


**PLATAFORMA 2i**


Los participantes de la tercera edición de la Plataforma 2i, acompañados por el grupo de apoyo, durante la primera sesión.

# Hacia la competitividad de la mano de la innovación

Seis empresas líderes andaluzas toman el relevo en la tercera edición de la Plataforma 2i • El foro se consolida e impulsa la cultura de la innovación mediante el debate y el análisis de la experiencia real de los participantes

Redacción • SEVILLA

La innovación está de plena actualidad. Innovar para salvar el déficit de competitividad de la economía española es uno de los conceptos de fondo de interés. Las empresas necesitan pensar en la innovación para actuar con planes coherentes. Pero dónde están las pautas para hacerlo.

La Plataforma 2i, promovida por Dopp Consultores y gestionada por la primera consultora de innovación andaluza, IND Consultores, pretende impulsar la cultura innovadora en Andalucía a partir de la experiencia práctica de las firmas líderes de la región a las que aporta las herramientas necesarias para el análisis y el desarrollo de los planes de innovación acordes a las necesidades de las distintas empresas.

La Plataforma 2i, en la que participa Grupo Joly -editor de este periódico- como aliado en comunicación, ha inaugurado recientemente la tercera edición de su comunidad de prácticas con un grupo de seis empresas andaluzas de primer nivel. Las compañías, que proceden de sectores diferentes de la economía andaluza, son Cajasol, Delmen Consulting, Eiquetas Macho, González Byass, Grupo Vilmar y Plastienvase.

Todas las firmas asistentes a esta

## Integrantes 2i



primera jornada de la plataforma destacaron el interés por compartir sus prácticas innovadoras y experiencias para enriquecer al foro.

Todas las sesiones de trabajo de la Plataforma 2i se inician con una parte práctica en la que cada una de las empresas analizará a fondo su trayectoria y funcionamiento, compartiendo con los demás participantes sus planteamientos y prácticas innovadoras y la manera en que la innovación ha influido en el desarrollo de su negocio a lo largo de su historia.

Son ya tres ediciones las que lleva en marcha la Plataforma 2i, que se ha constituido como un foro imprescindible de debate de los planteamientos estratégicos para las empresas andaluzas. Desde su inicio este foro nació con vocación de impulsar la innovación en la comunidad. Sus participantes son ya un amplio y selecto grupo de empre-

sas innovadoras con fuerte vocación de liderazgo, que desean profundizar en la cultura y práctica de la innovación a través del conocimiento y el debate. La Plataforma 2i potencia estos objetivos mediante un apoyo para que las empresas participantes puedan desarrollar más y mejor la formación, las actitudes y cultura innovadora.

Durante toda esta comunidad de prácticas las empresas participantes reflexionan sobre las pautas y los procesos claves de la innovación: la generación de una cultura innovadora, la alineación de la estrategia, la identificación de las diferentes facetas de la innovación, la organización para innovar, la vigilancia competitiva, la gestión del conocimiento, la generación y análisis de ideas, la gestión de proyectos innovadores, el establecimiento de alianzas y colaboraciones, así como la financiación.



## "Una experiencia profesional y personal de alto valor añadido"

Las palabras de bienvenida a los seis nuevos socios que en esta edición se han subido a la Plataforma 2i corrió a cargo de José Joly, presidente de Grupo Joly, empresa editora de este diario y socio fundador de este cluster que predica el apoyo empresarial a la innovación. José Joly se felicitó, en primer lugar, por su experiencia personal: "Ideas compartidas en este foro me han servido en la toma de decisiones, además de, por supuesto, estrechar verdaderos lazos de amistad". En segundo lugar,

se mostró satisfecho de la función de "socio divulgador" que promueven los nueve diarios del Grupo Joly en favor de la innovación y de 2i: "La prensa debe asumir esta función y trasladar a la opinión pública que Andalucía cuenta con empresas innovadoras de primer nivel" y recaló que "Grupo Joly se ha propuesto ser el medio de referencia en este capítulo y elevar así la autoestima de las empresas andaluzas". Joly también destacó el carácter didáctico y pedagógico del foro y su alto valor añadido.

