

La Agencia Vasca de la Innovación aspira a impulsar un nuevo cambio económico

PRETENDE ALCANZAR LOS 300 ASOCIADOS EN SU PRIMER AÑO DE VIDA

El presidente del organismo, Pedro Luis Uriarte, invitó a patronal y sindicatos a unirse al nuevo proyecto

IBAI CEREIJO

BILBAO. La iniciativa económica *estrella* del Gobierno Vasco para esta legislatura acaba de ver la luz. Ayer fue presentada la Agencia Vasca de la Innovación, un nuevo organismo llamado a jugar un papel crucial, según sus promotores, en la llamada *Segunda Transformación Económica*, la transición hacia un sistema productivo basado en el conocimiento y la tecnología de vanguardia. La agencia será un foro de encuentro entre el sector público y el privado para coordinar las políticas y los proyectos de innovación que se desarrollen en el futuro.

Lakua ha encomendado la presidencia del organismo a Pedro Luis Uriarte, antiguo vicepresidente del BBV y consejero de Economía en el primer Ejecutivo autonómico de la democracia (1980-1984). La agencia celebró ayer su puesta de largo en un acto celebrado en el Parque Tecnológico de Bizkaia que estuvo presidido por el lehendakari, Juan José Ibarretxe, y la consejera de Industria, Ana Agirre. Al evento también asistieron un centenar de empresarios y los máximos responsables de

los principales centros tecnológicos y otras entidades de investigación científica e innovación de Euskadi. La agencia se creará a partir de la actual estructura de la Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación (Saretek), nacida en 1997 y que cuenta con un abanico de 89 asociados. Tras afirmar que se trata de “un



Ibarretxe saluda a los responsables de Saretek, con Uriarte al fondo, ayer en Zamudio. FOTO: J.M. MARTÍNEZ

proyecto privado con un inteligente y profundo apoyo público”, Uriarte afirmó que su aspiración consiste en llegar a los 300 asociados dentro del primer año de vida de la iniciativa. Por ello, hizo un llamamiento a los sindicatos, las organizaciones sociales, la Universidad y, en especial, a los empresarios y a la

organización que los representa, Confebask.

La idea de crear una agencia de estas características había surgido hace “cuatro o cinco años”, según afirmó ayer Ana Agirre, y su materialización es fruto del empeño del propio Ibarretxe. “Es un proyecto de país”, sentenció el lehendakari.

JOSEP LAGARES

DIRECTOR GENERAL DE METALQUIMIA

“La mejor forma de prever nuestro futuro es inventándolo”

El director de Metalquimia, Josep Lagares, ha conseguido, gracias a una gestión sistemática de la innovación, que todas las grandes multinacionales del sector tengan sus máquinas en las plantas de producción. Ayer contó su experiencia en los Cursos de Verano de la UPV en Donostia

JON ANDER CASTELLÓN

DONOSTIA. Su empresa ha recibido varios premios por su gestión de la innovación. ¿Cómo trabajan en esta materia?

Los galardones premian nuestra gestión sistemática de la innovación. No una innovación subjetiva ni por azar, sino objetiva y planificada. Es necesaria para crecer de forma rentable, retener talentos y seguir siendo competitivos en el mundo. Las compañías que no crecen por encima de la media de su sector acaban siendo compradas o cierran a largo plazo.

¿En qué consiste ese plan sistemático de innovación?

Se trata de un conjunto de fases que nos aseguran la socialización de la innovación, es decir, hacerla llegar a todos los estamentos de la empresa. No sólo innovamos para crecer, sino porque pensamos que la mejor forma de prever nuestro futuro es inventándolo nosotros mismos.

¿Cuáles son esas fases?

Hay que generar una cultura innovadora, comunicar a todos los trabajadores cuáles son las tendencias de mercado y las líneas prioritarias

del producto a investigar, cómo se generan los conceptos-ideas y cómo se potencia la creatividad en el seno de la empresa. Seleccionamos las mejores ideas y las priorizamos en función del riesgo o del atractivo técnico, tecnológico y de mercado. El plan de innovación nos da un constante goteo de nuevas ideas. La cantidad de ideas luego nos dará la calidad en la innovación. Todos innovan, hasta la chica que está en el teléfono. Pero una idea no es una oportunidad ni una innovación...

