

Forma 5 se abre a nuevos mercados de la mano de su esfuerzo innovador

La empresa familiar sevillana, que se encuentra entre los tres primeros fabricantes nacionales de mobiliario de oficinas, apuesta por una estrategia de innovación y expansión internacional

Redacción / SEVILLA

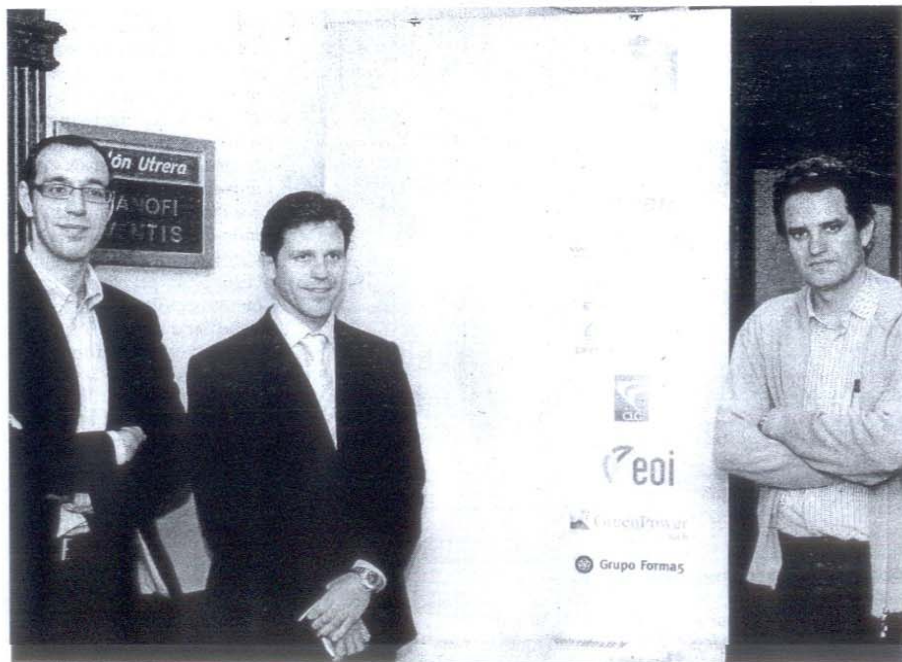
El Grupo Forma 5 tiene claro que para sobrevivir y crecer en un mundo globalizado la innovación es la única clave. Esta empresa, que fue la protagonista de la última sesión de la Plataforma 2i, promovida por IND Consultores e impulsada por Dopp Consultores, nació en 1982, cuando Gordiano Fernández constituyó una sociedad dedicada a la fabricación de mobiliario operativo de oficinas, contando entonces, con unas instalaciones de 400 metros cuadrados. Un año más tarde, se creó otra sociedad, dedicada a la fabricación de sillería, y en 1991 se amplió nuevamente con la creación de la división de mobiliario barnizado.

El Grupo Forma 5 entiende que la diversificación es necesaria en la política de la empresa y así lo demostró nuevamente cuando en 2002 se produjo la incorporación de mobiliario metálico y los recientes proyectos de mobiliario de colectividades.

En los últimos diez años, la empresa, según palabras de sus propios directivos, ha realizado fuertes inversiones. En 1997, la superficie de sus instalaciones era de 14.000 metros cuadrados y, desde entonces, las inversiones de ampliación han ascendido a más de 35 millones. Actualmente, cuenta con 45.000 metros cuadrados de instalaciones industriales dotadas de infraestructuras y tecnología punta, con una reserva de suelo 25.000 más. El grupo cerró 2008 con una facturación que rondó los 40 millones de euros.

Una de las causas del crecimiento que ha experimentado la empresa en los últimos años ha sido consecuencia de llevar la innovación a la base de su plan estratégico y, de este modo, ofrecer de manera integrada tanto los productos (artículos con sistemas mecánicos patentados y diseños innovadores), la gestión (ERP propio, gestión de proyectos de desarrollo) y el servicio (sistema de plazos de entrega, formación del producto al cliente, por citar algunos).

El compromiso de la compañía con los trabajadores es el de ofrecerles un futuro laboral en el que puedan formarse y crecer junto a la empresa y donde puedan conciliar la vida laboral y familiar. La conciencia social del grupo incide también en la seguridad laboral de una plantilla de 350 personas. Todas las instalaciones disponen de certi-



El equipo directivo de Forma 5, tras su intervención en la jornada de trabajo de la Plataforma 2i.

Integrantes 2i

NO SDO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA



EOI



GreenPower tec



Grupo
Forma 5



CLC



alfran
Alfran

FUENTE: 2i. GRÁFICO: Dpto de Infografía.

