así valor a sus clientes", ha afirmado.

Los casos prácticos de gestión empresarial de éxito los han aportado **Raúl Royo**, director general de **Royo Group**, y **Carlos Navarro**, consejero delegado de **Siliken**. Ambos, en sus intervenciones, han destacado la importancia de la cultura de la innovación, la internacionalización de la empresa y sus trabajadores y la diversificación empresarial. Así, **Raúl Royo** ha señalado que el contexto actual no puede ser una excusa, "hay que invertir ahora para seguir creciendo, es necesario aumentar la productividad y como en España ya no podemos crecer más necesitamos salir fuera y hacerlo con el menor coste posible".

Por su parte, **Carlos Navarro** ha destacado que, en el caso de **Siliken**, la clave para sobrevivir en un mercado tan cambiante ha sido la diversificación. "La readaptación ha sido posible gracias a que controlamos el canal de venta. El contacto directo con los clientes te permite adaptarte a las necesidades que tienen en cada momento, es muy importante la diversificación continua y constante del negocio con la búsqueda de servicios complementarios, la inversión en innovación y la ampliación del negocio dentro y fuera de España".

Finalmente, la intervención de **Antonio Dolz**, director territorial UNE de Levante y Baleares de **Vodafone**, ha señalado el negocio de las telecomunicaciones como un sector con claras perspectivas de crecimiento. "El negocio del tráfico de datos está creciendo muy rápido, y aunque no hemos alcanzado todavía los niveles europeos, los estudios de mercado señalan que la demanda va a seguir creciendo los próximos años. Por ello, es preciso invertir ahora en tecnología e infraestructuras para poder cubrir esa demanda futura".