

Consultorías

Con una metodología propia y avanzada, sostenida en una plataforma de software

## Hominex apuesta por liderar la consultoría de innovación participativa

La consultora vizcaína Hominex quiere aprovechar el anunciado impulso que el País Vasco dará a la innovación a lo largo de 2008 para coger la ola y posicionar la metodología contenida en su PIH (Plataforma de Innovación Hominex) entre las tres primeras herramientas de innovación participativa más utilizadas por las organizaciones en el mundo.

◆ Beatriz Itza

Ubicada en el Parque Tecnológico de Bizkaia desde su constitución en 2005 y participada desde el pasado año por Seed Capital Bizkaia, la firma lleva dedicados sus dos primeros años de rodaje, aproximadamente 50.000 horas de trabajo, a la investigación y desarrollo de la plataforma de software PIH, producto que sostiene la metodología de campañas de innovación y que gira sobre el doble eje de la innovación y la participación de las personas, a través de la cual se pueden recoger y seleccionar las ideas de mayor valor para afrontar los retos de innovación de una organización.

Como explica Josu Saseta, director asociado de Hominex, esta metodología por la que la empresa ha recibido varios reconocimientos como proyecto innovador, está llamada a liderar un concepto de innovación fundamental en la competitividad de todos los países "y del que las empresas y organizaciones vascas no pueden permanecer al margen".



Jon Aristi y Josu Saseta, socios de la consultora Hominex, en su sede del Parque Tecnológico de Bizkaia

En una primera fase, la metodología lleva a identificar, seleccionar y enfocar los retos concretos de innovación en la organización y a elegir a las personas llamadas a aportar ideas que conduzcan a la consecución de ese reto. A través de unos formularios tremendamente sencillos de cumplimentar, ubicados en la PIH, las personas pueden aportar sus ideas, volver sobre ellas, conocer las aportaciones de los demás, manteniendo en el caso de que así se requiera, la confidencialidad y/o anonimato de quienes participan en la campaña.

Un cuerpo de evaluadores se encarga de seleccionar las ideas aportadas para canalizarlas a su implantación y puesta en práctica. El proceso se cierra con la comunica-

### La metodología propuesta por Hominex se asienta sobre la innovación y la participación

ción de los resultados de la campaña a sus participantes y el reconocimiento por sus aportaciones.

#### Estrategias de crecimiento

En las próximas semanas verá la luz la última versión (2.0) de esta plataforma, aplicable a la innovación en producto, mercado, procesos, etc. Hasta la fecha, ha sido aplicada con éxito por empresas locales

con una alta vocación innovadora como Ikusi, Ingelectric, e Insisa, del Grupo Ingeteam, CNAT o el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz que el pasado año, de la mano de Hominex, lanzó una iniciativa pionera en innovación participativa para afrontar el reto de la mejora en las actuaciones transversales, con la implicación de un colectivo de 170 técnicos y 21 responsables de Departamentos y Servicios Municipales, con el objetivo de ofrecer mejores servicios a los ciudadanos.

"Nuestra solución se dirige a todo tipo de organizaciones que tienen retos de innovación, problemas operativos y oportunidades estratégicas de crecimiento y quieren disponer de procesos eficientes y probados", afirma Saseta.

### Implantación en nuevos mercados

A lo largo de 2007, ejercicio que cerró con una facturación en torno a los 300.000 euros, Hominex ha demostrado su capacidad para crear equipo, actualmente integrado por 13 profesionales de alta cualificación, así como para crear producto y metodología, llevarlo a la práctica con resultados, aprender y seguir mejorándolo con nuevas versiones.

