Foto de familia de los ponentes de la jornada 'Innovación e Internacionalización de la empresa andaluza' de 'elEconomista', celebrada el pasado miércoles en la sede de la CEA, en Sevilla. FERNANDO RUSO

Las empresas andaluzas buscan estrechar lazos con la Universidad

La jornada organizada por 'elEconomista Andalucía' pone el foco en las "carencias" que muestra el sistema educativo a la hora de formar a los futuros profesionales. **Por Marta Ramos**

La economía andaluza atraviesa un buen momento; la región, tradicionalmente conocida por las altas tasas de paro, ha dado un notable salto de crecimiento económico motivado principalmente por las exportaciones, que este año van a generar en la Comunidad unos 30.000 millones de euros y un superávit de casi 1.500 millones de euros.

Un crecimiento que ha llegado de la mano de la internacionalización de las principales empresas andaluzas, que se han topado con el hándicap de encontrar profesionales cualificados capaces de satisfacer sus necesidades. Un motivo por el que los empresarios han comenzado a mirar a la universidad, a la que exigen una mayor especialización y adaptación a la sociedad actual.

Esta fue una de las principales conclusiones de las jornadas empresariales *Innovación e Internacionalización: principales retos de la empresa andaluza*, organizadas por *elEconomista Andalucía*, que se celebraron el pasado miércoles en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).

Las jornadas contaron con la participación del consejero de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, Antonio Ramírez de Arellano, que destacó que la economía andaluza debe ser más abierta y global para hacer frente a los retos del futuro. "Hemos alcanzado pronto muchos de los objetivos del Plan de Internacionalización y ahora toca poner el foco en la diversificación de mercado y de productos para ligar las exportaciones justamente al PIB, porque a medida que vaya creciendo se irán incrementando las ventas al exterior", comentó.

Como principales retos para las empresas, el consejero destacó "la marca, la calidad en los servicios y la innovación".

> "Hay que diversificar el mercado y el producto para ligar las exportaciones al PIB andaluz"

En la misma línea, el secretario general de la CEA, Antonio Carrillo, marcó como objetivos conseguir más empresas y de mayor tamaño, para aumentar así la densidad empresarial, que continúa a diez puntos de la media nacional.

La primera mesa redonda, titulada *La innovación empresarial en Andalucía* contó con las intervenciones de Adelaida de la Calle, presidenta de la Corporación Tecnológica de Andalucía; Javier Targhetta, consejero delegado de Atlantic Copper; Javier Rosales, presidente del Grupo Alvic, y Ezequiel Navarro, consejero delegado del Grupo Premo.

Un primer debate centrado en las relaciones entre la universidad y la empresa donde todos los ponentes coincidieron en la necesidad de incentivarlas, pero cada uno desde su particular punto de vista.

Los empresarios analizaron el alto índice de paro de la región, que se antepone a la creciente demanda de personal cualificado por parte de las compañías. Un aspecto, que según los expertos, deja entrever las carencias del sistema universitario.

En este sentido, De la Calle defendió las relaciones entre conocimiento y empresa, y aseguró que las universidades andaluzas están preparadas para dar respuesta a lo que demandan las compañías andaluzas. A su juicio, el problema reside en una falta de estímulo por parte de la empresa privada. "Necesitamos que los empresarios nos pidan patentes; nos adaptamos a todo y podemos hacer las cosas a medida", añadió.

Una postura bastante diferente mantuvieron los empresarios. El presidente del grupo Alvic achacó la situación a un "déficit" de las universidades españolas a la hora de formar a los profesionales: "Las universidades españolas dejan mucho que desear; falta práctica y no hay formación profesional", aseguró.

