



DOSSIER SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN SEVILLA

EL AUGE DE LAS EMPRESAS SEVILLANAS CON MAYOR RITMO DE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y CREACIÓN DE EMPLEO GRACIAS A SU MODELO DE ORGANIZACIÓN Y DE NEGOCIO PARA LA SOCIEDAD-RED GLOBAL

JUAN LUIS PAVÓN

Uno de los objetivos de Sevilla World es fomentar el conocimiento y la interrelación sobre los nodos de relevancia internacional que emanan de Sevilla y/o que conectan con Sevilla. Es evidente que el tejido socioeconómico de Sevilla padece acusados desequilibrios estructurales, que lastran su desarrollo (altos índices de desempleo tanto en edad juvenil como en mayores de 40 años, carencias formativas en amplias capas de la población que solo tienen acceso a empleos precarios y cuyo horizonte es la economía de subsistencia). Pero, a la hora de buscar referentes que secundar para hacer camino en la consecución de un mayor nivel de prosperidad, el primer problema es el generalizado desconocimiento sobre los numerosos ejemplos reales de empresas creadas desde Sevilla y provincia, con centro de decisión desde el territorio sevillano, que están logrando crecer notablemente en rentabilidad y en creación de puestos de trabajo gracias a su alto grado de innovación e internacionalización. Son empresas sevillanas que forman parte de la sociedad-red global, cuya clientela está en cualquier lugar del mundo y a la que aportan aplicaciones tecnológicas de cosecha propia y alto valor añadido.

En todos los sectores y subsectores del sistema económico, y de la producción de bienes y servicios, hay empresas creadas desde Sevilla, antes, durante o después de la crisis financiera, cuya dinámica diaria está en relación con el primer nivel del liderazgo internacional y cuyo mercado es global. Las hay de nanotecnología, de software, de gestión medioambiental, de ocio

digital, de biomedicina, de aeronáutica, de servicios turísticos, de instalaciones industriales, de big data, de logística, de comercio electrónico, de alimentación, de organización de eventos, de producción energética, de robótica, de telecomunicaciones, de equipamientos, de recursos educativos on line, de moda, de infraestructuras,... Las hay en todos los campos, y casi todas esas empresas no son conocidas ni por su nombre en su entorno geográfico y demográfico. Ni en los barrios y distritos donde tienen sus sedes. Pese a que la mayor preocupación de la población es su porvenir laboral y económico.

Ni se organizan en función de las demandas locales, regionales o nacionales, ni se conciben en función de las coyunturas o factores de proximidad, ya sean políticos, corporativos o institucionales. Pero todas ellas han de hacer un doble sobreesfuerzo para consolidarse: tienen que vertebrar su actividad desde un entorno estamental que aún padece tics aislacionistas y endogámicos más propios de tiempos pasados y de sociedades cerradas, en el que aún se rechaza convertir en factor identitario de la comunidad, y motivo de orgullo, a la industria y a la ciencia que en ella se desarrolla con proyección mundial. Y tienen que abrirse camino por todo el mundo luchando contracorriente para hacerse creíbles como empresas y profesionales de alto nivel y fiabilidad con base en Sevilla (ya sea la capital o un municipio de la provincia), porque, en general, no se identifica ni a Sevilla ni a Andalucía con las capacidades productivas, tecnológicas y competitivas de los nodos empresariales que marcan la pauta a nivel mundial.

Uno de los problemas más silenciados (por vergonzante), que aqueja en Sevilla a la comunidad empresarial y profesional más internacionalizada, es relacionarse a nivel internacional para abrir paso a las calidades de sus productos y servicios basados en la innovación, si llevan como tarjeta de presentación que son una empresa cuyo centro de operaciones está en Sevilla. Cuando, en sus respectivos sectores, el fruto de sus ideas y esfuerzos se plasma en algo tangible y avanzado que llama la atención positivamente a expertos en foros, congresos o ferias comerciales de ámbito nacional o internacional, antes de ser conocidos personalmente, se presupone que son empresas y profesionales radicados en Madrid, Barcelona o País Vasco. Muchos de ellos confiesan que han sufrido en su fuero interno, y en su cuenta de resultados, ser conscientes de que han perdido contratos importantes, o se les ha ofrecido un precio inferior para llegar a un acuerdo con ellos, por ser identificados a una región donde el imaginario colectivo ha establecido la foto fija de que la idiosincrasia solo depara un limitado catálogo de actividades: agricultura de jornaleros, hostelería, artesanía,...

Ese handicap es demoledor para la generación de mucha más prosperidad en Sevilla y su área de influencia. Numerosas empresas emergentes, durante sus primeros años, disimulan que son y están en Sevilla (basta ver en la red profesional LinkedIn cómo muchos dicen estar en 'Madrid y alrededores') hasta que no estrechan lazos de complicidad con partners que eliminan de sus mentes el prejuicio sobre su cualificación y eficiencia en desarrollos técnicos y comerciales muy avanzados. Si, a pesar de ese innegable obstáculo, están logrando año tras año altas cotas de crecimiento, es obligado preguntarse cuánto más podría ser su generación de negocio, su creación de puestos de trabajo, su influencia en la mejora de las condiciones de vida en su entorno.

Este es el punto de partida de este informe. En modo alguno chovinista ni provinciano. Pues, precisamente, el espíritu de Sevilla World es crear red entre personas, empresas, colectivos, entidades e instituciones a nivel global. Y también consideramos como empresas sevillanas a las que establecen centros de producción en Sevilla, desde otras regiones u otros países. Somos una sociedad abierta. Lo que pretendemos, en este caso, es aportar referencias objetivables sobre la relevancia cualitativa y cuantitativa de empresas con centro de decisión en Sevilla que son representativas del desarrollo económico basado en las premisas inherentes al mundo de hoy y al de mañana.