EL POLIEDRO

## Desmontando el 'techo de cristal'

José Ignacio Rufino

economiasempleo@grupojoly.com



El llamado 'techo de cristal' no ya es injusto, sino que supone una fuga continua de capacidades sociales

ON el Rey en el centro, la foto recoge a unos cincuenta hombres de cierta edad vestidos de traje oscuro, sonrientes. En la esquina superior izquierda del retrato de familia, una melena color rojo *maitena* pone un contrapunto al severo y maqueado envoltorio de gala de portadores de testosterona: asomando como puede la cara tras los ternos de sus pares, se trata de la única mujer entre los rectores de universidades españolas (quizá halla otra, pero está aun más tapada e igual de esquínada. Por cierto, la foto de la página de aquí al lado puede valerlos también). Un dato significativo, aparte de lo simbólico de la imagen rectoral, sobre todo teniendo en cuenta que las mujeres son mayoría entre el total de alumnos de la enseñanza superior española. Precisamente en este prestigioso ámbito, el Consejo Social de la Universidad de Sevilla -con una mujer como presidenta, María Luisa García- daba la palabra a la viceconsejera de Economía Carmen García Aguayo, que comenzaba su presentación con esta evidencia visual. El asunto, el *techo de cristal*.

Por *techo de cristal* se conoce a la barrera invisible que impide a las mujeres promocionar con la misma mayor o menor facilidad que los hombres. Hace más de quince años, la profesora Mercedes Sánchez-Apellániz hizo su tesis doctoral sobre este asunto, entonces novedoso en España. A día de hoy esta expresión sigue siendo desconocida por la mayoría, incluido el mundo directivo. Conocido, desconocido o ignorado, el *techo de cristal* es un hecho, y esto no debe sorprender a nadie. Unos datos, sin ánimo de ser exhaustivo: Ana Patricia Botín aparte, no hay mujeres presidiendo consejos de administración en las grandes empresas españolas, y prácticamente tampoco consejeras; el reconocimiento "Honoris Causa" de las universidades españolas es en 97 por ciento otorgado a hombres; datos similares emanan de las estructuras de poder de entidades públicas o privadas (cremallas políticas excluidas): cámaras de comercio, tribunales superiores o de cuentas, centros de investigación. La tradicional preponderancia formal de los hombres (incluido en esta expresión el

**Existe una relación clara y directa entre el nivel de igualdad hombre-mujer de un país y la competitividad económica del mismo**

*machismo*), el lobby masculino, la evolución social, la maternidad, los supuestos rasgos caracteriales exclusivos de cada género, la también supuesta menor ambición femenina de llegar arriba y muchas otras interpretaciones pueden hacerse para detectar causas de esta situación de hecho. Pero, más allá de las causas de este fenómeno social y del encendido y polarizado debate a que suele dar lugar ("todos/as somos iguales", etc.), querría proponer otra visión del asunto, aunque no sea original ni exclusiva de quien escribe.

Me remito a un estudio de World Economic Forum, en el que se demuestra que a mayor igualdad de género, mayor competitividad del país en cuestión. Pueden ustedes ponerlo al contrario (cuanto más competitivo es un país, mayor igualdad de géneros existe en él). ¿Qué fue primero, la gallina o el huevo?: estando claro que las dos variables crecen o decrecen al unísono, no lo está cuál es causa de cuál. En cualquier caso, ¿saben cuáles son los países que puntúan más alto en ambas cuestiones? No Japón (competitivo y desigual), ni Arabia Saudí (medianamente competitivo y extremadamente desigual), ni siquiera Estados Unidos (supercompetitivo y más desigual que la propia España): los campeones equilibrados son Finlandia, Suecia y Noruega, muy competitivos y muy justos. Tengo claro que modelo -no incondicionalmente- quiero para mi país y mis hijos. Y para sus hijos también, con el debido respeto.

La labor es privada y pública, es educativa y discriminatoria (positivamente), y es cosa sobre todo de mujeres, que no pueden esperar a que los hombres nos desperdiciemos, perdamos el miedo y cedamos. Los hombres hacen *lobby* y *networking*; se unen para promocionar sus empresas y promocionarse ellos, también los homosexuales. Con soltura y naturalidad. Por una combinación de motivos que no sé calibrar, las mujeres no establecen redes de contactos tan eficaces en el trabajo. Éste puede ser un reto a asumir por ellas.

