

Potència contractada:
Màxim d'electricitat que pots consumir
ahora sense que saltin els ploms.

Parlem el
teu idioma

gestió
Finosa

GESTIÓ 5-04 TAGS INNOVACIÓ TALENT TIC

Les 7 claus del talent innovador

Pau Garcia Fuster BARCELONA 12/05/2017

El catedràtic d'Economia Xavier Sala i Martín repassa els factors essencials perquè les idees es portin a la pràctica



Xavier Sala i Martín ha compartit protagonisme amb els robots a la 15a Festivity. Cedida

LES CLAUS

- "El primer problema que té la innovació és que no sabem el que és"
- "Les idees practiquen el sexe. Són barreges d'altres idees"
- "Els que abraçen el canvi són els que sempre acaben guanyant"
- "Nespresso genera 6.000 milions de dòlars anuals a Nestlé. És una magnífica idea que sembla nova, però es va patentar fa 40 anys". Amb aquesta dada ha captat l'atenció del públic el catedràtic d'Economia de la Columbia University Xavier Sala i Martín. L'economista ha estat el conferenciant convidat a la Festivity, la gran festa de les TIC, que aquest dijous al vespre ha celebrat la seva 15a edició. En una trobada que ha versat sobre el talent i la manera de potenciar-lo, s'ha celebrat també el 40è aniversari de l'organitzador de l'acte, la Facultat d'Informàtica de Barcelona. En un ambient eminentment tecnològic, Sala i Martín ha exposat les set idees clau per aconseguir potenciar el talent innovador, basades en els estudis del Fòrum Econòmic Mundial.

"El primer problema que té la innovació és que no sabem el que és", ha assegurat l'economista. "La majoria de gent pensa que és l'R+D del que té la patent. Però fins que no aconseguies entrar al mercat, això no serveix de res", ha sentenciat. Davant l'estupefacció dels assistents, Sala i Martín ha recordat que, segons l'obra *The Origin and Evolution of New Business* el 72% de les idees vénen dels treballadors, el 20% de persones normals (estudiants, professors) i només el 7% vénen directament de l'R+D i concentrades bàsicament en sectors com les TIC, la farmàcia i l'automoció. Per tant, assegura, "quan parlem de talent per innovar, l'ha de tenir tota aquesta altra gent, no els que treballen en R+D".

"La primera característica que tenen tots els innovadors és la seva enorme curiositat", revela el catedràtic. "Amancio Ortega ha basat Inditex a través de fer dues preguntes: per què? i per què no?". L'economista ha recordat com el fet de plantejar-se les coses pot conduir a les majors innovacions, com ha passat en el cas de Zara i el sector de la moda. "Hem de cuidar la pregunta, però a les escoles fem tot el contrari", ha lamentat.

1 La curiositat

"La primera característica que tenen tots els innovadors és la seva enorme curiositat", revela el catedràtic. "Amancio Ortega ha basat Inditex a través de fer dues preguntes: per què? i per què no?". L'economista ha recordat com el fet de plantejar-se les coses pot conduir a les majors innovacions, com ha passat en el cas de Zara i el sector de la moda. "Hem de cuidar la pregunta, però a les escoles fem tot el contrari", ha lamentat.

2 L'observació

"Fixar-s'hi és una cosa molt important", assegura. L'exemple en aquest cas és el gegant de mobles Ikea. "El seu gran invent, a part de dissenyar les botigues fent un camí que et fa comprar coses que no vols; és dissenyar els productes de manera que càpiguen en les caixes adients per emmagatzemar-ho reduint enormement els seus costos", evidencia. Així doncs, la capacitat d'observar com optimitzar l'emmagatzematge, sumada al fet que "et traspassen els costos de transport i de muntatge", han portat l'empresa sueca a dominar el seu mercat.

3 Connectar idees

"Com la majoria dels éssers vius, les idees practiquen el sexe. Són barreges d'altres idees", afirma Sala i Martín. L'exemple que utilitza per entendre-ho és el del Cirque du Soleil. "El circ estava morint, ningú volia veure els animals esclavitzats. Fins que ells van eliminar els animals i van barrejar la gimnàstica amb Broadway. Un èxit monumental". L'economista recorda que connectar idees es pot fer constantment. "La majoria seran estúpides, però de tant en tant en sortirà una de bona".

