

> INNOVACIÓN APLICADA

**Francisco
Barrionuevo**



Culto al emprendimiento

La economía española y andaluza está llevando a cabo un proceso de terciarización acelerado que no podemos obviar. En España, el sector servicios ya supone dos tercios del PIB. Sin embargo, debemos pasar página al proceso atrofico degenerativo vivido en nuestro modelo productivo, por mor de una economía especulativa que cabalgaba en la grupa de la construcción residencial y al alimón de un sector financiero que lo alimentaba sin cesar. De aquellos polvos vienen estos lodos de cajas de ahorros pidiendo árnica, exceptuando la andaluza Unicaja y la vasca BBK que han sabido mantener la cabeza fría, pues así lo avalan sus niveles de solvencia.

De estos rastrojos debe surgir un nuevo sector industrial revitalizado y alentando por una renovada clase empresarial que tome el testigo y sea capaz de poner en marcha un nuevo modelo productivo, y de paso recuperar la astenia que se observa en la economía andaluza. En efecto, necesitamos un tejido industrial de alto valor añadido. Empresas industriales dinámicas, sustentada en la innovación tecnológica e internacionalizada hacia dentro y fuera de nuestras fronteras. Básicamente, tenemos que trabajar a la hora de convencer a las grandes corporaciones europeas de que Andalucía y su sistema de innovación pueden ser la plataforma perfecta para la instalación de sus centros de producción e I+D+i, sin renunciar a desarrollar una industria autóctona liderada por emprendedores locales, comprometidos y decididos a mantener lazos irrompibles con su territorio.

Cuando uso el término industrias me estoy refiriendo concretamente a la industria del conocimiento, del turismo, del software, de los contenidos, de las energías renovables, la biotecnológica, la agroalimentaria, la aeronáutica... En definitiva, toda actividad empresarial que lleva a cabo procesos productivos y crea valor a través de la innovación. De hecho, la servucción es un neologismo propuesto por P. Eiglier y E. Langeard que viene a definir un nuevo concepto del proceso de fabricación de un servicio, de forma equivalente a producción, que es como llamamos al proceso de elaboración de un producto. ¿Qué diferencia pues hay entre producto y servicio y proceso de producción y servucción? Por tanto, bienvenidos a la industria del servicio, siempre que conlleve desarrollo tecnológico e innovación; sin alguno de esos dos ingredientes seguiremos desarrollando una economía de servicios de poco valor agregado (turismo de sol y playa a bajo precio...). Es la hora de que los expertos del marketing de servicios aporten sus valiosos conocimientos.

Compañías como Apple, Google... destacan por su apuesta decidida por la innovación, aunque no han creado nada que no existiese ya. En el caso de Apple ha desarrollado una línea de ordenadores cargada de diseño y que incorpora un mejor software, líneas de móviles con nuevas funcionalidades... Google desarrolló un complejo algoritmo de búsqueda aprovechando la llegada de la sociedad de la información (parece lógico que donde iba a generarse cantidad ingente de información alguien la estructurara y la ofreciera a demanda). Google ha ido más allá de la técnica algorítmica; lo realmente destacable es su modelo de negocio que ha provocado un cambio de paradigma mundial en la ciencia del marketing y la publicidad. Sin duda, la espoleta que ha activado la destrucción creativa en sectores que han tenido que cambiar sus pautas por completo.

En Andalucía hay que seguir en la línea de incentivar a nuestras empresas a la hora de crear nuevos servicios y productos que provengan de procesos de innovación. Esta es la vía para salir del ostracismo económico en el que se encuentra Andalucía. ¡Qué estamos esperando!