## El foro aporta las claves para sistematizar los procesos innovadores de las empresas

Las firmas estudiarán su potencial innovador, además de presentar a los demás su historia y objetivos

La Plataforma 2i ha desarrollado su actividad constituyendo ya tres comunidades de prácticas, en una iniciativa de Juan Llimona, presidente de Dopp Consultores, Jesús Nebreira y Juan Lucas Retamar, socios de IND Consultores, que constituyen el grupo de apoyo cuya misión es impulsar la innovación y potenciar a las empresas de nuestra comunidad a gestional de forma práctica.

Según el presidente de Dopp Consultores, "las empresas que sobreviven en el tiempo siempre llevan dentro la innovación". Además, Juan Llimona apuntó que por este motivo las firmas participantes en la comunidad tienen mucho que aportar de su experiencia. Precisamente, la precedencia de sectores tan dispares resulta enriquecedora para la comunidad y demuestra que las prácticas innovadoras son imprescindibles para cualquier firma, independientemente de su sector.

Por su parte, Juan Lucas Retamar y Jesús Nebreira destacaron la importancia de esta iniciativa para "facilitar un espacio de encuentro para la reflexión y el debate entre las empresas participantes y con líderes y expertos en innovación, sobre la base de compartir las propias experiencias innovadoras y sus resultados".

El equipo de apoyo y los expertos invitados facilitarán a las empresas asistentes las claves para sistematizar los procesos innova-



Juan Lucas Retamar, Jesús Nebreira y Juan Llimona, en la sesión inaugural.

dores que ya existen en la firma y acometer los cambios necesarios para que la innovación se constituya en una función con gestión habitual de la misma.

Según el grupo de apoyo, todas las empresas participantes realizarán un amplio estudio del carácter innovador de su organización, además de compartir con los asistentes aspectos sobre su historia, estrategia, misión y objetivos.

Cada uno aportará su opinión sobre la importancia que se da a la innovación, además de informar sobre los indicadores de gestión de la misma. El negocio y los recursos humanos de cada empresa también serán de interés en las sesiones de la tercera comunidad de prácticas.

Los miembros participantes en la Plataforma 2i recopilarán, a lo largo del curso, las herramientas y conocimientos necesarios para potenciar el diseño de su propio plan de innovación para el futuro, que es uno de los objetivos claves de su participación en estas sesiones.

La Plataforma 2i es un espacio único de reflexión empresarial dedicado a la innovación en Andalucía donde ya han participado, a lo largo de sus tres ediciones, casi una treintena de las más destacadas empresas líderes de nuestra región. Todas mantienen vínculo de conexión con la Plataforma 2i, que las mantiene informados de las distintas iniciativas puestas en marcha de carácter innovador a través del Club 2i.

## Cómo aprovechar las dificultades y convertirlas en oportunidades de éxito

El grupo vasco Vicinay demuestra que, incluso en un sector maduro, es posible innovar y revitalizarse

En la primera sesión de la Plataforma 2i participó como invitado el director general del grupo vasco Vicinay, Luis Cañada Vicinay, quien destacó que incluso en un sector maduro era el suyo -fabrica cadenas, principalmente para plataformas flotantes- es posible innovar, para lo cual es clave la implicación y motivación del personal.

Luis Cañada Vicinay está convencido de que la capacidad innovadora ante situaciones críticas ha sido la clave para convertir a la compañía en lo que es hoy, un líder mundial. "La habilidad para con-



Luis Cañada Vicinay.

vertir en éxito la dificultad es nuestra forma característica de innovación", señaló Cañada Vicinay. En su opinión, para innovar es fundamental "aceptar el error

como una fuente valiosa de aprendizaje". Luis Cañada Vicinay asegura que su empresa ha conseguido sus mayores hitos en los momentos más críticos, como cuando tuvo que cerrar su fábrica en Estados Unidos.

Esta peculiar empresa familiar, de 200 empleados, ha luchado contra la deslocalización y ha logrado seguir produciendo desde el País Vasco eslabones que se sitúan entre los más competitivos del mundo. Vicinay fabrica cadenas para plataformas marítimas cuyos eslabones pesan 800 kilos y aguantan hasta 3.500 toneladas de carga. Hoy, la firma es un líder mundial indiscutible gracias a la innovación.