

LA INNOVACIÓN COLABORATIVA: Una herramienta para la competitividad

Tomás Iriando Astigarraga
Director General de GAIA

1. INNOVACIÓN: ENFOQUE ACTUAL

Actualmente nos encontramos en un momento convulso dentro del tejido empresarial español, por lo que cada vez con más frecuencia las organizaciones comienzan a cobrar conciencia sobre la necesidad de implementar herramientas o generar ideas innovadoras que les aporten un valor añadido, gracias al cual sean capaces de competir en el mercado. Las empresas están empezando a introducir tecnologías que les den la oportunidad de crecer y generar soluciones que respondan a las expectativas de los ciudadanos, integrándolas en su actividad cotidiana.

En nuestros días comenzamos a vislumbrar una nueva filosofía de cooperación, liderada en su mayor parte por empresas, asociaciones y centros de investigación, con el objetivo de desarrollar iniciativas tecnológicas que faciliten la vida de los ciudadanos en campos de gran repercusión social como la medicina, el medioambiente o el transporte.

Sin embargo, estas actuaciones no dejan de ser aisladas y en gran parte se caracterizan por una concepción que aún se mantiene en la mentalidad de nuestros empresarios y emprendedores: la competitividad individualizada, basada en una maniobra de actuación cerrada y carente de comunicación. Y es que nos encontramos muy lejos de equipararnos con otros países europeos, donde la innovación es una práctica de sobra conocida. Carecemos de experiencia en este

terreno, por lo que debemos recorrer un largo camino para conseguir divulgar una cultura de innovación y ofrecer a los empresarios un entorno favorable para poder hacer factibles sus ideas.

Otra de nuestras limitaciones se basa en la carencia de profesionales. La llamada “*fuga de cerebros*” es un problema con el que nos enfrentamos día a día en las compañías, ya que nuestros talentos buscan en el extranjero las oportunidades de participar en los proyectos innovadores que no se encuentran en España, lo que dificulta en gran medida el desarrollo de dichas actividades en nuestro país. La atomización de los sectores industriales tampoco ayuda mucho a mejorar la situación, ya que las pequeñas y medianas empresas no pueden afrontar por sí solas las necesidades de cambio que requerirían para desarrollar un mercado innovador, y muchas de ellas no cuentan con las implementaciones tecnológicas suficientes.

2. NUEVOS ENFOQUES

Por ello, es necesario apuntar hacia nuevos enfoques que favorezcan la puesta en marcha de una “*innovación colaborativa*”, un concepto basado en la capacidad de las empresas de generar ideas que sean compartidas y enriquecidas por la cooperación interempresarial e intersectorial, generando un marco óptimo de crecimiento que actúe como motor de cambio. Entre las propuestas para alcanzar este estadio destacan las siguientes:

2.1. GENERAR IDEAS

Las instituciones y empresas deben luchar a través de las ideas. Ser

activo en este aspecto debe ser la baza con la que encontremos nuestro lugar en el mercado y la sociedad. Por tanto, es fundamental ser pro-activo para recoger la creatividad que entre todos somos capaces de generar, y transformar esos sueños en acciones, soluciones y/o empresas. Generar ideas puede ser una práctica individual o colaborativa, y la transformación de éstas en actuaciones es una práctica obligatoriamente colaborativa.

2.2. INNOVACIÓN ABIERTA

Debemos centrarnos en nuevos modelos emergentes como el trabajo en red, el software libre y otros cambios importantes vinculados a las tecnologías electrónicas, de la información y la comunicación. Así, las organizaciones ganarán un importante terreno si son receptivos ante dichas novedades y encuentran buenos y eficientes socios para compartir futuros planes de investigación y desarrollo. Es, por tanto, necesario generar marcos de confianza con nuestros colaboradores para conseguir implantar modelos eficientes y efectivos de innovación abierta.

2.3. SUMAR

Tenemos que buscar rentabilidades adicionales y herramientas para la mejora competitiva ante situaciones adversas. La búsqueda de oportunidades vendrán en muchas ocasiones dadas de la mano de proveedores, clientes e incluso competidores. La búsqueda de sinergias con empresas del mismo sector y de otros segmentos de mercado maduros o de economía emergente, pueden ser la llave definitiva para conseguir nuestro objetivo: innovar.

2.4. RETENER EL TALENTO

Buscamos incidir en los sistemas de innovación centrados en las personas, estructurando el conocimiento, atrayendo el talento hacia el sector e implementando equipos polivalentes de investigación y desarrollo que favorezcan la puesta en marcha y la adaptación de las tecnologías de la información a las cambiantes necesidades del entorno. Por ello, es fundamental la creación de proyectos de formación que acerquen los contenidos y competencias demandadas y trabajen en la comunicación y sensibilización de los profesionales del futuro sobre las oportunidades que la innovación colaborativa y el sector de las Tecnologías Electrónicas, de la Información y la Comunicación (TEIC) les ofrecen.

2.5. FAVORECER A LAS PYMES

Debemos promover el potencial de las pequeñas y medianas empresas a través de sistemas de cooperación, internacionalización y reconversión industrial. La colaboración en red permitirá a estas alcanzar la dimensión adecuada para competir en un entorno liderado por grandes grupos. La internacionalización de nuestras iniciativas, proyectos e investigaciones también es un objetivo primordial, favoreciendo el desarrollo de productos locales para el mercado global y su posicionamiento y presencia en otras regiones. Y no debemos olvidar la innovación de productos, servicios y gestión, que mejoren la competitividad de las empresas y el valor añadido de sus ofertas, lo que convierte en fundamental la tarea de llevar a cabo una reconversión industrial con apoyo de las tecnologías electrónicas, de la información y la comunicación, para incrementar la rentabilidad, el valor funcional de las soluciones, y los servicios vinculados al desarrollo y puesta en el mercado de los productos ofrecidos.

3. CONCLUSIONES

En definitiva, generar ideas, innovar de forma abierta, sumar, retener el talento y favorecer a las *Pymes* son cinco axiomas primordiales para conseguir nuestro objetivo, el de crear un marco propicio para el desarrollo de una sociedad innovadora, capaz de competir a nivel internacional. Si seguimos estos patrones, llegaremos al estadio marcado, en la innovación en red o “*innovación colaborativa*”, cimentada bajo un marco de trabajo donde el crecimiento y la investigación formen parte de un modelo sistémico.

En este contexto, dichas prácticas se convertirán en una estrategia normalizada a nivel personal y profesional. Lograremos finalmente desarrollar una cultura de innovación que propicie la introducción de todo tipo de organismos en el carro de la modernidad, creando una sociedad liderada por emprendedores que asuman el

compromiso con la creatividad, la innovación y la responsabilidad social corporativa. Generaremos una idiosincrasia basada en las personas, así como en modelos empresariales orientados a personas en sus organizaciones emergentes.

Se promoverá la puesta en marcha de foros donde empresas, centros de formación y tecnología, y usuarios, con la complicitad de la Administración, generarán y compartirán ideas y trabajarán concibiendo productos innovadores que satisfagan necesidades reales de los sectores.

Para ello, necesitamos ser proactivos y ágiles en la creación de este tipo de estructuras de colaboración, con el único objetivo de dinamizar la creación de nuevas empresas y productos. Esta es la clave para alcanzar un futuro sostenible con equipos y personas comprometidas, que sean capaces de aprovechar las oportunidades que constantemente se dan, y trabajar en torno a la “*innovación colaborativa*”.