La firma vizcaína afronta el nuevo año con el objetivo de abrirse al mercado estatal para lo cual han llevado a cabo más de un centenar de presentaciones en Madrid, Barcelona, Comunidad Valenciana y País Vasco, en estos momentos principales nodos de innovación en el Estado. Los socios de Hominex trabajan actualmente sobre varias ofertas para implantar su metodología en distintas multinacionales y organizaciones tanto en Euskadi como en otras comunidades. Entre los objetivos para este año figura el dar el salto a la internacionalización para lo que se ayudarán de la versión multilingüe de la PIH, que estará lista para presentarse en primavera. Asimismo, proyectan crear un laboratorio de innovación; expandirse geográficamente abriendo oficinas en Madrid y Estados Unidos, bajo la fórmula de partenariado con otros socios; y crecer hasta conformar un equipo de 20 personas a finales de 2008. Las inversiones previstas para lograr estos objetivos superarán el millón de euros en los próximos tres años. La apuesta de Hominex se resume en posicionarse en los próximos cinco años como uno de los tres principales proveedores internacionales en innovación participativa.

## Deloitte País Vasco cerró 2007 con una facturación de 24 millones

E.E.

Las oficinas que la firma de consultoría Deloitte tiene en el País Vasco alcanzaron el pasado año una facturación global de 24 millones de euros lo que representa un crecimiento superior al 20%, lo que según fuentes de la compañía, le permite mantener su posición de liderazgo en Euskadi, donde cuentan con una plantilla conjunta de alrededor de 300 profesionales distribuidos en sus tres delegaciones.

La firma, presente en el País Vasco desde hace aproximadamente 25 años, es el resultado de la fusión de Deloitte y Andersen y presta servicios de auditoría, asesoramiento fiscal, consultoría de negocio y outsourcing. Su cartera agrupa clientes procedentes de to-

dos los sectores de la economía vasca, tales como el industrial, financiero, construcción, energía, telecomunicaciones, medios de comunicación, sanidad, servicios y sector público, entre otros.

En los últimos años, la firma ha colaborado en la auditoría y/o consultoría de proyectos estratégicos con empresas y entidades como Adeg, Banco Guipuzcoano, CAF, CIEAutomotive, Diario Vasco, DHL, Elay, Elkargi, Euskal Forging, Gallardo Corrugados, GSB-Sidenor, Iberpapel, Inasmet, Krafft, Kutxa, Lurbe-NGS, Luzaro, Orona, Papresa, Patricio Echevarría, Sammic, San José López, Ulma, Unión Farmacéutica, Xey, Zahor, Izfe, y Tolosaldea Garatzen.

Deloitte ofrece servicios de asesoría y de auditoría en diversas

áreas: estrategia, procesos, control interno, sistemas de información, jurídico-tributario, transacciones y corporate finance. Asimismo, cuenta con un equipo líder especialista en Banca y Servicios Financieros que ha participado en proyectos especialmente relevantes para Gipuzkoa: inversiones, transacciones, consultoría en estrategia e internacionalización.

Deloitte colabora también en foros y cursos de formación con asociaciones, entidades públicas, universidades, reuniones con empresas y en publicaciones divulgativas. Así participa, entre otros, en el programa de Economía, Liderazgo y Dirección de Empresas ofertado por la Universidad de Deusto y en el máster de Auditoría de Cuentas.

## Euslan impartirá más de 50 cursos específicos para al pequeño comercio vasco

S.S.

Euslan, el instituto de formación perteneciente al Grupo empresarial Orbera ha inaugurado el año con un amplio catálogo de acciones formativas dirigidas exclusivamente al sector del comercio en Euskadi cuya presentación coincide con plena campaña de rebajas en el comercio vasco.

La oferta de Euslan incluye más de 50 cursos integrados en un Plan de Formación subvencionado al cien por cien por el Fondo Social Europeo y la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo. Con una media de 30 horas de duración por curso, Grupo Orbera y Euslan dedicarán este año cerca de 1.200 horas en formación dirigidas al pequeño comerciante.

En su apuesta por una formación continua y de carácter sectorial a lo largo de todo el año como mejora integral del pequeño comercio, desde Grupo Orbera se incide en la importancia que este tipo de proyectos de formación tiene para el sector de cara a la mejora de su competitividad y posicionamiento en el mercado.

El desarrollo de los diferentes cursos implica que pasen por Euslan más de 3.000 personas y se contacte con más de 1.500 comercios vascos. Las temáticas a abordar en los cursos se orientan a áreas directamente vinculadas a la mejora del comercio, como técnicas de venta, calidad en la atención al cliente, escapatismo, idiomas o mejora de la gestión, entre otras materias.