


PLATAFORMA 2i

Alfrán innova con Alfranjet, modelo internacional de servicio integral

La apuesta por la innovación de la compañía andaluza la coloca en una posición de liderazgo dentro del sector de productos y servicios de revestimientos para equipos que soportan altas temperaturas

Redacción / SEVILLA

Alfrán fue la empresa protagonista de la primera sesión de la Plataforma 2i en el nuevo curso 2008-09, en el que participan destacadas empresas líderes andaluzas en la cuarta edición de esta comunidad de prácticas promovida por la primera consultora de innovación en Andalucía, IND Consultores, y apoyada por Dopp Consultores.

Alfrán es una compañía andaluza que forma parte del Grupo Aldomer, propiedad de la familia de su fundador Fernando Domínguez Alfaro. A lo largo de más de 80 años de historia, cuatro generaciones han trabajado en el desarrollo de un grupo industrial que, gracias a la innovación continua, "ahora se encuentra en una posición inmejorable en un mercado cada vez más globalizado y competitivo", en palabras de su director general.

Alfrán ofrece servicios integrales en mano a varios sectores industriales y de construcción relacionados con altas temperaturas, como el refractario, la protección pasiva contra incendios y los tratamientos térmicos de equipos de calderería industrial. Los refractarios, materiales estratégicos, resisten las temperaturas necesarias para la obtención de materiales básicos, como el acero, el cemento, el aluminio, el cobre, la energía, los combustibles y derivados del petróleo, la cerámica y el vidrio, entre otros.

La empresa ha creado un innovador modelo de negocio basado en la integración de una serie de actividades complementarias para la construcción y el mantenimiento de plantas y equipos industriales. Este enfoque de servicio integral supone una ventaja para el cliente, que cuenta con una mayor garantía, coordinación y seguridad de los trabajos al tener un solo responsable. Además, la integración de estas actividades fomenta la innovación en la empresa, tanto en el desarrollo de materiales y sistemas de construcción, como en tecnologías de instalación.

Los servicios integrales de Alfrán incluyen trabajos como el mantenimiento preventivo, ingeniería de instalación y diseño de materiales, fabricación de refractarios y aislantes, demoli-



Jesús Gomez Millán, Carlos Domínguez, Margarita Álvarez y José María Domínguez, directivos del Grupo Alfrán.

FOTOGRAFÍAS MANUEL GÓMEZ

Integrantes 2i



FUENTE: 2i. GRÁFICO: Depto. de Informativa.

ción e instalación de materiales y secado de instalaciones. La compañía también ha implementado el modelo propio de negocio del Servicio Integral a los Tratamientos Térmicos de Estructuras y a la Protección Pasiva contra Incendios.

En 1997, Alfrán introdujo en el mercado español una nueva tecnología con un sistema innovador de instalación de materiales refractarios no conformados, conocido como Alfranjet, que le ha permitido abrir mercado y ser líder en sectores tan estratégicos como siderurgia, metales no ferreos, cemento, petroquímica o centrales térmicas. Las ventajas de este sistema (que ofrece una gran rapidez de instalación, minimización de riesgos a personas e instalaciones y reducción drástica de contaminación y residuos, evitando toda

agresión al medio ambiente), han permitido que Alfrán se convierta en líder en los mercados de la Península Ibérica y México.

La solidez de la empresa viene avalada por la fidelización de los clientes que, con la globalización, requieren servicios en otras zonas de negocio fuera de España y de Portugal. Por ello, hace ya tres años, se creó Alfrán México, una empresa de servicio integral, con sede en Monterrey, para penetrar en los mercados latinoamericano y norteamericano. Recientemente se ha constituido Alfrán Magreb, en Casablanca, como plataforma para los países de esa zona geográfica y de Oriente Medio, siempre utilizando el exitoso modelo de instalación del servicio integral.

Como estrategia de diversificación, Alfrán se ha introducido también en el sector de la pro-

tección pasiva contra incendios, que consiste en establecer barreras de aislamiento que, en caso de incendio, aseguran una resistencia y contención del fuego durante un tiempo suficiente que permita la evacuación de personas y facilite las labores de extinción de las llamas.

En esta misma línea de posicionamiento y diferenciación continúa trabajando Alfrán desde hace ya más de diez años, cuando comenzó con la introducción en las acerías de España de revestimientos monolíticos, que por entonces era una tecnología totalmente innovadora. Esta introducción se hizo mediante un proyecto de I+D, con la colaboración y compartiendo experiencias con Acerinox y con el patrocinio y ayudas del CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial) y de la Junta de Andalucía.

Posteriormente, según manifiesta el director comercial de Alfrán, José María Domínguez, "la empresa ha seguido innovando con diversos y periódicos proyectos de I+D+I que la han permitido mantenerse en una posición de liderazgo en el mercado". De hecho, durante estos últimos años, Alfrán ha destinado más de un 5% de su facturación anual a proyectos relacionados con la I+D+I.

