

Xàbia Idea invita a los empresarios a innovar

Xàbia Idea presentó su proyecto en el Hotel El Rodat en el I Encuentro de Empresarios de Jávea. La asociación, que ha nacido con el impulso de tan sólo nueve personas, cuenta con la colaboración de la Fundación Universidad Empresa de la Universidad de Alicante (Fundeu) y la Fundación Caja Murcia. La interesante jornada se complementó con la charla de José Albert, investigador del CSIC de la Universidad Politécnica de Valencia, y la presentación del primer proyecto del colectivo, "Xàbiaengancha".



El entusiasmo y las ganas de forjar un mejor futuro económico han llevado a un grupo de empresarios de Xàbia a crear una asociación que pretende ser un banco de ideas con el que, a través de un foro de debate permanente, se generen propuestas e iniciativas empresariales viables social y económicamente. Xàbia Idea tiene en cuenta al municipio y sus ciudadanos como un todo integrado, y pretende conseguir de forma conjunta aumentar la competitividad, diversificar y desestacionalizar el modelo económico, muy supeditado al turismo de sol y playa.

Xàbia Idea pretende aglutinar a más empresarios con el fin de aunar esfuerzos y lograr una mayor rentabilidad social y empresarial. Se trata de "aprovechar mejor el gran potencial que tiene Xàbia y darlo a conocer como un todo integrador, es decir, como una marca única". Son algunas de las reflexiones que ha hecho el presidente de la asociación, David Cruanyes, durante la jornada que el colectivo celebró en las instalaciones del Hotel El Rodat.

Ante la asistencia de una numerosa representación del tejido empresarial y social del municipio, Xàbia Idea presentó sus ideas. Entre sus interesantes propuestas, está la de introducir la cultura de la innovación entre las empresas y la necesidad de colaborar entre éstas para mejorar la economía local. En este sentido, Cruanyes, utilizando el símil de lo que se conoce en marketing como responsabilidad social corporativa, ha trasladado este concepto a lo que él ha denominado "responsabilidad social competitiva", haciendo referencia a que "el aumento de la competitividad y el consecuente éxito en la economía local revierte en las empresas y en la sociedad de Xàbia", es decir, "si funciona la economía de Xàbia funcionamos nosotros".

Durante el turno de intervenciones en la apertura de la jornada "Emprendiendo el futuro", el alcalde de Xàbia, Eduardo Monfort, tuvo palabras de agradecimiento hacia este grupo de personas que se han unido para propiciar esta iniciativa "tan innovadora y loable", reiterando su apoyo incondicional a esta asociación para seguir adelante con sus ideas y propuestas.

"Aunque estamos en un momento de evidente de dificultad económica", Monfort se mostró convencido de que, a pesar de que "nadie tengamos la receta para salir de la crisis, con una buena dosis de ilusión, imaginación e inteligencia seremos capaces de paliar y salir de esta situación". Unos ingredientes, que según ha destacado el primer edil, reúne Xàbia Idea. Algo en lo que también han coincidido los otros miembros de la mesa, presidida por el director general de Economía de la Generalitat Valenciana,

Eusebio Monzó, la presidenta de Fundeun, Isabel Obrador, y la directora de Caja Murcia en Xàbia, María José Campos.

Xàbiaengancha

El ingeniero y miembro de Xàbia Idea José Vicente Soler fue el encargado de explicar el primero de los proyectos impulsados por la asociación, y sobre el que han estado trabajando durante casi un año. Se trata de "Xàbiaengancha", una plataforma que pretende reunir toda la oferta de ocio, tanto municipal como de las diferentes asociaciones. A través de una web 2.0, el usuario podrá recibir ofertas de packs turísticos, filtradas según sus gustos, y a la vez compartirlas con sus amistades a través de redes sociales como facebook o twitter.

