

EXPANSIÓN Y ADDED VALUE ANALIZAN LAS CLAVES DEL DINAMISMO CORPORATIVO

Cómo encontrar la eterna juventud empresarial

"Una buena idea no es innovación hasta que, por lo menos, haya una prueba de que el nuevo producto se haya adaptado lo suficiente como para que merezca la pena pasarlo a la fase comercial", dijo ayer Edmund Phelps, Premio Nobel de Economía 2006.

A.I. GRACIA / M. CIRIZA, Madrid

Ya nadie duda de que la innovación tiene una importancia definitiva en el proceso de desarrollo económico de cualquier país y que se ha convertido en uno de los motores más dinámicos si se aspira a tener futuro como empresa. Pero no existe una definición única que englobe un significado acotado sobre qué es la innovación. Una de las más extendidas la define como "la conversión de una idea en ingresos y beneficios". Por lo menos, así la calificó ayer Carlos Tribiño, consejero delegado de Added Value España, en una conferencia sobre innovación y empresa, organizada por EXPANSIÓN y Added Value, que contó con el patrocinio de 3M, Cámara de Madrid, la Comunidad de Madrid, ICEX y Gas Natural.

Tribiño afirmó que la innovación "no sólo debe adaptarse al cambio, sino provocarlo" y añadió que toda innovación es una filosofía que incluye todo tipo de elementos. "Es un compromiso a través de la empresa que requiere la colaboración de terceros. Es arriesgada, pero los beneficios que se obtienen superan los riesgos que se toman", afirmó. Toda empresa que apuesta por innovar debe saber que, a su compañía, le otorga "un crecimiento orgánico, ofrece ventajas respecto a sus competidores y provoca un crecimiento económico", explicó. Sirve, también, para maximizar los objetivos fundamentales de toda compañía: "Crecimiento, rentabilidad y cotización bursátil".

Nobel 2006

Tras su presentación, Tribiño cedió la palabra a Edmund Phelps, Premio Nobel de Economía 2006, además de profesor de la Universidad de Columbia, en Nueva York. El Premio Nobel explicó la importancia de la innovación para España o cualquier país donde "tiene que ser básica para que las personas sientan la emoción del descubrimiento y disfruten del crecimiento personal".

El profesor de Columbia explicó que es fundamental "tener la disciplina del mercado para elegir los mejores proyectos innovadores a través de los criterios de las entidades financieras. Por eso, no solo vale la capacidad de innovación, sino tener dinamismo". Phelps aseguró que "la presencia del dinamismo explica la necesidad de tener muchos gerentes en las compañías que deciden qué y cómo fabricar. La innovación en



Edmund Phelps, Premio Nobel de Economía 2006, flanqueado por Carlos Tribiño, a la izquierda, y Jesús Martínez de Ríoja, a la derecha.



Participantes en la mesa de debate, que ofrecieron el punto de vista empresarial de la innovación.

este tipo de trabajo mejora la participación de la mano de obra en las empresas y aumentan el empleo".

Pero no existe ninguna varita mágica que, de la nada, genere el tan deseado dinamismo. Según el Premio Nobel, lo produce un sistema con distintos elementos: "Agentes que participan en la economía, cada uno con su experiencia de la intuición de lo que puede ser una nueva idea". También empresarios capaces de llevar a cabo proyectos innovadores, junto con la diversidad de puntos de vista del mundo financiero "para juzgar los proyectos y decidir cuál de ellos es el que vale". Finalmente, los gerentes

y los consumidores "tendrán la decisión final de aceptación o no estos productos". Pero no se puede tener una economía innovadora si los consumidores y los gerentes "no se sienten aptos para probar cosas nuevas. En este caso, la innovación nacerá muerta", dijo Phelps.

Una vez más, se reiteró que definir innovación no es nada fácil. "Una buena idea no se puede considerar innovación hasta que, por lo menos, haya una prueba de que el concepto y el nuevo producto se haya adaptado lo suficiente como para que merezca la pena pasarlo a la fase comercial", consideró.