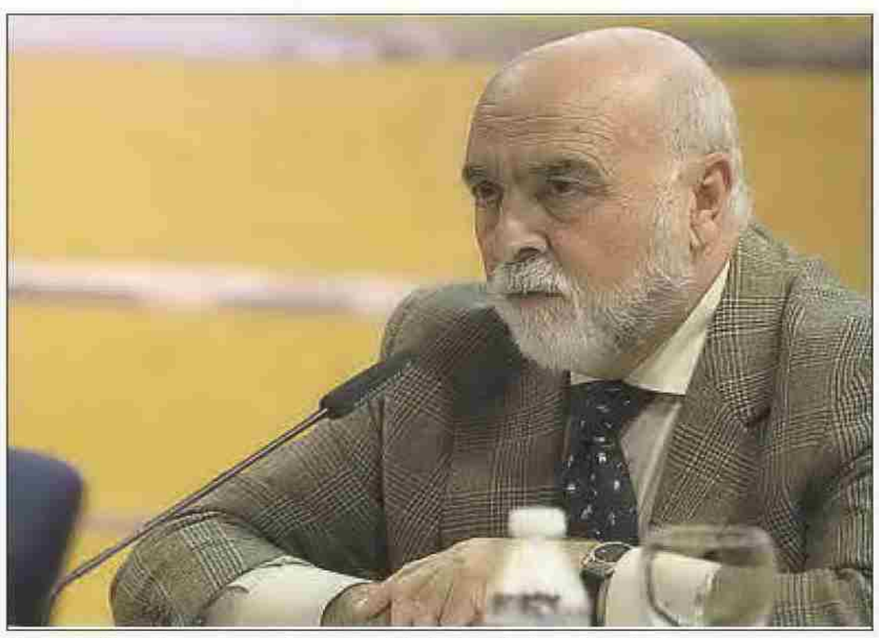
Una postura similar mantuvo el consejero delegado de Atlantic Copper; manifestó que la universidad española "no forma a sus alumnos para satisfacer las necesidades de la sociedad". Y la responsabilidad, dijo, es compartida entre el ámbito académico y el empresarial, que no se informan de sus necesidades. El empresario destacó las carencias del sistema académico en lo que se refiere a formación dual, un aspecto en el que aseguró que España está "increíblemente atrasada".

Por su parte, el consejero delegado del Grupo Premo invitó a las universidades a que manden a sus pro-

Javier Rosales, Grupo Alvic; Javier Targhetta, Atlantic Copper; Amador Ayora, de 'elEconomista', Adelaida de la Calle, de CTA; y Ezequiel Navarro, Grupo Premo. F. RUSO

Sam Brocal, consejero delegado de Media Interactiva; Gaspar J. Llanes, secretario general de Economía de la Junta de Andalucía y presidente de Extenda; José Luis Losa, director de 'elEconomista Andalucía'; Rafael Domínguez Gor, presidente de Grupo Mayoral; e Ignacio Osborne, presidente de Grupo Osborne. F. RUSO

El consejero de Economía y Conocimientos de la Junta de Andalucía, Antonio Ramírez Arellano, clausuró la jornada empresarial. F. RUSO



Antonio Carrillo, secretario general de la Confederación de Empresarios de Andalucía. F. RUSO

Imagen del auditorio de la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía en Sevilla, donde tuvo lugar la jornada empresarial. FERNANDO RUSO

fesores a las empresas innovadoras para completar su formación, en lugar de a universidades extranjeras.

Internacionalización

La segunda mesa redonda, *La internacionalización en la empresa andaluza*", contó con las ponencias de Gaspar Llanes, secretario general de Economía de la Junta de Andalucía y presidente de Extenda; Ignacio Osborne, presidente del Grupo Osborne; Rafael Domínguez Gor, presidente del Grupo Mayoral, y Sam Brocal, consejero delegado de Media Interactiva. El secretario general de Economía comenzó destacando el crecimiento del 3 por ciento que ha experimentado la economía andaluza e hizo referencia al notable incremento de las exportaciones, donde destacó a Asia como nuevo mercado incipiente. "Hemos resuelto una asignatura pendiente que era entrar en Europa, pero ahora está creciendo Asia y después será África; nosotros tenemos el Puerto de Algeciras, que es la puerta de África y desde donde se puede llegar a todo el mundo", comentó.

La crisis también tuvo cabida en el debate; entró a colación de la mano del presidente del Grupo Osborne, que señaló que había servido a las compañías andaluzas para reinventarse y mirar hacia el mercado exterior. El empresario apuntó al tamaño de las entidades como principal hándicap para la internacionalización. "Somos extremadamente pequeños para competir en el mercado exterior", lamentó.

> El tamaño de las empresas, el principal problema para la implantación internacional

El presidente de Grupo Mayoral, empresa que fabrica el 90 por ciento de sus productos fuera de España y comercializa el 70 por ciento de ellos en mercados internacionales, se refirió a la exportación como una "necesidad" para las compañías y aseguró que, en el caso de su compañía, el principal problema de la internacionalización lo hallan a la hora de asegurar la calidad de los artículos.

Por su parte, el consejero delegado de Media Interactiva, cuya compañía factura el 98 por ciento en el mercado internacional, subrayó que en Andalucía y en España en general "no se está avanzando en las necesidades de la sociedad en el sector de las TIC".

Las jornadas, patrocinadas por la Confederación de Empresarios de Andalucía, Atlantic Copper, IberCaja, Crédito y Caución y la Junta de Andalucía, sirvieron como punto de encuentro en el que los empresarios compartieron experiencias sobre los retos de la innovación y la internacionalización.