

Innovación y crecimiento de las empresas en Castilla y León

José Ángel Bueno Rodríguez

Cuando la innovación debe ser el soporte del nuevo modelo económico, no parece que se camine en el buen sentido. En estos días se han conocido los resultados de la inversión en I+D del año 2010 y Castilla y León retrocede por segundo año consecutivo, a diferencia del conjunto del país que se mantiene, situándose en un noveno puesto después de ocupar el quinto.

Pero, ¿Cuáles son las causas por las que la administración, la universidad y las empresas invierten menos? Mientras que en la administración ha disminuido en parte por no saber emplear el dinero, en las empresas tiene que ver con su pequeño tamaño y las debilidades que aparecen cuando se acentúa la crisis.

El modelo empresarial de la región está atomizado a diferencia de los países más avanzados del entorno. La inmensa mayoría de empresas de la región son micropymes y autónomos, con facturación reducida, poca innovación y con un mercado local. Es difícil soportar la inversión en I+D y en otros factores, como una buena estructura comercial, para ser competitivos, cuando la cifra de negocios es poco elevada.

Es necesario ayudar a muchas de las empresas bien gestionadas para que den un salto hacia la innovación e incrementen su valor.

En este contexto muchas empresas se preguntan ¿Qué hacer para crecer?

La primera condición es querer cambiar. Decía Einstein “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. Es difícil que progrese un negocio sin revisar la estrategia y sus procedimientos. La capacidad de adaptación a la realidad socioeconómica es un valor empresarial. Según el Premio Nobel de Economía 2006 Edmund Phelps, las crisis impulsan la innovación y llevan a la formación de nuevas empresas.

No existe una receta, pero si pautas comunes a las empresas con éxito que son capaces de superar el contexto.

Una fórmula no muy utilizada por su complejidad para crecer es la cooperación o fusión entre empresas. Es cierto que existen riesgos de fracaso en el intento, pero es una de las soluciones más viables para la supervivencia. La sinergia que se obtiene de un proyecto común a varias empresas, hace posible alcanzar objetivos que una sola no puede. Optimizar recursos, compartir gastos comerciales, costes logísticos y otros ligados a las economías de escala, significa lograr una presencia internacional muy necesaria para sobrevivir o bajar precios unitarios.

El trabajo en clusters es una opción, pero puede haber otras, como ciertas ayudas desde la Administración, para estimular la cooperación o fusión y vencer la apatía o desconfianza que entre los empresarios existe.

Otra línea que requiere una especial atención es la estrategia del negocio. En periodos de crisis los hábitos de clientes y consumidores cambian. Si no se revisa la estrategia introduciendo cambios, se puede estar ofreciendo servicios y productos que no atienden

a las nuevas necesidades creadas en un nuevo contexto. Se debería pensar más en el cliente que en el producto o servicio que ofrecemos. Hay que alcanzar la excelencia comercial. Nuevas herramientas, como el *design thinking*, utilizadas por las empresas más avanzadas pueden ayudar a descubrir nuevos escenarios y cambiar el modelo de negocio.

Pero ante todo para crecer se necesita mercado más que subvenciones a la contratación de empleados como algunos políticos indican. Y el mercado hoy no tiene límites. Los límites los pone la empresa. Buscar mercados internacionales significa generar riqueza, producir más y crear empleo.

La economía regional presenta un grado de apertura reducido a pesar de los dos planes de internacionalización realizados desde el año 2004 por la administración regional que han conseguido ciertos logros importantes. Nuestras debilidades siguen siendo la concentración de las relaciones comerciales en solo varios países europeos, especialmente con la automoción, y la concentración de las exportaciones en empresas multinacionales, aunque pierden peso a favor de las pymes que mejoran en estos últimos años.

La Administración regional debe establecer más recursos con líneas más proactivas, copiadas de los mejores países, para vencer las dificultades de las empresas. La participación en ferias y en misiones comerciales, la Red Exterior de Promotores o formar a 300 jóvenes en un master es necesario, pero no suficiente.

Existen espacios para progresar. 1º Talento comercial. Se necesitan a los mejores profesionales para esta misión. Ayudas a las empresas para su contratación 2º Presencia en las licitaciones internacionales con organismos multilaterales donde se mueven más de 100.000 millones de euros anuales. Castilla y León tiene abandonado este importante sector al cual como país entregamos cientos de millones de euros en ayudas a países en desarrollo 3º Establecer colaboración con nuevas consultoras expertas en mercados internacionales que logren mejores resultados.

Por último, cuando el crédito escasea parece necesario garantizar el flujo de caja o cash flow positivo para que el dinero circule en el negocio. Tiene que haber un plan de reducción de costes. Revisar contratos, compras a proveedores, trabajos innecesarios o extraordinarios y todas aquellas salidas de dinero de caja, son tareas pertinentes que las empresas deben acometer.