

# “La confianza es la piedra angular de la reputación”

Arturo Díaz

*ADVICE Strategic Consultants es una consultora económica y empresarial, fundada en 2009 por varios socios, entre ellos, Jorge Díaz-Cardiel y María José Durandegui. Anticipan tendencias en la economía, la sociedad,*

*los sectores de actividad y las empresas, para ayudar a sus clientes a tener éxito en los negocios.*

**¿Qué servicios prestan a sus clientes que según ustedes les ayudan a ser más exitosos en el negocio?**

Prestamos consultoría basada siempre en datos de informes y estudios, prefe-

rentemente los nuestros, realizados con el mayor rigor técnico y metodológico, para garantizar fiabilidad. Identificamos los factores del éxito empresarial para grandes empresas e instituciones. Incluso los partidos políticos. De esta manera, pueden tomar decisiones informadas para triunfar: en ventas, marketing, comunicación, *business intelligence*, etc.

**¿A qué sectores y tipo de empresas pueden interesar los estudios que ustedes preparan y publican? ¿Trabajan también en el sector público?**

Acumulamos una experiencia de 30 años en sectores como Gran Distribución, Telecomunicaciones, Entidades Financieras, Gestión de Infraestructuras, Tecnologías de la Información, Energéticas, Alimentación y Turismo, entre otros. La gran empresa española y principales multinacionales con presencia en nuestro país, se interesan por nuestros estudios, porque les aportan valor. También trabajamos para el sector público, en el ámbito macroeconómico.

**¿Sus estudios e informes se refieren únicamente a España, o también a otros países?**

Nuestros Estudios -económicos, sociológicos, empresariales-, ponen foco en España, la Unión Europea, Estados Unidos y los Emergentes. Aunque el deseo de tener certezas sobre la recuperación económica hace que muchas empresas se interesen por nuestros estudios económicos en España.

**¿Cuáles son las empresas más exitosas en España? ¿A qué es debido que se las considere así?**

Hace más de diez años iniciamos una investigación para averiguar qué empresas son más exitosas en España, identificando las palancas del éxito, tanto en las épocas de bonanza como durante la crisis. Llevan en su ADN esos parámetros que las hacen exitosas: desde la calidad de productos y servicios, la excelente atención al cliente, la



estrategia corporativa, la gestión empresarial o la aportación del líder a la cuenta de resultados. Empresas españolas tan relevantes como Telefónica, El Corte Inglés, La Caixa o Abertis, entre otras, destacan por esos criterios, por ejemplo. La internacionalización hace que destaquen, en otros ámbitos, empresas como Inditex y Mango, Iberdrola y Gas Natural, y bancos como Santander y BBVA, donde también triunfa Telefónica.

**Explíquenos cuáles son los parámetros del éxito empresarial de esas compañías.**

Telefónica destaca por su foco de negocio y su estrategia corporativa. Está liderando la transformación digital y avanzando la economía y la sociedad del conocimiento, en España y en Europa: cada vez es más líder internacional, como destacó el mes pasado la revista Fortune. Sus volúmenes de inversión y empleo, así como la apuesta por la innovación, la convierten en esencial para el PIB nacional y buque insignia de nuestra economía.

La Caixa (CaixaBank) lidera el mercado nacional, aunque ha recibido galardones internacionales (Euromoney, The Banker) como banco más innovador tecnológicamente del mundo. Apuesta por nuestra economía gracias a su cartera de empresas participadas (Gas Natural Fenosa, Abertis, Repsol, AGBAR, etc) y, con su Obra Social contribuye al bienestar de la comunidad, lo que le ayuda a ser aún más exitosa.

El Corte Inglés pertenece a un sector - Gran Distribución-, que infunde confianza en los españoles, especialmente entre las mujeres (51% de la población). La sociedad no entiende España sin El Corte Inglés, que destaca por su atención al cliente, y la calidad de sus productos y servicios. Su apuesta por internet en España y en Europa está siendo exitosa en el comercio electrónico.

**¿Quiénes son los mejores gestores empresariales en España? ¿Cuánto aporta el líder al éxito del negocio?**

Un excelente líder empresarial puede aportar hasta un 64% a la cuenta de resultados. Son reconocidos por los directivos, analistas, periodistas y políticos, empresarios exitosos de la talla de César Alierta, Isidre Fainé, Isidoro Ál-

varez, Ignacio Sánchez Galán, Pablo Isla, Francisco González, entre otros. Tienen reputación como excelentes gestores. Y, al mismo tiempo, hay empresarios, que tienen gran notoriedad, como Amancio Ortega, Emilio Botín, Rafael del Pino y Florentino Pérez.