Este informe es un documento dinámico, un 'work in progress', que, tanto en la plataforma web de Sevilla World como en otros soportes, irá sumando datos de más empresas. Nadie ha de interpretarlo como un análisis excluyente, sino como una panorámica con casos reales y datos concretos. Hay muchas más empresas de mérito, con alto grado de cuota de mercado a nivel nacional, o internacional. Ya sean grandes, medianas o pequeñas. Y en Sevilla World estaremos atentos a incorporarlas.

SEIS CLAVES PREDOMINANTES EN LOS CASOS DE ÉXITO

=== Empresas que entienden cómo estamos no solo en la era de las grandes multinacionales con más poder que muchos gobiernos, sino también en la era de las pymes internacionalizadas. Empresas de 20, 40 o 50 personas en plantilla que pueden ser muy rentables facturando más del 90% de su producción a miles de kilómetros de distancia respecto a su oficina. En cualquier sector empresarial, es posible hoy en día prosperar aprovechando al máximo las telecomunicaciones. Y formar parte de una comunidad de partners, proveedores y clientes sin fronteras, que valoran las prestaciones del interlocutor, y no la distancia geográfica.

== Empresas creadas por personas expertas en una materia, y apasionados por su desarrollo, que emprenden la aventura empresarial sin haberse preparado previamente para organizar y gestionar una empresa. Compensan sus carencias y sus errores a partir de la propia experiencia diaria de verse como trapezistas sin red, y adquiriendo mucha mundología en las relaciones con terceros. Cuando superan la fase crítica y comienzan a asentar una creciente cartera de clientes, tienden a adquirir más formación empresarial para no ser ellos mismos un freno al potencial de lo que han puesto en marcha.

== Empresas que no se plantean apuntalarse mediante la búsqueda de subvenciones. Los jóvenes impulsores de 'startups', salvo muy contadas excepciones, tienen puestas sus miras en conseguir inversores, ya sean nacionales o foráneos. Y eso les obliga a esforzarse mucho más para desarrollar innovaciones que sean verdaderamente competitivas y comercializables en un mercado internacional.

== Empresas cuya organización interna es muy distinta a la de las empresas tradicionales. Han tenido que aprender rápidamente a articular mejor el reparto de tareas en equipo (y ser menos personalista en su rumbo ejecutivo), tanto si están físicamente juntos como si están a miles de kilómetros unos de otros. Y también aplican nuevos criterios en cuanto a la promoción interna de los jóvenes que comienzan en sus filas; en cuanto a la retribución salarial por objetivos; en cuanto a la organización de los horarios para estar en contacto con Asia y América, no solo con Europa; en cuanto al ambiente de trabajo, etc.

== Empresas que han aprendido a asociarse con terceros en una sociedad-red muy dinámica y cambiante. Asociarse tanto con empresas e instituciones gigantes, como con pequeñas consultoras, o con profesionales especializados que les reportan valor añadido. Ello comporta una mentalidad mucho más flexible y permeable a ser la parte de un todo dentro de proyectos, de procesos productivos o comerciales. A veces como cola de león, y a veces como cabeza de ratón.

== Empresas que, en ocasiones, son ideadas y comandadas por profesionales que han tenido que reconvertirse, al estrangularse la viabilidad del sector en el que estaban enrolados, ya fuera por cuenta propia o por cuenta ajena. Y han sabido aprovechar su 'saber hacer' para evolucionar y adaptarlo a otro ámbito productivo y comercial donde las reglas del juego son distintas.

DIEZ PERSPECTIVAS CON EJEMPLOS PARA TENER EN CUENTA

1- Sevilla también es Ciudad de la Informática.

Con el precedente de Servinform, y con trayectorias como la de Teknoservice, el desarrollo de empresas en el sector del software, como Bitnami, y la evolución al alza de las consultoras tecnológicas, como Emergya, Aytos, SDos, Wellness Telecom, Sicrom, entre otras.

2- Ciudad de la Ingeniería.

El gran eje del desarrollo internacional de la economía sevillana en el ámbito industrial. Con empresas como Prodiel, Bester, Ghenova, Inerco, Isotrol, GP Tech, entre otras.

3- Industria con su propio espacio.

Alfran (Grupo Aldomer), Tecade, And&Or e Hidral, distintos modelos de desarrollo para fabricarse su mercado internacional.

4- Laboratorios del I+D.

AGQ Labs, AnaFocus, Ingeniatrics, Biomedal, como ejemplos.

5- Servicios avanzados digitales.

Media Interactiva, Geographica y Crazy4Media. Sevilla, también participe en los desarrollos de e-learning, big data y marketing móvil.

6- Startups muy innovadoras.

Entre ellas, Aoifes (wifi), Win Inertia (producción energética), Intelliment Security (ciberseguridad), Oblumi (aplicaciones para la salud).

7- La industria del entretenimiento.

El 'saber hacer' no solo se disfruta en el terruño, sobre todo hay que exportarlo: Eventísimo, Genera Games, Xtraice, Lantia, como ejemplos.

8- La reinención del comercio.

Glamping Hub y cómo vender lo que es propiedad de otros. Masaltos y cómo un pequeño comercio tiene clientes en 100 países. Inés Rosales y cómo es posible vender la calidad del pasado con la logística del futuro.

9- Especialización para la edificación:

Grupo IC, Polygroup y Pictory, tres ejemplos distintos y complementarios de cómo prosperar a nivel internacional en relación a los proyectos arquitectónicos y al equipamiento de edificios.

10- La evolución de las empresas dominantes.

Ayesa y Azvi como ejemplos de capacidad para evolucionar como grandes corporaciones multiservicios.