

CRÓNICA > 7ª BUSINESS GLOBAL CONFERENCE 2008

«LA HORMONA DEL FUTURO DE LAS EMPRESAS SE LLAMA INNOVACIÓN»



Mauri Lashano, director general de la SPRI, en el centro, y Guido Stein, a la derecha, en la presentación de la séptima edición de la BGC. Nelson RAMIREZ | ARGAZKI PRESS

Juanjo BASTERRA

LA INNOVACIÓN ES LA HORMONA DEL FUTURO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL. ESA ES LA CLAVE QUE SPRI PRETENDE

TRABAJAR DE CARA A LAS EMPRESAS VASCAS Y A LA 7ª EDICIÓN DEL BUSINESS GLOBAL CONFERENCE, QUE SE CELEBRARÁ EN OCTUBRE. ANTICIPARSE AL FUTURO ES CLAVE, PERO SOBRE TODO CONTAR CON LA OPINIÓN Y LA EXPERIENCIA DE LOS PROPIOS TRABAJADORES.

La presentación de la séptima edición del Business Global Conference (BGC), que se celebrará en el Palacio Euskalduna entre los días 22 y 23 de octubre organizada por la SPRI, la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones del Estado español (AETIC) y el cluster de Telecomunicaciones (GAIA), tuvo una vertiente de provocación y de originalidad. No fue una mera jornada informativa. Trató, aunque no se sabe si lo consiguió, de despertar el interés de los empresarios por la innovación como un ca-

mino de «no retorno» al que tienen que asomarse las empresas para ganar su futuro. Eso, sin embargo, no lo conseguirán sin el apoyo, la contribución y las ideas de sus trabajadores, por lo que lo primero que tienen que hacer los directivos es abrir sus mentes a que puedan ser otros quienes participen y desarrollen ideas.

Los organizadores reunieron a un nutrido grupo de empresarios y directivos para advertirles de que el futuro, aunque ellos no lo vean, tiene que ver con la innovación. En realidad, Guido Stein, consultor empresarial y profesor de IESE, les dijo que deben aplicar «la hormona de la innovación» en sus empresas si quieren mantenerse y les avanzó que deben anticiparse para no poner en riesgo todo lo realizado en sus empresas.

A través de una fotografía de un cerebro humano, recordó que hay más de 247.000 libros en la librería de Internet Amazon que tratan sobre la innovación. «Hablar de este tema, lo hace mucha gente. Lo difícil es aplicarlo», sentenció Stein, quien recordó que en el cerebro humano se encuentra la base de la comunicación y de la innovación. Porque «la hipófisis es como un jefe, que da órdenes» al resto del cuerpo humano, pero «al instante sabe si la orden es aceptada o no, si tiene resultados o no». Es algo que no sucede en las empresas.

Del cerebro humano pasó a una imagen de la zona de mando del «Titanic», cuando el horizonte marítimo se veía en calma. En ese momento, se preguntó «¿para qué cambiar?», como se les pasó por la mente seguramente a muchos de los empresarios allí presentes. El mar, que simbolizaba al mercado, estaba en calma, lo que refleja evidentemente los últimos quince años de calma y grandes beneficios que han obtenido las empresas, pero de repente aparece en el escenario un iceberg.

Para Guido Stein el problema no se encuentra en lo que se ve del mismo, sino en la gran mole que no se ve. «Si llegamos con estrés a esa etapa, lo que tratamos es de no hundirnos, que todos sabemos que es la antesala de la suspensión de pagos y de la quiebra. Es cierto que aquí es difícil innovar», precisó. Por lo aseguró que «hay que tomar las medidas antes. El problema del iceberg, en este caso, somos nosotros, porque en la parte oculta del mismo, se encuentran los sistemas de gestión. Las hormonas de nuestro cuerpo manejan bien la comunicación y la organización en todo momento, pero eso no suele ser habitual en las organizaciones», manifestó el experto.

Pidió a los empresarios que escuchen más a sus empleados, que «dejen a un lado su soberbia» para trabajar en el ámbito de la innovación

CAF firma un contrato con los Ferrocarriles Saudíes por 105 millones

GARA | BILBO

CAF ha firmado un contrato con los Ferrocarriles Saudíes para el suministro de ocho unidades de tren, formada cada una de ellas por «una locomotora diesel eléctrica que remolcará cinco coches con cajas de acero auténtico». Este contrato tan importante incluye también el mantenimiento de las unidades durante un plazo inicial de 4 años. El volumen del contrato asciende a la cifra de 104,9 millones de euros.

Este encargo permite a CAF situarse entre las principales empresas del sector en Oriente Medio. Según explicó ayer la dirección de CAF, el contrato proviene de un concurso internacional convocado en el año 2006 por los Ferrocarriles Saudíes -Saudi Railways Organization/ SRO-.

El pasado mes de abril se procedió a la apertura de las ofertas de las empresas que licitaban al concurso, siendo la oferta del fabricante vasco la más competitiva. En junio recibió la carta de Prefer Bidder para cerrar la operación y el contrato.

Altas prestaciones

«El tren, diseñado para circular a una velocidad máxima de 200 kilómetros por hora y dará servicio en condiciones ambientales extremas de hasta 55°C, está compuesto de una locomotora y coches VIP, 1ª y 2ª clase disponiendo estos de servicios de cafetería, espacios para minusválidos y todas las comodidades inherentes a un servicio de alta calidad, todo ello con unas características de alta fiabilidad, buena mantenibilidad y mínimo coste de ciclo de vida», según indicó la empresa en una nota de prensa.

Arabia Saudí anunció en abril de 2007 un plan para la construcción de una nueva red de ferrocarriles por valor de 1.100 millones de euros para unir el norte con el sur.

El mantenimiento de estas unidades se realizará en un nuevo y moderno depósito que será equipado por CAF. Con este contrato, la empresa suministrará los trenes más modernos y rápidos de todo el Medio Oriente.