Tecnologías de la innovación

Uno de los objetivos del I Encuentro de Empresarios era conseguir entusiasmar al público, fomentando su creatividad y su capacidad de innovación. Por este motivo, y gracias a la colaboración de la Fundación Caja Murcia, se invitó a José Albert, investigador de CSIC en la Universidad Politécnica de Valencia, asesor de la Universidad Autónoma de Madrid, Profesor en la Universidad Carlos III de Madrid y catedrático de la Universidad Tecnológica del Centro de Valencia (Venezuela), a impartir la charla titulada "Tecnologías de la innovación".

Albert, orador capaz de enganchar hasta a las moscas, con un acento caribeño que disimula su origen valenciano -según confiesa-, dejó claro desde el principio que venía a intentar cambiar el chip a los presentes, con respecto a la innovación.

Cuando somos pequeños tenemos la constante necesidad de preguntar el "por qué" de las cosas, pero esta capacidad la perdemos conforme nos hacemos mayores. Sin embargo, si uno no se pregunta "por qué", no puede ser creativo, y por tanto, no puede innovar.

Aunque la cosa no es tan sencilla, y es que la innovación es un problema complejo, sistémico, por lo que no es suficiente con tener una idea, ni siquiera con crear políticas aisladas que fomenten la innovación, sino que es necesario todo un sistema que respalde y fomente la innovación y su puesta en práctica. En este sentido Albert habla del "concrete layer", o techo de hormigón, que existe en la mayoría de las empresas, y que impide que las ideas innovadoras, que siempre parten desde la base, sean consideradas y adoptadas por la dirección, "es la gente la que crea la innovación, pero tú no sabes quién te la va a producir".

Otro elemento importante para que prolifere la idea innovadora es el "cluster" o conjunto de tecnologías que hacen posible su puesta en marcha. En este sentido Albert puso como ejemplo el parapente que inventó Leonardo da Vinci. Sin embargo, no ha sido hasta el siglo XX cuando por fin se ha podido materializar esta forma de volar gracias al desarrollo de tecnologías que han permitido la confección de los tubos y las velas.

Cambio de paradigma en los ciclos económicos

La economía es cíclica, y sufre altibajos que diferentes teóricos han intentado explicar y predecir. John

Keynes, uno de los principales fundadores de la macroeconomía moderna, tras el crack del '29, propuso políticas fiscales y monetarias a través de un intervencionismo estatal que pudiera mitigar los efectos adversos de los periodos de recesión, o de crisis, dentro de las fluctuaciones cíclicas de la actividad económica.

Sin embargo, en 1979 hubo un cambio de paradigma económico gracias a que los dirigentes de Estados Unidos y Gran Bretaña de entonces, Ronald Reagan y Margaret Thatcher, optaron por políticas de liberalización y desregularización del mercado. Esta decisión, que en su día parecía acertada, ha determinado la actual crisis económica.

Pero en la misma época que Keynes, hubo otro economista cuyas ideas no fueron tenidas en cuenta, pero que ya entonces fue capaz de predecir la actual crisis. Se llamaba Joseph Schumpeter, y hoy en día se le reconoce por sus teorías sobre los ciclos irregulares del crecimiento económico, en los que en cada "boom" se destruye un equilibrio y tras cada depresión se tiende a establecer uno nuevo.

Para Schumpeter era vital el papel del empresario en los negocios para estimular la inversión y la innovación y determinar el aumento y la disminución de la prosperidad. En este sentido, en épocas de bonanza las empresas se acomodan y no cambian sus estrategias, lo que les lleva a "morir de éxito" cuando una idea innovadora acaba rompiendo el equilibrio preexistente.

Schumpeter acuñó el concepto de destrucción creativa para describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones, y predijo la desintegración sociopolítica del capitalismo, que, según él, se destruiría gracias a su propio éxito.

"Pero cada vez son más cortos los ciclos económicos debido a los cambios del paradigma", afirma Albert, quien recuerda que Schumpeter ya vaticinó que los ciclos se van acortando a causa de la innovación y de la asimetría que ésta provoca. Y es precisamente esta asimetría la que, a su vez, obliga a la innovación.