Para que España dispare su

nivel de dinamismo en innovación, sea cual sea su posición a nivel mundial, Phelps considera que "la sociedad española y el Gobierno tienen que aumentar la conciencia pública no sólo sobre los beneficios que se obtienen, sino también por convertir un sitio de trabajo en un lugar mucho más atractivo y agradable". Por último, el Premio Nobel consideró imprescindible que la fuerza laboral cuente con más títulos universitarios porque "la conciencia que nos aporta ese nivel formativo para analizar nuevos productos y nuevos métodos es esencial". Un país con un número de licenciados bajo, se traduce en pocas personas que

quieren arriesgarse. Y, sin este suministro de personas que desarrollen nuevas ideas, "nadie adoptará estas sugerencias".

La voz empresarial

Tras las palabras del Premio Nobel de Economía 2006, se abrió un debate con la participación del mundo empresarial. Para 3M, la innovación es algo que le acompaña desde hace un siglo. "El 35% de las ventas de cada año procede de inventos realizados los últimos cuatro", afirmó Arturo Luján, consejero delegado de la compañía. Al año, lanzan al mercado 500 patentes nuevas. En total, ya cuentan con 50.000 productos a nivel

mundial. "Una de cada cuatro personas utiliza un producto 3M". Desde luego tienen muy arraigado el concepto de innovar para mejorar. Por ello, "cada año el 6% de los 30.000 millones de dólares facturados al año lo destinamos a innovar. Lo que representa el 1,2% del PIB en España y el 2,5% en Europa", detalla Luján. El espíritu innovador de esta empresa se traduce en que "no matarás una idea" que proceda del capital humano, porque es "la base de la innovación".

Para Salvador Santos Campano, presidente de la Cámara de Madrid, no hay competitividad sin innovación. El problema de las pymes es que, la mayoría de ellas, innovan incorporando tecnología del exterior, "pero no innovan en los procesos de gestión. Ahí es donde menos se invierte". Así, Santos asegura que las pymes necesitan de apoyos públicos en los procesos de gestión y, a su vez, que la Administración simplifique la burocracia de los trámites. "Tampoco disponen de fondos para patentar sus productos. Por lo tanto, las ayudas también se podrían centrar en estas patentes a través de desgravaciones fiscales", sugiere.

Madrid

La Comunidad de Madrid, con el 14% de la población española, apenas cuenta con 1,3% de la superficie del territorio nacional, contando con una gran parte del suelo protegido. "Aun así, la Comunidad, de 2005 a 2007, ha financiado 246 proyectos con un presupuesto de 50.000 millones de euros, generando una inversión privada de 170.000 millones de euros", explicó Enrique Ossorio, vicepresidente de Economía y Consumo de la Comunidad de Madrid. Para este gobierno, la innovación es "un elemento esencial y así se refleja en todas sus políticas", defendió Ossorio.

Para Gas Natural, con 165 años de actividad, la innovación se manifiesta como "una cadena de valor hacia la eficacia y el control medioambiental", definió Manuel Fernández, director general de Negocios Mayoristas de Gas Natural. Ahora, se plantean la "sostenibilidad del suministro a treinta años, porque nos jugamos la energía de la siguiente generación". Para Fernández, la receta de la innovación es el gas más las energías renovables, que se traduce en un modelo sostenible dirigido hacia una innovación, que es la que conjuga todas las fuentes energéticas con la máxima eficacia".

Lecciones de los visionarios de la innovación

“ Innovar es sentir la emoción del descubrimiento y del crecimiento personal”, dice Phelps

“ La innovación debe provocar el cambio además de adaptarse a él”, considera Tribiño

“ El concepto innovador de 3M se traduce en no matarás una idea”, califica Luján

“ Es una cadena de valor hacia la eficacia y el control medioambiental”, apunta Fernández