Por otra parte, en palabras de Jesús Gómez Millán, director técnico y de Tecnología, "en la actualidad, Alfrán está desarrollando un proyecto innovador, con la colaboración de un importante grupo mundial cementero para el diseño de nuevos productos para revestimientos. Estos productos deben resistir el importante cambio que se ha producido en las condiciones de trabajo en los hornos de las plantas de cemento con la introducción de combustibles alternativos, para el aprovechamiento de toda clase de residuos como aceites, lodos, neumáticos, restos agrícolas y animales, etcétera, ante la carestía de los combustibles tradicionales como el carbón, coque y fuel-oil.

Carlos Domínguez, consejero delegado del grupo Aldomer, descubre el ingrediente fundamental incluido en su receta mágica para alcanzar el éxito: "Nuestro modelo de servicio integral está basado en el capital humano de nuestra empresa. Todo el logro empresarial alcanzado y la capacidad de innovación y expansión del grupo no hubieran sido posible sin la implicación, fidelidad y competencia de todas las personas que lo componen, y que son, sin lugar a dudas, su activo más importante y principal".

EL POLIEDRO

No se hacen espartanos de repente

José Ignacio Rufino
economíaseempleo@grupojoi.com

Paradoja: la contracción del consumo y del endeudamiento familiar resulta tan necesaria como peligrosa



Back to basics" viene a querer decir "de vuelta a lo básico". Es una expresión usual y sonora en aquel idioma, mientras que la traducción al nuestro es más seca, más castellana. Si la metes en Google en inglés, te saldrá en los primeros lugares de la búsqueda el último disco de Christina Aguilera, de forma que no hay peligro de resultar redundante si la utilizamos para hablar de lo que se nos viene encima. Por necesidad o por virtud, tanto da. La vuelta a las raíces, a los buenos propósitos, a lo sustancial, es un afán típico de la resaca: casita, sofá, caldito, música, cabezadita, un poco de tele, aunque sea basura (casi mejor). Pocas pretensiones. Valorar las pequeñas cosas y utilizar la técnica del camaleón, tan útil en la canchales del verano como en ignicaciones tiempos de tribulación: mover, como mucho, los ojos.

La que se nos viene encima no es más que el efecto de los excesos, y ahora se impone sobrelevar la jaqueca y la ardencia con la mayor presencia de espíritu posible, intentando no precipitarse y no caer en ataques de pánico ni de ira. Como usted y yo estamos un poco empachados de literatura sobre la crisis, puede venir bien hablar sobre nuestra capacidad de sobrevivir a ella, ese monstruo ubicuo. Previamente, cabe decir que la semana ha vapuleado el patrimonio de los inversores en bolsa —ese supuesto termómetro que debería medir el valor de las empresas pero que, histórica y ludópata, no lo hace—, y ha dejado claro, por si no lo tuviera ya, que este toro tiene una lidia más fina. Aunque, sinceramente, a pesar del dato-mazazo del paro esta semana, la calle emite pocos signos de zozobra: entrando en esta redacción he visto el centro de la ciudad tan repleto de compradores como a finales de cualquier diciembre. Quizá no compraban, sino que paseaban entre los escaparates; puede ser. Pero intentemos volver a lo básico.

No hemos podido tener mejor lección práctica del peligro que para una economía supone que la *economía real* tenga cada vez menos que ver con la *economía financiera*.

Es decir, técnicamente, que la evolución del valor agregado que generan las empresas de un territorio tenga poco que ver con la de las cotizaciones que dichas empresas arrojan en el mercado de valores. Ambas cosas divergen con mayor intensidad en los periodos de crisis. Dicho esto, cabe hablar nuestra capacidad de contraer nuestro tren de vida, de soltar aire y volver a nuestro ser, un ser más real y menos financiero (en el sentido perverso del término). Y, sobre todo, si es posible o es inútil intentar inculcar a los que no tienen treinta años ciertos valores que los de cierta edad hemos conocido, y quizá olvidado.

No quisiera yo ponerme melancólico, sobe todo cuando nunca he sido precisamente un espartano de libro. No obstante, el pan con chocolate, el pantalón heredado con sucesivas marcas de dobladillo, el veraneo en el pueblo, la bici y el dormitorio compartidos, el cuarto de baño supercompartido... son difícilmente vendibles a las nuevas generaciones, ni a nosotros mismos ya. El petulante y muy costado culebrón con pretensiones *Amar en tiempos revueltos*, y mucho más cercanos, los episodios de *Cuéntame* invitan a hacer algún comentario sobre nuestra capacidad de reducir nuestro consumo y nuestro endeudamiento. Y eso tanto en términos *microeconómicos* (o sea, en lo que se refiere a las personas y las empresas) como *macroeconómicos* (en lo que se refiere al agregado de todos los agentes de una economía). ¡Vamos a reducir nuestra tremenda velocidad de disparo en la barra, en los restaurantes, en los viajes, en los alquileres, en las primeras comuniones, en el carísimo destilado con aroma a pepino, en la ropa de marca y de temporada, en la exigencia de termóstata, en la gálctica romería de mi Virgen? Con seguridad, no enfundaremos con la misma velocidad con la que sacamos el arma. Lo malo es que si lo hicéramos todos a una, la debacle sería segura. ¡Recuerdan aquello de que lo de España iba a ser un *atterrizaje suave*?



