

# C&G lleva la tecnología a los centros logísticos andaluces

**PREVÉ CRECER UN 20%/** La compañía multiplicará por siete su capacidad de almacenamiento con el objetivo de ganar clientes de mayor dimensión.

M. Godino, Sevilla

C&G se está preparando para liderar el área de la logística tecnológica en la región. El grupo, de capital netamente andaluz, está especializado en el desarrollo de soluciones innovadoras y ampliará sus instalaciones para convertirse en una referencia en la comunidad.

Así, la compañía prevé multiplicar por siete su capacidad con el objetivo de asumir pedidos de grandes firmas nacionales e internacionales y que además le permitirá aumentar su facturación un 20% este año. El proyecto supone una inversión de 300.000 euros, financiado con ayuda de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (Idea).

Con un ritmo de crecimiento anual del 25%, la empresa facturó dos millones de euros el pasado ejercicio. Por el momento, cuenta con una plantilla de 25 personas repartidas en equipos de trabajo por diferentes provincias andaluzas, aunque dependientes de la sede central de Sevilla, que está ubicada en la localidad de Bollullos de la Mitación.

C&G es ya la principal empresa de capital cien por cien andaluz especializada en este tipo de servicios integrales de logística. Esto incluye todas las labores que forman parte de esta actividad, como son la manipulación, el almacenaje y la distribución, con una orientación muy específica hacia el área tecnológica.

Entre sus clientes se encuentran universidades, corporaciones, compañías del sector de la innovación o administraciones públicas, para los que coordina y gestiona de forma integral todos los procesos que permiten la entrega de productos en condiciones óptimas.

## Telecomunicaciones

El grupo pretende mantener su ritmo de crecimiento interanual, no sólo mediante su consolidación en este segmento, sino también gracias a nuevos proyectos de carácter estratégico y emergente.

Con este objetivo, planea penetrar en nuevos ámbitos como el de la telefonía, donde ya ofrece servicios de dotación de infraestructuras y, de manera general, profundizar en colaboraciones con la uni-



Alejandro Costa, Ricardo González y José Ángel Costa, socios de la firma.

**Trabaja para las compañías del sector de la innovación y las universidades**

**Quiere ganar cuota en ámbitos como la dotación de infraestructuras para telefonía**

versidad mediante su participación en *spin-offs* o en la transferencia de resultados de investigación.

En los últimos meses, el grupo también ha acometido diversas iniciativas entre las que destaca el platóformado y gestión de los ordenadores portátiles del programa *Un alumno, un portátil* de la Universidad de Sevilla.

La empresa ha llevado a cabo la gestión logística integral, que ha puesto en manos de los universitarios andaluces 11.000 ordenadores portátiles. Además de la distribución personalizada, se ha encargado de la recepción, el almacenaje de los equipos, el platóformado individual de cada unidad, la vinilación corporativa y la preparación en paquetes para su entrega.

Junto a ello, tiene previsto sellar un acuerdo para convertirse en centro autorizado de reparación de equipos

informáticos de las principales marcas vendidas en centros comerciales y grandes superficies, como El Corte Inglés, la multinacional alemana Mediamark o PC City.

Igualmente, impartirá próximamente cursos de formación profesional ocupacional, con un compromiso de contratación del 60%, en colaboración con la Consejería de Empleo.

## Diversificación

Otra parte importante del negocio de la compañía son los servicios relacionados con el ámbito de la ingeniería de telecomunicaciones.

Esta línea de actividad abarca desde las implantaciones de sistemas de información hasta tareas de mantenimiento o dotación de infraestructuras y obra civil de naturaleza tecnológica.

C&G surgió del carácter emprendedor e innovador de sus tres socios –Alejandro Costa, Ricardo González y José Ángel Costa– que procedían del campo de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación).

Más del 35% de la plantilla tiene menos de treinta años y el 25% posee una titulación académica superior.

Aunque la compañía ofrece servicios muy diversos relacionados con las telecomunicaciones, que van desde implantaciones de sistemas de información hasta mantenimiento, pasando por dotación de infraestructuras y obra civil de naturaleza tecnológica, su gran apuesta está ahora en el sector de la logística.