Es que este plan de innovación tiene otra fase, cuando se desarrollan estas ideas a nivel de ingeniería, diseño asistido en 3D, prototipaje virtual, etc. Cuando se rediseñan nuestros procesos e instalaciones. Cuando gestionamos el conocimiento y la tecnología que hay en la empresa. Cuando estudiamos las alianzas con centros tecnológicos, proveedores o clientes... Todo esto hace que salgan ideas rupturistas y en pocos años aumentes facturación y sigas siendo competitivo en el mundo.

¿Cree que existe una cultura emprendedora suficiente?

Yo suelo decir que para ser creativo y para innovar hay que pasar hambre. Mis abuelos, que la pasaban, eran más creativos que nosotros. Ahora la gente está muy acomodada y es esencial despertar las mentes, desbloquearlas para ser capaces de convertir las nuevas ideas en innovación. Hay mucha gente que piensa que la creatividad es un don de genios, pero se puede fomentar, sistematizar y socializar en las empresas, haciendo ver a la gente que es posible y enseñándoles cómo se hace.

Pero innovar cuesta dinero, y puede haber pymes que no lo tengan. ¿Existen ayudas suficientes?

Sí, en este momento hay bastantes, y se han facilitado mucho las cosas para que las pymes puedan innovar. La mejor ayuda es la desgravación fiscal que hay sobre el Impuesto de Sociedades para las pymes que innovan. Para mí es la más efectiva que se ha hecho nunca para fomentar la innovación tecnológica.

¿Qué porcentaje de su facturación suponen los productos innovadores?

La mitad de nuestra facturación se debe a productos nuevos o rediseñados en los últimos cinco años. Acabamos de desarrollar uno fruto de una alianza estratégica que va a revolucionar el mercado cárnico mundial y todo gracias a esta filosofía de innovación. Se trata de una máquina que reduce el proceso de secado del embutido de 2 meses y medio a tres días. Alrededor del 90% de las ideas que desarrollamos tienen éxito comercial, cuando normalmente el porcentaje es del 50%.

Las empresas cada vez pasan por más dificultades a la hora de encontrar personal cualificado para sus áreas de I+D. ¿Ha percibido usted también esta problemática?

Sí, pero hay otras tres razones por las que en este momento nuestro entorno no ayuda nada a nuestra competitividad. En primer lugar, si tenemos la necesidad de incrementar la producción, no encontramos suelo industrial o si lo hacemos es a unos precios inasumibles para una pyme. En segundo lugar la inflación inmobiliaria, que ha provocado una gran presión salarial que merma la com-



Josep Lagares, ayer en el Palacio de Miramar. FOTO: IKER AZURMENDI

petitividad. Finalmente la legislación tampoco ayuda. Aún así soy optimista y veo oportunidades, pero mucha gente quedará en el camino.

¿Teme que China alcance los niveles de innovación europeos?

A mí China a corto plazo me asusta más por su consumo bestial de materias primas porque no han llegado a nuestro nivel de calidad ni de lejos, aunque podría hacerlo algún día. Aún así debemos obsoleter nuestros propios productos, no dejarlos ni madurar. Aunque funcionen bien sacamos las nuevas versiones antes de que la competencia los copie.

¿Se han planteado producir fuera?

Sí, pero en nuestro caso, donde las máquinas tienen un componente tecnológico y de calidad muy impor-

tante, es complicado. Hemos hecho pruebas en China con partes de equipos, pero los niveles de calidad no llegan a los estándares que nos piden los clientes, ni al 10%. Es mejor redefinir las instalaciones que ya tenemos para aumentar la productividad con menor coste. Si somos capaces de hacer eso no necesitaremos ir fuera a producir de momento.

Las pymes, por tamaño, a veces necesitan compartir sinergias para lograr ciertos objetivos. ¿Pasa lo mismo al abordar la innovación?

Sí, es muy importante, lo que pasa es que a veces no se sabe cómo cooperar y hay miedo a dar el paso, pero es clave para competir. Hay que sacar el orgullo de querer hacer todo nosotros y ser inteligentes.