4 Abraçar el canvi

Molt sovint la por al que és desconegut acaba sent la condemna d'una empresa líder. "Quan Napster va canviar la manera d'escoltar música hi havia dues maneres de lluitar-hi. Seny va anar als tribunals i Apple va crear iTunes", recorda Sala i Martín. La companyia d'Steve Jobs va abraçar el canvi, "va entendre que la gent no vol tot el disc, vol una cançó i la vol a l'instant. Els que abraçen el canvi són els que sempre acaben guanyant", resumeix.

5 Sempre hi ha una altra veritat

En qualsevol àmbit de la vida sempre hi ha una perspectiva diferent. "La meua assignatura la faig amb Joseph Stiglitz, que opina el contrari que jo en gairebé tot", explica el professor. "Així els alumnes veuen que hi ha dues maneres convíncents de veure el món i que no existeix una veritat absoluta", afegeix. Una empresa que també ho va saber entendre és Starbucks, que va deixar el negoci dels grans de cafè quan el seu director general, Howard Schultz, va anar a Itàlia i va veure que prendre cafè era tota una experiència. "Va canviar la manera d'entendre els bars als Estats Units posant tot a l'abast dels clients perquè s'hi passin tanta estona com vulguin". A més, ho fan amb un tret curiós. "Pels psicòlegs si estàs sol en una taula quadrada, et recorda la solitud. Amb les taules rodones això no passa", explica Sala i Martín. No cal dir com són totes les taules als Starbucks.

6 Implementació

"El que acaba inventant és el que observa, connecta i surt corrent a fer-ho", insisteix l'economista. "Nokia tenia a les patents tots els ingredients per fer un smartphone. Per què no ho va fer? Perquè no va sortir corrent a implementar". Tres quarts del mateix li va passar a Kodak amb la fotografia digital, "tot plegat per por a matar el seu core business", adverteix el professor.

7 Experimentació equilibrada

El cert és, però, que el deure de qualsevol directiu és protegir el core business de la seva empresa. I així és com tornem a Nespresso. "Nestlé va trobar una manera d'innovar i protegir-se de si mateixa. Sabien que si Nespresso es quedava dins de Nestlé mataria el seu core business i per això van crear una empresa paral·lela per experimentar mentre protegien el negoci principal, que era el Nescafé". No sempre la solució ha de ser aquesta, precisa Sala i Martín, però l'important és tenir sempre al cap que "el procés d'innovació és larguíssim i es fonamenta en la prova i l'error".

T'ha interessat aquest contingut?

Subscriu-te al butlletí de VIA Empresa i rebràs la informació més destacada al teu correu electrònic

Acepto la política de privacitat

Subscriure'm

RELACIONATS

MERCATS

Sala i Martín: "Quan s'ignora l'interdependència, els nostres milions amics seran els"

MERCAT INTERIOR

Sala i Martín: "El Capitalisme del Santiago Bernabéu no funciona"

MERCAT EXTERIOR

"Perdonar-me el Govern grans 600 euros que et doni"

Potència contractada:
Màxim d'electricitat que pots consumir
ahora sense que saltin els ploms.

Parlem el teu idioma

Cada any, l'ICF finança més de 1.500 empreses.

Fes créixer la teua!

Gestiona les teves línies d'una manera fàcil i ràpida amb l'App Mi Movistar

EL MÉS LLEGIT

HENRIK WENNER Catalunya pagarà la factura elèctrica basca

OPINIO Directius d'èxit que acaben malament

L'EXPERT Què han de fer les empreses davant d'un ciberatac?

COMERCIO BID, l'esperança dels comerciants

TENDÈNCIES Unes dades per menjar-se-les

BIZBARCELONA

31 MAIG - 1 JUNY 2017
RECINTE MONTJUÏC

BEN FET?

Producte ben fet, qualitat d'aquí

LEGIR L'ARTICLE COMPLET

El futur serà millor si obtenim la nostra energia.

endesa

cellnex
Driving Mobile connectivity

autopistas.com
el camí més curt.