LAS CLAVES DE LA INNOVACIÓN

La necesidad de organizar la innovación, dotarla de presupuesto y medir el resultado

En la cuarta sesión de la comunidad de prácticas, IND Consultores continuó el desarrollo de las diez claves de la innovación, centrándose en la necesidad de disponer de una adecuada organización para innovar, de tener un presupuesto específico y de manejar indicadores que permitan medir resultados. Juan Lucas Retamar, consejero de IND, recordó que "una empresa innova sólo en la medida en que está organizada para hacerlo". Desarrolló nueve funciones de innovación a las que la organización debe dar respuesta, incidiendo en la función básica del director general, y finalizó analizando la figura del responsable de Innovación y

las condiciones bajo las que resulta conveniente contar con un comité de Innovación que actúe en los procesos de aprobación y seguimiento de proyectos. Jesús Nebriera, socio de la consultora, expuso las particularidades del presupuesto de innovación, la metodología para su elaboración y sus principales partidas. Su existencia, independiente del presupuesto general de la compañía, es un requisito fundamental para el éxito del esfuerzo innovador. Habló también sobre la necesidad de contar con indicadores sólidos para controlar los resultados de la innovación. Deben ser pocos, pero significativos y fáciles de obtener.

ficados CE, y están certificadas por empresas externas oficiales.

La organización basa su modelo de negocio en la comercialización de los productos a través de una red de distribuidores especializados en mobiliario de oficinas, y estudios de arquitectura y diseño de interiores. Es capaz de ofrecer a sus clientes la posibilidad de encontrar en un mismo fabricante todo lo necesario para el amueblamiento del espacio de trabajo, desde puestos operativos, a zonas de colectividades o uso común, hasta puestos directivos del más alto nivel, todo ello con una más que destacable relación calidad-precio.

Sin embargo, Grupo Forma 5 no es ajeno a la situación de crisis que viven los mercados y que ha hecho mella en el sector del mueble, muy afectado por la caída del sector inmobiliario y el alza del paro. La caída general del sector, según su Director General, Guillermo Mateos, "a lo largo de 2008 rondó el 21% y la perspectiva para 2009 es que vuelva a caer otro 20%, siendo ésta una situación más dura que la que se vivió en 1993. "Nosotros también hemos caído, aunque bastante menos, en torno al 7% en el mercado nacional e intentaremos que para 2009 sea similar".

Para el responsable de la empresa, "el mueble de oficina se vende por dos razones fundamentales: al generarse nuevos puestos de traba-

jo o por hacer reposiciones por motivos de cambio de imagen, y éste no es el mejor momento para ello. "Nuestra empresa lo nota menos que la competencia porque ha realizado inversiones en los últimos dos años por valor de 2,5 millones para el desarrollo de nuevos productos", añaden.

Además, Grupo Forma 5 se ha marcado un ambicioso objetivo: la expansión y reposicionamiento a nivel internacional para llegar a los 100 millones de facturación en 2014 y que el 50% de la facturación proceda del mercado exterior.

Para ello, la organización sienta sus bases sobre tres pilares fundamentales, que se resumen en el proyecto Da Vinci, un amplio movimiento revitalizador para la compañía.

El primer pilar es el reposicionamiento del producto. Con el fin de acceder a productos de una gama media-alta, hace dos años la firma reestructuró su proceso de colaboración con diseñadores de reconocido prestigio internacional. La importante apuesta por la I+D se tradujo en la ampliación del departamento, que cuenta con 12 personas con la más alta cualificación y dotado de las herramientas más actuales en software, hardware, maquinaria para prototipación rápida y ensayos mecánicos.

El segundo motor es el marketing. Desde la implantación del CRM como herramienta de comunicación y colaboración con el cliente, ésta se ha modernizado y dotado de útiles mecanismos gracias a las cuales, el cliente puede acceder *on line*, a toda la información fruto de su relación con el grupo: consulta de facturas, albaranes, realización de pedidos, consultas técnicas... Grupo Forma 5 pone también a disposición de sus clientes, en colaboración con empresas informáticas especializadas, un software para el diseño en 3D de ambientación y simulación virtual de amueblamiento de oficinas.

Y el tercer pilar, la expansión internacional. La compañía ha distribuido sus productos en España, Francia y Portugal, pero desde hace un año se comercializan también en Oriente Medio contando ya con clientes en Dubai y Arabia Saudí. Actualmente, se está introduciendo en el mercado británico, con la inauguración en febrero de un *showroom* en Londres y la apertura de distribuidores en Irlanda, Benelux y Suiza. En una segunda fase, abarcará el resto de Europa, incluida Rusia.