

Innovación - VII Edición de Business Global Conference 'La innovación abierta: la suma de las ideas'

El certamen organizado por SPRI y GAIA se consolida como referente europeo en management

Expertos animan a la empresa a activar la 'innovación colaborativa' ante la crisis

◆ Beatriz Itza

Consolidado como uno de los principales eventos en reflexión estratégica empresarial de Europa, la VII Business Global Conference reunió durante dos días en Bilbao a más de 700 directivos y empresarios, en su mayoría del País Vasco pero también llegados de las comunidades limítrofes, en busca posiblemente de respuestas innovadoras a la incertidumbre que se ha instalado en las empresas y en la sociedad en general como consecuencia de la crisis financiera mundial. Desde el atril del Palacio Euskalduna, representantes institucionales y expertos internacionales en management proporcionaban la misma receta: es necesario mantener activa la llama de la innovación para seguir siendo competitivos, incorporando, eso sí, nuevos aditivos a esa innovación que en adelante deberá ser abierta, colaborativa, en red.

Lo refería la consejera de Industria, Ana Agirre, en la inauguración del Congreso, cuando afirmaba que las empresas vascas han invertido mucho en gestión de la excelencia, en estrategia de I+D, en internacionalización. "Y cuando parece que esas ideas van calando en nuestro tejido empresarial, se nos plantea ahora el más difícil todavía, el propio concepto de la innovación abierta". Agirre animaba a los empresarios a buscar para sus organizaciones lo mejor "fuera de ellas", en un mundo que es una red abierta, plena de recursos e intereses para compartir. "No sólo podemos. Lo necesitamos", afirmó la consejera.

En la misma línea se expresaban la diputada foral de Innovación Izaskun Artetxe, Mauri Lazkano, director general de SPRI y Joseba Ruiz de Alegria, presidente de GAIA, entidades organizadoras del

La empresa vasca debe ser activa en generación de ideas, practicar la innovación abierta y sumar para seguir siendo competitiva en momentos de incertidumbre como los actuales. Fue el mensaje unánime lanzado por los expertos reunidos en la VII edición del congreso BGC+i celebrado en Bilbao.



Henry Chesbrough, de la Escuela de negocios de Berkeley, explica su teoría sobre la 'innovación abierta'

congreso. "Es el momento de ser proactivos para recoger la creatividad que seamos capaces de generar y transformarlo en proyectos, en nuevas empresas", afirmaba Ruiz de Alegria. "Debemos innovar de forma abierta, en red, siendo receptivos a los cambios, compartiendo planes de innovación, generando nuevos marcos de confianza, sumando". Desde AETIC, Félix Bonmatí abogaba igualmente por que las nuevas tecnologías y la innovación evolucionen de manera paralela. En su opinión, en España se ha avanzado mucho en infraestructuras TIC y el reto está en medir el grado de utilización de esas infraes-

tructuras. "No por aplicar tecnología estamos innovando sino que para innovar debemos valernos de las TIC para sacar la idea adelante".

Fórmulas de rescate

Precursor y padre del concepto de la 'Open Innovation', el profesor de la Haas School of Business de Berkeley (California), Henry Chesbrough ofreció una lección magistral sobre las nuevas tendencias en innovación, los nuevos modelos de negocio y el papel de los intermediarios como facilitadores de los procesos de innovación. Citó ejemplos exitosos de innovación abierta como los protagonizados por la

multinacional Procter & Gamble o el grupo musical británico Radiohead y afirmó con rotundidad que la aplicación de un modelo de innovación abierta puede suponer el rescate para más de una empresa enfrentada a la crisis.

Eric Von Hippel, director del Grupo de innovación y Emprendizaje del MIT participó igualmente en la sesión inaugural del congreso compartiendo con el foro distintos métodos prácticos para aumentar los procesos de desarrollo de productos y servicios, sobre la base, defendida por este 'gurú' del management de que "la innovación parte de las personas, no de las empresas".

Innovación desde el sentido común

Poner en tela de juicio ciertas inercias mentales es el primer paso para cambiar e innovar en aquellos puntos que no resultan del todo satisfactorios. Es la teoría del profesor del Insead y del Centre for Management Development a la vez que investigador del Management Innovation Lab de la London Business School, Jules Godard. Fue el encargado de poner el broche final a la brillante VII Edición del BGC+i. Lo hizo con una conferencia titulada 'Innovar y el sentido poco común'. Y es que según el ponente, aunque todos parecemos saber lo que es innovar y en qué consiste, la duda estriba en si efectivamente partimos de las ideas correctas para emprender esa difícil tarea. ¿Está preparado para poner en duda sus propias ideas? A lo largo de su exposición, Godard, cuyo trabajo en el Management Innovation Lab se centra precisamente en experimentar, junto con clientes seleccionados, formas radicalmente diferentes e innovadoras de gestión del talento y de organización del trabajo, trató de responder en el foro del BGC+i a una serie de preguntas sobre la capacidad de respuesta automática e irreflexiva de la que hacemos gala y que muchas veces son la base de una idea innovadora. Godard presentó los seis pilares fundamentales de la gestión tradicional y puso en entredicho los principios y las prácticas que les suelen acompañar. El profesor compartió con la audiencia las tendencias emergentes en cuanto a métodos organizativos y modelos de gestión. Fue el broche final a dos días intensos en transferencia de experiencias y conocimientos en un congreso ya firmemente consolidado.

Organizaciones avanzadas, ejemplo de que la innovación sí es posible

B.I.

Es posible ser una empresa familiar, estar presente en un sector maduro y apostar de forma clara por la innovación para diferenciarse de la competencia. Es posible, desde los locales de una parroquia que un cura de barrio contagie de fiebre emprendedora a un grupo de jóvenes abogados a la marginación para, juntos, poner en marcha un grupo empresarial de restaurantes de rango internacional. La firma Jaz-Zubiaurre y el Grupo Lezama son dos ejemplos de proyectos que han sabido hacer suya la máxima de innovar para ser, para

adaptarse a los cambios, para crecer. Ambas experiencias fueron expuestas en la mesa moderada por el director de ESTRATEGIA EMPRESARIAL, Roberto Urkitza.

Pero a lo largo de dos días, el Congreso fue también la oportunidad de conocer otros muchos y valiosos ejemplos, como el presentado por Ikea y Correos, en procesos; El Circo del Sol, NH Hoteles, referidos a organización y personas; Puleva Biotech, el Grupo Matarromera, la compañía de autobuses reconvertidos en aulas interactivas Alegria Activity y el grupo ZIV; Telefónica, la Fundación CTIC, ejemplos de co-

nectividad y empresa 2.0. Desde la embajada de Finlandia en Madrid, la embajadora Maija Lähteenmäki presentó el ejemplo de innovación social desarrollado en aquel país, compartiendo mesa con el ayuntamiento alemán de Hanau, pionero en la adopción de medidas municipales para favorecer la conciliación de la mujer y la vida laboral. Otras empresas como la cafetera Nespresso o la firma de moda vasca Skunk-Funk, Agotek y Merkatu Interactiva fueron también referentes de las jornadas, que se cerraron con el ejemplo de innovación colaborativa que representa la Red Innovanet.



Luis de Lezama y Eduardo Zubiaurre, compartieron sus modelos de innovación, moderados por el director de ESTRATEGIA EMPRESARIAL, Roberto Urkitza