Una lucha asimétrica

Albert pone como ejemplo las guerras que, si bien antes eran convencionales, con ambos bandos igualados, y por tanto fácilmente predecibles, a partir de la de Vietnam se produce un cambio, y los combates pasan a ser asimétricos. Así, existe una diferencia enorme entre ambos lados en cuanto a medios, pero a la vez, el oponente más fuerte, que en este caso era Estados Unidos, no tenía claro quién era el enemigo y cómo éste acutaría.

Lo mismo sucede ahora en la economía. La innovación ya no está en las cúpulas de las grandes empresas, sino en todos los lados. Ahora, General Motors, antaño paradigma económico, ha visto su "market value" caer como un castillo de naipes. Mientras, la amenaza de los aparatos de televisión no es un modelo más moderno, sino la Wii, y la industria de la música corre peligro gracias a un veinteañero cualquiera al que se le ocurrió inventar un sistema para compartir archivos. Hoy en día ya no vale casi nada las acciones de las aerolíneas, ni siquiera de una de las más importantes firmas mundiales de ingeniería, sin embargo, el share de Starbucks está por las nubes -y no porque destaque la calidad de su café-, y el que inventó el politono de una flatulencia se ha convertido en multimillonario de la noche a la mañana.

Innovar o morir

La moraleja es que nunca puedes saber quién será tu competidor, por eso nunca hay que quedarse en la zona de confort, tal y como la gran mayoría tiende a hacer durante la época de bonanza económica. Albert recomienda "siempre estar incómodo en la organización", ya que es la única manera de seguir siendo creativo, y por tanto, de ser capaz de innovar.

En la mesa redonda celebrada al final de su charla, el experto vaticinó que seguramente nunca llegue a oxigenarse el sector de la construcción, y que se ha de tener en cuenta que el paradigma también está cambiando en el sector turístico debido a la mayor movilidad de la gente y el aumento en las medidas de seguridad por la amenaza terrorista. Por otro lado, la mejora en las comunicaciones y el hecho de que una PYME puede competir sin complejos con una gran empresa son oportunidades que hay que aprovechar. Albert también advirtió de la necesidad de mejorar la demanda, y del riesgo de bajar los precios demasiado, ya que se puede hacer que un "objeto de deseo" se convierta en un commodity. Xàbia debe innovar.

¿Qué es Xàbia Idea?

Xàbia Idea es una asociación de empresarios decididos a trabajar para que las empresas, y por extensión la sociedad javiense, consiga aumentar la competitividad, diversificar sectores y desestacionalizar la economía. Abierta a cualquier persona del municipio que quiera aportar ideas para mejorar la economía local, en vez de limitarse a despotricar sobre lo mal que lo hacen los demás en el bar, esta agrupación independiente y apolítica nace con vocación de ser un banco de ideas, así como un foro de debate y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, y pretende introducir la cultura de la innovación en el tejido empresarial local a través de encuentros, conferencias o premios.

Xàbia Idea invita a todos los ciudadanos a formar parte de su asociación y aportar ideas para nuevos proyectos. Éstas se debatirán en un foro y luego se formará un grupo de trabajo de 4 a 5 personas que estudiará la viabilidad de la propuesta y realizará un análisis económico de su aplicación. Si el balance es positivo, Xàbia Idea, como asociación sin ánimo de lucros que es, cederá la idea a cualquier empresa local que esté dispuesta a implantarla en el municipio.

A diferencia de otras asociaciones, Xàbia Idea no forma parte de ningún gremio en concreto, ni defiende intereses de un sector particular, sino que pretende funcionar más bien como una red social de personas con inquietudes que quieren mejorar el municipio y su economía. Xàbia Idea es un compromiso de alta rentabilidad", según palabras del presidente de la asociación, David Cruanyes.

www.xabiaidea.es