



AIN presenta un vehículo aéreo no tripulado

La Asociación de la Industria Navarra (AIN) ha presentado su 'Uar35', un vehículo aéreo no tripulado, que ha sido desarrollado con la Red Eléctrica de España, compañía interesada en la aplicación de estos vehículos robóticos para la reparación de líneas de alta tensión. Destaca por ser el único desarrollado íntegramente en España.



Un total de 7 millones para el nuevo edificio de Bic Gipuzkoa Berrilan

El Parque Tecnológico de San Sebastián va a invertir siete millones de euros en el nuevo edificio de Bic Gipuzkoa Berrilan, que ya tiene su primera piedra. "BIC Berrilan es una referencia inexcusable en el ámbito de la innovación y el emprendizaje" aseguró Markel Olano, Diputado General de Gipuzkoa.

Casi 1.000 empresas, beneficiarias de las ayudas de SPRI para implantar TICs

El programa para promocionar la incorporación de las TIC en las empresas vascas recibió en 2009 un total de 1.121 solicitudes para recibir ayudas. El importe aprobado respecto al presentado fue del 67% y las ayudas prestadas ascendieron a más de 4.900.000 euros, siendo 4.398 euros el importe medio destinado a cada proyecto.

María Arroyo / Bilbao

"Ante una situación de cambio como la actual, ¿las empresas deben seguir en las mismas líneas de siempre, o cambiar completamente?". Con esta pregunta comenzaba Susana Rodríguez, Directora del Master Bolonia y Postgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Deusto, su intervención en la segunda sesión de "Conversaciones Estratégicas. El diálogo abierto como mecanismo de búsqueda de nuevos caminos empresariales". Esta iniciativa, impulsada de manera conjunta por APD Zona Norte y B+I Strategy, se presenta como un formato innovador en el que los ponentes y asistentes intercambiaron opiniones sobre la manera en la que hay que actuar ante situaciones de crisis, y la necesidad de un redireccionamiento de la estrategia empresarial.

La primera reflexión corrió a cargo de Jon Azua, Vicepresidente del Grupo Guascor, que admitió que la estrategia histórica de una empresa pesa. "Para que una empresa resulte exitosa a Largo Plazo, es necesario apostar por lo que se sabe hacer, pero adaptándolo a los nuevos tiempos; ver las nuevas demandas reales de quien va a comprar", declaró Azua. Sobre Guascor dijo que "somos una empresa de motores y sistemas de potencia, y dominamos estos dos mundos. A partir de esa premisa tenemos que ver cuál es la demanda. Desde los años 60 Guascor se está metiendo en nuevas industrias, pero siempre siendo el mejor en lo que hace". Como análisis final destacó que en la actualidad cantidad de empresas están ocupadas solamente en sobrevivir, y la mayoría esperan volver a la situación de partida. "Sin embargo, esto ha desaparecido. Hay que saber construir. Viene un mundo nuevo, con nuevos modelos de negocios, pero en los que debemos mantener lo que sabemos hacer. En definitiva, saber adaptarnos", concluyó.

El segundo en intervenir fue Joseph María Tarragó, Vicepresidente Ejecutivo de Ficosa, quien comentó que una empresa familiar como Ficosa, con una vida de más de 6 décadas, corre el riesgo de estar demasiado centrado en el producto que fabrica. Sin embargo, ellos han conseguido apostar por el futuro. Tal y como relató "las empresas son seres vivos, porque están formados por personas. Cuando viene una época



Acto organizado por APD Zona Norte y B+I Strategy donde se habló sobre cómo redefinir un negocio.

Curiosidad intelectual para soluciones diferentes

La búsqueda de productos de futuro pasa por la búsqueda de alianzas con terceros

El papel del directivo hoy en día debe responder al de una persona inquieta

La clave del éxito es analizar tanto la propia estrategia como la de los clientes

ca de crisis, debemos cambiar la forma de vida, ver lo que tengo bueno y debo mantener, y desecharlo lo que ya no me vale. La última experiencia empresarial corrió a cargo de Iñaki López-Gandásegui, Presidente de Aernnova. Éste centró su exposición en el papel del directivo, del que destacó que hoy en día debe corresponder a un perfil de persona inquieta, con constante búsqueda de nuevas ideas, planteamientos, etc. En cuanto a su experiencia empresarial, comentó que "cada compañía pasa sus propias crisis cada 2 ó 3 años. Aernnova en 2006 se desprendió

por la búsqueda de alianzas con otras entidades de interés. El planteamiento de empresa va, por tanto, más allá de un mero fabricante de retrovisores, para situarse como proveedor que sabe cómo asistir a un conductor, cómo mejorar su conducción. Todo ello se basa en la búsqueda de productos de futuro, que pasa

de la cobertura de Gamesa, lo que le provocó un problema de tipo financiero. Cuando estás integrado en un Grupo, además corres el riesgo de desatender la actividad menos atractiva que desarrollas, en pro de otra más rentable que estás llevando a cabo en ese momento. Sin embargo, ante el cambio del sector aeronáutico, tuvo que reaccionar para poder sacar adelante el negocio". Por tanto, la clave es analizar tanto la propia estrategia como la de los grandes clientes, y poder adelantarse a los cambios.

Finalmente, Sabin Azua, Socio Director de B+I Strategy, realizó una recapitulación de los principales puntos tratados por los conversadores, y entre los que destacó que "hay mucha gente que piensa que su negocio actual no funciona y que hay que cambiar radicalmente. Sin embargo, la solución pasa por construir sobre lo que realmente sabe hacer una organización, y aprender a colaborar con otros".

El directivo del futuro

En cuanto al directivo del futuro, Sabin Azúa destacó en su intervención que éste "tiene que tener curiosidad intelectual, buscar soluciones diferentes, generar un clima que propicie la búsqueda de soluciones nuevas, y desarrollar nuevos caminos para cada organización". Por último, señaló la necesidad de una constante revisión de la estrategia de una empresa. "Antes resultaba fácil hacer una planificación estratégica. Sabías y conocías el mercado, los competidores... Sin embargo, ahora hay que tener claro hacia dónde se dirige una organización, y tener la capacidad de rediseñar el enfoque estratégico constantemente", concluyó.

En definitiva, se trata de estar siempre alerta y dispuesto a los cambios más aún si cabe en los tiempos actuales, en los que la crisis sigue siendo la protagonista. Cambiar desde la creatividad pero sin perder la perspectiva de lo que cada organización puede aportar, desde la enorme experiencia que da el saber hacer. Por eso es importante mantener una constancia revisando el sentido estratégico de cada organización de manera permanente, para sacar el máximo partido.

seguros
ZURIMENDI
 RESPONSABILIDAD CIVIL ENFERMEDAD Y ACCIDENTES PYMES TRANSPORTE AUTOMOVIL COMERCIO DEFENSA JURIDICA VIDA, JUBILACION Y ACCIDENTES COLECTIVOS DECENAL Y TODO RIESGO CONSTRUCCION
 Juntas Generales, 16
 48901 Barakaldo Bizkaia
 Telf. 94 4782049
 seguros@zurimendi.net