

Que inventen otros, que ya innovaremos

OPINIÓN

FRANCISCO BARRIONUEVO

Todos nos acordamos de aquel desdén unamuniano: «Que inventen ellos». La etimología de inventar viene del frecuentativo del verbo latino *invenio*, que significa encontrar. Pero ¿qué supone inventar? Esa pregunta admite muchas respuestas. Lo cierto sería que inventar es un proceso consumidor de recursos específicos: investigadores, laboratorios y procedimientos complejos.

Sin embargo, mejorar/innovar puede ser una alternativa más a mano del tipo de empresas que conforman nuestro tejido productivo andaluz: pymes. A fin y al cabo la innovación, según el informe COTEC, abarca un concepto tan amplio que incluye, desde *simples* mejoras y adaptaciones de productos y servicios ya existente, hasta la generación de alta tecnología.

Estoy en disposición de aseverar que la em-

presa tiene que focalizar sus esfuerzos hacia la innovación; por dos motivos fundamentales: mayor retorno de la inversión y en menor tiempo.

En Andalucía, el ingenio abunda por doquier. Unas dosis de ese ingenio, bien aplicado, llegan a transformarse en innovación en estado puro. Por el contrario, ese ingenio trasladado al lado oscuro de la innovación se transforma en especulación. Cuando eso se produce, trae consigo un pésimo aprovechamiento de los recursos productivos.

Según el European Innovation Scoreboard, los factores de la innovación (*inputs*) lo forman una serie de indicadores englobados en tres sub-apartados: los conductores de la innovación, la creación de conocimiento y en tercer lugar la innovación y el empresariado. Por tanto, sería considerada innovación, y de la buena: diseñar, pergeñar y enhebrar estrategias en las empresas y organizaciones en general; y sobre todo llevarlas a la práctica sin demora.

Recuerdo una presentación del mismísimo Michel Porter hace unos años en Madrid a la

que tuve la suerte de asistir. Allí nos contó el caso de Neutrogena. De cómo esa compañía, a través de una estrategia inteligente y sin gran inversión en I+D+i, consiguió un espectacular éxito. Su propuesta de valor fue:

En Andalucía, el ingenio abunda. Pero ese ingenio trasladado al lado oscuro se transforma en especulación

ofrecer un jabón suave, que se enjuague totalmente sin dejar residuos, ni olor y, al mismo tiempo, no desodorizante ni suavizante. Una buena limpieza, aunque no lo suficientemente potente como para eliminar la grasa. Neutrogena eligió poner en el mercado por primera vez un jabón sin residuos y de ese modo se ganaron una imagen de jabón con propiedades médicas.

Nadie duda en reconocer el valor agregado

y las manifestaciones económicas de la innovación.

La economía andaluza debe salir de la mollicie en la que se encuentra. Sus principales agentes económicos, las empresas, deben hacer más esfuerzos encaminados hacia la innovación y competitividad, y sortear la situación de crisis (oportunidad) en la que estamos inmersos.

Andalucía tiene que marcarse como meta trascendente convertirse en el referente mundial de la innovación. Teniendo en cuenta el desiderátum anterior me viene a la cabeza una bonita historia contada por Alejandro Jodorowsky: «Un arquero quiso cazar la luna. Noche tras noche, sin descansar, lanzó sus flechas hacia el astro. Los vecinos comenzaron a burlarse de él. Inmutable, siguió lanzando sus flechas. Nunca cazó a la luna, pero se convirtió en el mejor arquero del mundo».

Al igual que el arquero, Andalucía puede que no alcance tal liderazgo pero si nos marcamos ese objetivo seguro que mejoraremos en el ranking de regiones innovadoras; dado el puesto atrasado en el que nos encontramos.

Francisco Barrionuevo es presidente de Novasoft y del Consejo Social de la Universidad de Málaga.