**¿Ayudan la reputación y la RSE a la generación de negocio y al éxito empresarial? ¿De qué manera?**

Sin lugar a dudas la respuesta es afirmativa. La reputación concede a las empresas una “licencia” para operar exitosamente con legitimidad y con autoridad: una empresa con reputación y

que apuesta por la RSE se comportará con honestidad y cumplirá sus compromisos con terceros, es decir, con sus *stakeholders*: clientes, proveedores, empleados, etc. Este comportamiento ético es premiado en forma de mayor consecución de negocio. Condición *si-ne qua non* es ser siempre una empresa con reputación y apostar continuamente por la RSE. Esta es una de las cuestiones que analiza el “Estudio ADVICE de éxito empresarial con o sin crisis”.

**¿Son la reputación y la RSE parámetros del éxito empresarial? Explíquenos por qué.**



**Jorge Díaz-Cardiel Torres**

Licenciado en Ciencias de la Información y en Filosofía y MBA por Babson College (Boston). Experto en la realidad empresarial y económica norteamericana, tras 26 años trabajando para compañías estadounidenses. Ha sido director general de Ipsos Public Affairs; socio y director general de Brodeur Worldwide y de Porter Novelli International; director de Marketing y Ventas de Intel Corporation Iberia; director de Relaciones con Inversores de Shandwick Consultants; periodista de Negocios en Actualidad Económica y de Economía en Europa Press.

Lo son cuando responden a una realidad objetiva y no a una mera cuestión de imagen. La reputación la otorga el éxito empresarial conseguido éticamente y no la mera transmisión de imagen. Las últimas décadas están llenas de ejemplos de grandes empresas que tenían apariencia de exitosas y reputadas y no eran ni lo uno ni lo otro, como sucedió con Enron.

En cambio, si Telefónica apuesta por la innovación en nuestro país y a contribuir riqueza y empleo, se gana a pulso la reputación y el reconocimiento de la sociedad. Lo mismo le sucede a La Caixa con la responsabilidad social a través de su Obra Social, que le genera confianza, lo cual, a su vez le consigue negocio. La confianza es la piedra angular de la reputación: no existen la una sin la otra.

Hoy, la sociedad y las pymes quieren utilizar las nuevas tecnologías: la población general, para la educación, el ocio, la conectividad, la movilidad, el estar informados, etc. Y las pymes quieren aumentar la productividad y la competitividad, gracias al uso intensivo de las tecnologías de la información. En los dos ámbitos, Telefónica destaca positivamente, por avanzar la Agenda Digital de nuestro país. Hay empresas tecnológicas, como SAGE, que están muy centradas en ayudar a que las pymes triunfen.

Con los bancos, sucede lo mismo y, si fuera de nuestras fronteras tienen éxito Santander y BBVA, también Sabadell; dentro destaca CaixaBank, porque provee crédito solvente y ayuda a familias y empresas: así lidera el mercado nacional, con excelente atención al cliente. Banco Popular está muy identificado con la pyme.

El consumo de las familias es muy importante y, por tanto, la aportación del sector de la Gran Distribución es esencial y, ahí, destaca El Corte Inglés, quien hace continuos esfuerzos de reinención para adaptarse a las necesidades de la sociedad española.

**¿Cuáles son las empresas con más reputación de España? ¿Por qué motivos?**

Preferimos hablar de empresas más exitosas que, como consecuencia de hacer bien las cosas, consiguen reputación. Y, sobre todo, hoy es esencial que



las grandes empresas contribuyan a la recuperación económica de España: a salir de la crisis, animar el crecimiento económico y generar empleo.

Las grandes empresas antes mencionadas están vinculadas a parámetros esenciales para la recuperación: innovación, contribución social mediante el pago de impuestos y la responsabilidad social, creación de empleo (la gran empresa supone el 37,2% del empleo nacional, versus el 33% de la Unión Europea), apoyo a la pyme, internacionalización y exportaciones, dar buena formación a los empleados, atraer inversiones a España, estar en sectores competitivos y de futuro, etc.

**¿Qué empresas tienen la mejor RSE de España? ¿Por qué se considera así?**

El último ranking de ADVICE sobre las empresas que tienen la mejor RSE daba el siguiente resultado: primero, La Caixa, seguida por El Corte Inglés,

Inditex, Mercadona, Telefónica, Iberdrola, Repsol, Santander, Endesa y BBVA, entre otras. La RSE, aquí, se asociaba a estos parámetros: crear o mantener empleo, respetar el medioambiente, ofrecer la mejor calidad-precio en sus productos y servicios, investigar para mejorar, y apoyar proyectos sociales.

**Es usted también articulista y escritor. Háblenos de estas aficiones y qué le aportan.**

Hemos publicado varios libros sobre economía, empresa y relaciones internacionales. Los más recientes son "Obama y el liderazgo pragmático", "La Reinención de Obama" y "Éxito con o sin crisis". También, sobre esas temáticas hemos tenido más de 3.000 intervenciones en medios -prensa, radio, televisión e internet- en los últimos años. Procuramos aportar ideas y argumentos con datos, útiles a la sociedad y la comunidad empresarial ■