Juan Llimona, José Guerra, Juan Lucas Retamar y Jesús Nebreira.

CTA, una alianza estratégica para fomentar la innovación

La Corporación incentiva proyectos que aúnen los esfuerzos de investigadores y empresas

Redacción / SEVILLA

El invitado a la Comunidad de Prácticas de la Plataforma 2i fue en esta ocasión José Guerra Macho, director general de Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA). Durante su intervención explicó los objetivos que guían a esta fundación privada, promovida por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía y que agrupa a los investigadores de la universidad y centros de investigación, a las empresas con vocación innovadora, a entidades financieras y a la Administración Pública.

Según José Guerra, la Corporación tiene como misión "promover y promover la transferencia de conocimiento y tecnología entre grupos o centros de investigación y empresas, para generar beneficios económicos y sociales". La finalidad es clara: que los grupos de investigación andaluces, con el acicate de la demanda empresarial, se habitúen a trabajar enfocando sus esfuerzos

hacia el mercado, y que las empresas, al mismo tiempo, aprovechen el conocimiento que emana de las universidades para situarse en vanguardia y contribuir al crecimiento de la economía andaluza, avanzando así hacia un perfil de mayor valor añadido. En la actualidad, cerca de mil investigadores universitarios colaboran con ella.

CTA incentiva proyectos empresariales de I+D+I con la premisa de que éstos sean viables económica o socialmente y de que en su desarrollo participe, en no menos del 15% del presupuesto total, un grupo o centro de investigación. Desde su creación a finales de 2005, la Corporación ha aprobado 180 proyectos empresariales que han movilizado, en su conjunto, una inversión de 168,6 millones de euros y que han recibido 51 millones en incentivos. Los grupos de investigación cuentan con un presupuesto que supera los 32 millones de euros. La Fundación cuenta con 127 empresas miembros que han realizado una aportación de más de 108 millones, destinados exclusivamente a financiar proyectos.

A juicio de José Guerra, Andalu-

cia afrontará en los próximos seis años "una de las etapas más relevantes para su futuro". Su previsión incluye que, hasta 2013, la comunidad cuente con una importante dotación de recursos procedentes de la UE para impulsar la innovación, "por lo que es tarea de todos los agentes económicos y sociales, ya sean públicos o privados, ponerse a trabajar para que esa dotación se aproveche y sirva para dar un necesario impulso a la competitividad".

A Andalucía le corresponden inicialmente cerca de 900 millones del Fondo Tecnológico que la UE. De esta cantidad, 400 millones se destinarán a proyectos empresariales de I+D+I, cuantía que el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) va a complementar con otros 600 millones. Andalucía tendrá así a su alcance un total de 1.000 millones para financiar propuestas de I+D+I hasta 2013.

Pero que Andalucía obtenga o no esta dotación dependerá, según Guerra, de la capacidad de articular proyectos de calidad merecedores de esta financiación. Y ahí será crucial el trabajo conjunto desde los ámbitos público y privado.

Diez claves con las que alcanzar la meta empresarial de la I+D

IND Consultores impulsa un decálogo para gestionar la innovación de forma sistemática

Redacción / SEVILLA

El equipo de apoyo de la Plataforma 2i, constituido por personal de la empresa IND Consultores, comenzó en la primera sesión de esta cuarta edición la presentación de las diez Claves de la Innovación, que se desarrollarán a lo largo de los sucesivos encuentros.

Juan Lucas Retamar, consejero delegado de IND Consultores, hizo un breve recorrido por las distintas Claves de la Innovación, resaltando la importancia de que todas estén presentes, en mayor o menor grado, en una empresa que desee gestionar su innovación de forma sistemática. Expuso también el modelo de Gestión de la Innovación que aplica IND Consultores en su labor de acompañamiento a las empresas con las que colabora, modelo basado

en la implantación progresiva de ese importante decálogo.

A continuación intervino Jesús Nebreira García, Socio Director de IND Consultores, que comenzó abordando la importancia de entender las distintas facetas de la innovación desarrollando proyectos orientados, tanto a generar nuevos productos y servicios, como a introducir cambios significativos en los procesos productivos y de comercialización, y en la gestión y en el modelo de negocio.

Esas diez claves repasan desde cómo entender la innovación hasta la gestión de las ideas, los proyectos, las alianzas y redes que conforman o las vías de financiación. En definitiva, un decálogo que, aplicado a la empresa, facilita la apuesta decidida por la .