



Visión cortoplacista

En un momento tan difícil para la mayoría de las empresas podría parecer hasta cierto punto lógico que gran parte de las mismas esté empleando estrategias muy conservadoras como concentrar sus energías en aspectos tan básicos como intentar vender más,

una buena selección de clientes y posterior gestión de cobros o solucionar las crecientes dificultades de financiación y aplicar severos programas de reducción de costes.

Hasta aquí, todo normal. Pero, dentro de las estrategias de disminución de gastos, hay políticas que nunca pueden ser perjudiciales, como renegociar a la baja los costes de algunos productos o servicios sin que disminuya la calidad, y hay otras que sí que pueden incidir en la continuidad a medio y largo plazo de la empresa. Entre estas últimas, destacaría las siguientes:

Formación: Numerosas empresas han descuidado últimamente este recurso. De hecho, ha disminuido notablemente el promedio de asistentes a jornadas informativas y cursos de formación.

Internacionalización: Tradicionalmente, somos un país mucho menos abierto a los mercados exteriores que nuestros competidores europeos. Ahora, en uno de los momentos más débiles del mercado nacional, muchas empresas no saben cómo abordar el tema de la internacionalización, ya que no lo han hecho nunca. A este aspecto, se suma el déficit que tenemos en el conocimiento de otras lenguas.

Innovación: No se destina suficiente esfuerzo a este apartado. Sin embargo, está sobradamente demostrado que triunfan los que mejor se adaptan a los cambios. En los últimos años, la mayor parte de las subvenciones han sido dedicadas a este capítulo, pero han quedado parte de ellas desiertas por falta de iniciativas o desconocimiento de las oportunidades.

Comunicación: No basta con hacer las cosas bien. Es necesario que la gente se entere y conozca lo que hacemos.

Uno de los sectores que más está sufriendo con la crisis es el de la publicidad, pero si no seguimos protegiendo y potenciando nuestras marcas e imagen será difícil que nuestras empresas tengan futuro.

Nuevas inversiones: Lo peor de la crisis ya ha pasado. Aquellos momentos en que la economía mundial parecía que estaba en caída libre han sido sustituidos por otro escenario en el que muchos países ya se están recuperando y pueden ejercer de motores de la economía mundial. España es de los que más está tardando en reponerse, pero al menos el empresario ya tiene un marco más o menos estable sobre el que planificar nuevas inversiones, imprescindibles para seguir siendo competitivo.

Asesoramiento externo: En los programas de recorte de gastos de ejercicios anteriores se ha prescindido de la contratación de profesionales externos que pueden aportar mucho a la empresa. Si sumamos a esto el efecto de la reducción de plantillas, muchas empresas se han quedado desmanteladas de capital humano.

Numerosas empresas, en su afán de supervivencia, han tenido una visión muy cortoplacista y han dejado excesivamente arrinconada la perspectiva a medio y largo plazo. La continuidad de la empresa y de la economía en general, ha de sustentarse en otra visión con mayor proyección.

Desde ASIVALCO nos ocupamos del mantenimiento y conservación de nuestro polígono industrial, pero promovemos iniciativas relacionadas con formación, innovación, internacionalización, subvenciones ligadas a la implantación de nuevas tecnologías, acuerdos de colaboración con empresas de asesoramiento, etc.

Reitero nuestra invitación a que participéis en estos proyectos pensados para todos vosotros.

Reducción de gastos sí, pero no hasta el extremo de que nos quedemos sin futuro.

Joaquín Ballester
Gerente de ASIVALCO

www.RESIDENCIAL
DEL.MEDITERRANEO.ES

Inmobiliaria Propiedades de Lujo
www.residencialdelmediterraneo.es



Nos dedicamos a gestionar solo viviendas exclusivas de nivel alto (de más de un millón de euros). Disponemos de chalés de lujo, villas, áticos, parcelas, etc., incluso de propiedades que no están publicadas en nuestra web por expreso deseo de sus propietarios.