

## Margaride pide más innovación en las empresas

- El directivo pone como ejemplo a imitar los dos últimos proyectos de Thyssen
- Anima a patronal y Universidad para que colaboren en la formación de jóvenes

MAJO FAL

16/04/2005

El presidente del grupo Thyssenkrupp, José Luis Margaride, cerró ayer el IV Foro de Empleo, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de la Feria de Muestras. En su conferencia que instó a los empresarios asturianos a "modernizar nuestras empresas y nuestras cabezas". Este reto al que se enfrenta el tejido industrial y empresarial tanto asturiano como nacional pasa por apostar por la innovación, eso sí, asumiendo los dos principales riesgos al lanzar un nuevo producto, "llegar demasiado pronto o demasiado tarde".

Esto no le sucederá a una de las grandes empresas asturianas, Thyssenkrupp, como la definió su presidente, con el lanzamiento de sus últimos proyectos, dos cabinas de elevadores funcionando en el mismo hueco, y la cinta con un pasillo a dos velocidades. Con este último, Margaride se mostró confiado en que "se llegue a tiempo al mercado" con un nueva cinta apropiada para grandes superficies, aeropuertos y metros.



►► Margaride, a la derecha, ayer en Foro de Empleo. Foto:XURDE MARGARIDE

La innovación pasa necesariamente por una apuesta de las empresas en destinar recursos económicos en I+D. Y sobre todo, por una mayor presencia de los jóvenes como un activo imprescindible por su aportación de nuevas ideas ya que "los principales cambios los han llevado a cabo nuevas empresas". Por ello, Margaride destacó la importancia de la colaboración estrecha entre la Universidad de Oviedo y las empresas asturianas. La formación, ahora ya "no tiene un principio y un final" sino que los ritmos que imprime el mercado obligan a una formación constante tanto de los trabajadores como de los directivos, a los que Margaride les exige "un cambio de mentalidad para convertir a los directivos en empresarios".

UN MUNDO GLOBAL El presidente de Thyssenkrupp dibujó un mundo que "en la mentalidad empresarial debe verse como un potencial mercado". El nuevo panorama "global" en el que marcan los tiempos los países asiáticos e imprimen al resto la obligación de "pisar el acelerador". La preponderante presencia de productos asiáticos en el mercado, especialmente los tecnológicos, se ilustran al comprobar que son los fabricantes de dos tercios de los DVD´s, y un tercio de los móviles.

Conseguir ser competitivos sólo se consigue construyendo empresas "europeas" para abaratar costes de producción y distribución. Como no podía ser de otro modo, también es necesario entender como valor añadido la calidad y la responsabilidad social. En definitiva, en palabras de Manrique el futuro pasa por

"ser honesto, frugal y estar preparado".