PENSANDO POR LIBRE

Ignacio Valduéres

## Darwinismo empresarial

Hace unos años, en 1998, se conmemoró el centenario del nacimiento de García Lorca, utilizado como arma arrojadiza –no se sabe muy bien contra quién– por retroprogres desconocedores de su obra. Este año repetimos esquema con Darwin, del que se conmemora el segundo centenario de su nacimiento, esgrimido por los ignaros de siempre en sus peculiares cruzadas. El autor de *El origen de las especies*, publicado en 1859, proponía que la diversidad que se observa en la naturaleza se debe a las modificaciones acumuladas por la evolución a lo largo de las sucesivas generaciones. Simplificando, podemos decir que el núcleo de su teoría consiste en explicar que, ante los cambios en el entorno, las especies se van adaptando a esos cambios. Las que mejor se adaptan sobreviven, el resto desaparece.

No voy a entrar ahora en la polémica, ya superada, entre creacionismo y evolucionismo que algunos se empeñan en resucitar, es otro aspecto el que nos interesa: existe también un darwinismo empresarial que, precisamente ahora, se pone de manifiesto con especial intensidad. Que las empresas tienen que adaptarse, incluso anticiparse, a los cambios del entorno es obvio. También que las que mejor se adaptan sobreviven y las otras primero languidecen y luego mueren lentamente; pero ahora ese proceso se ha acelerado.

El entorno social ha cambiado en estos últimos meses de forma radical. La verdad es que estas transformaciones se habían venido gestando desde hace tiempo, casi desde la caída del Muro de Berlín; pero la crisis financiera y económica ha precipitado la eclosión de todas esas transformaciones larvadas.

¿Como adaptarse a los cambios para sobrevivir? ¿Cuáles son las claves del futuro? Es difícil jugar a adivino pero, puestos a jugársela, me atrevo a asegurar que el problema básico no es el económico, ésa es la manifestación externa (la fiebre) de algo más profundo (la infección). La clave radica en que el esquema de valores que sostenía la sociedad se ha ido deshaciendo, poco a poco y, de repente, se ha venido abajo. La búsqueda de beneficios a corto, el endeudamiento para el consumo, el delegar la satisfacción de las necesidades básicas

**La crisis económica y financiera ha precipitado la eclosión de las transformaciones larvadas**

en el Estado, el afán de igualar por abajo (que nadie destaque para que no ponga en evidencia mi mediocridad), la ausencia de objetivos personales y profesionales a medio y largo plazo, la adecuación de los principios básicos a la opinión de la mayoría, el sentirse sujeto de derechos; pero no de deberes, esperar que el estado atienda todas mis necesidades, reales o creadas. Todo esto, y algunas actitudes más por el estilo, ha tenido su manifestación externa en la actual crisis económica de una profundidad y alcance desconocidos.

Si la empresa quiere adaptarse con éxito a los cambios del entorno, ahí tiene las claves. El modelo que acabamos de describir se ha agotado. La sociedad que viene ha de estar centrada en el desarrollo personal, en promover la cultura del esfuerzo, del estudio, de la responsabilidad personal, de la vertebración de la sociedad civil. En superar el infantilismo de “lo quiero todo y lo quiero ahora”. Recuperar el valor de la familia como ámbito de inserción personal en la sociedad; reconsiderar a los mayores como referentes de ponderación y análisis. En resumen: retornar a la persona como eje de la sociedad.

Los viejos modelos no valen. Ahora la empresa, si quiere sobrevivir, está obligada a un profundo cambio de estrategia que va más allá de retoques en los departamentos clásicos de ventas, marketing o producción.

La adaptación darwiniana que se le exige para sobrevivir supone pasar de estar centrada en el producto a estar centrada en la persona. Eso es algo más que retórica, exige un replanteamiento profundo de su misión, de sus valores y de su estrategia a largo.

Puro darwinismo: ahí están los cambios; las primeras empresas ya están cayendo, las que se adaptan son las únicas que sobrevivirán.

Presidente de IVB Abogados y Economistas

## Codo con codo con la Administración

Además de la entrega y el mantenimiento de 1.200 equipos informáticos para el profesorado de la Universidad de Sevilla, C&G ha llevado a cabo el despliegue masivo de cobertura WiFi para numerosos campus universitarios no sólo andaluces (entre los que se encuentran la Universidad Pablo de Olavide, en Sevilla, El Carmen y La Rábida, en Huelva o Teatinos, en Málaga), sino también de otras comunidades como Extremadura. En este sentido, la Administración es uno de los principales clientes del grupo. Recientemente, la compañía ha realizado también la renovación y actualización de todo el parque informático de la red perteneciente al Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía. En esta operación, como en otras muchas, ha desarrollado procesos de logística inversa, es decir, retirada del equipamiento obsoleto y reparación y actualización de los dispositivos desactualizados.