



De izquierda a derecha, Xavier Marcet, Juan Luis Rodríguez Sánchez del Álamo, Elisenda Casanelles, Josep Tarradas y Julián Venué. ALBERT ERITJA

>Nodos / KIMCONFERENCE

Los expertos asistentes a la KIMConference resaltaron la importancia de llevar a cabo investigación que responda a los objetivos del mercado y resaltan la importancia que las 'start ups' han tenido en la promoción de innovación. Por Lidia Montes

«Debemos crear una red de transferencia tecnológica»

La transferencia de conocimiento al mercado es una de las asignaturas pendientes no sólo en España sino también extrapolable al ecosistema europeo. Y para abordar sus posibilidades en tanto a innovación, financiación o comercialización, la pasada semana se reunían en Barcelona, una red de expertos del sector que, con casos prácticos, construyeron el hilo conductor de la KIMconference celebrada en el Palau Macaya.

Un conocimiento que sale de las universidades y los centros tecnológicos y que muere, en la mayoría de los casos, antes de llegar al mercado: «hay un hueco entre investigación y empresa. Tenemos que pensar formas de saltar ese agujero y conectarlos para superar los retos», exponía Sam Waes, director de tecnología de la ESA -Agencia Espacial Europea-, en su intervención. Instó, además, a identificar las necesidades tecnológicas como punto de partida pa-

ra realizar transferencia de tecnología y, en este sentido, puso en el centro del debate la creación de una red de transferencia de tecnología en la que estén inscritos tanto universidades como centros tecnológicos.

«Los investigadores nunca serán empresarios», recordó Waes, «por tanto el esfuerzo no debe venir siempre de la ciencia al negocio. Para que el negocio de la ciencia funcione debemos saber algo fundamental: su objetivo, antes de dar el primer paso».

Una propuesta que encontraba su punto de partida en la previa intervención del conseller de Empresa i Coneixement de la Generalitat, Jordi Baiget, que inaugurando la presente novena edición de la KIMConference ponía la innovación como motor para la recuperación económica y de crecimiento. La triple i se erigía, en este punto, como un eslabón indispensable, considerando la necesidad de dar prominencia a la

industria, convertir la internacionalización en una apuesta permanente y, por último, que la I+D de las universidades y centros de investigación lleguen al tejido empresarial conformado, en su grueso, por pymes.

Con fuerza arrancó Xavi Marcet, presidente de Barcelona Drucker Society and Lead To Change (LTC), su intervención en la que apuntaba que Europa está lejos de sus pretensiones de alcanzar a EEUU y Japón. «Tenemos una burbuja. Valorar empresas en un millón de dólares no es un deporte pero que en Europa las podamos contar con los dedos de una mano significa que tenemos que cambiar cosas», asegura. Subraya que en términos de innovación «no avanzamos tan rápido como queríamos ni conseguimos impactar en el PIB», y evidencia que «la mayor parte de

cosas que nos han cambiado la vida vienen de start ups».

Conjuntamente con sus compañeros de debate, apuestan por promover la innovación dentro de las grandes empresas, creando flujos de trabajo que integre la dinámica corporativa y las de las start ups. El ejemplo de ello es claro con Repsol, Telefónica o HP

«La mayor parte de las cosas que nos han cambiado la vida vienen de 'start ups'»

compartiendo panel. Muestra, eso sí, de divergentes flujos de trabajo de grandes empresas que encuentran en las start ups un camino hacia la innovación ágil.

De hecho, por paradójico que parezca, el director de proyectos de innovación de Repsol, Juan Luis Rodríguez, puso en valor los

proyectos fracasados que, en todo caso, se transforman en una vía de aprendizaje en sí misma. Algo que aprovecha la propia Wayra, según comenta su director, Julián Venué: «dos empleados menos satisfechos en la compañía nos dicen que es posible mejorar desde una perspectiva empresarial». Ya previamente, el director general de Starlab, Stephen Dunne, había establecido estas bases: «a veces se gana a veces se aprende. El único fracaso es fracasar en aprender». Insta, este emprendedor al trabajo en equipos pequeños y multidisciplinares, internos y externos a la empresa, para lograr mayor eficiencia en los programas de emprendimiento.

La economía circular fue protagonista de las iniciativas promovidas desde la Comisión Europea. Han puesto en marcha instrumentos como la ecoetiqueta, el impacto ambiental del producto, la gestión de residuos, según avanza Lana Žutelija, responsable de políticas del estamento europeo. Las materias primas se han convertido para la Comisión en uno de los sectores prioritarios, de la mano de los residuos alimentarios y los deshechos de la construcción. Así es que están promoviendo, actualmente, un plan estructural para promover la economía circular a través de la consecución de fondos de inversión, nuevas plataformas, acuerdos de innovación y tratando de romper las barreras regulatorias que entorpecen este objetivo de la legislación nacional a la europea.