

Empresas

Jesús Navarro CEO de Innsai

«Queremos ayudar a las empresas a comprender los cambios»

J. D. C.

– **¿Cómo surgió la idea de desarrollar Bankia Forward by Innsai?**

– Apoyándonos en mi trayectoria profesional como especialista en inteligencia de mercado e innovación, en 2017 Bankia e Innsai decidimos iniciar un proyecto conjunto consistente en un ciclo de conferencias sobre tendencias de futuro en diferentes sectores a lo largo de todo el territorio español, donde reflexionábamos con las empresas cómo iban a cambiar sus modelos del negocio en el futuro. Fruto de la excelente acogida que tuvo por parte de las empresas, en 2018 dimos un paso adelante y creamos Bankia Forward by Innsai, con la misión de ayudar al tejido empresarial español a comprender los cambios, anticipar cómo evolucionarán los modelos de negocio en el futuro y acompañarles en la creación de negocios innovadores.

– **¿A qué tipo de empresas está dirigido especialmente?**

– Bankia Forward by Innsai está dirigido a cualquier empresa que genere o aporte valor en productos y servicios dirigidos al consumidor, independientemente de su tamaño, sector de actividad o posición en la cadena de valor. No obstante, tenemos que tener en cuenta que lo que analizamos son innovaciones relevantes que pueden tener un impacto transformador, poniendo en valor el concepto innovador, el cual aparte de ser transversal a todos los sectores, constituye una fuente de inspiración estratégica para cualquier empresa.

– **¿Cuáles son los principales frenos a la innovación en las compañías?**

– En primer lugar, existe dificultad por parte de los decisores en las empresas para interpretar la complejidad del cambio de paradigma competitivo en los mercados y anticipar sus efectos en el presente. Esto es relevante tanto a nivel de máximo decisor como de su equipo directivo, y por ello, es necesario alinear todas sus percep-

ciones. En segundo lugar, otro freno lo encontramos en la lógica dominante existente en las organizaciones. Esta lógica dominante, está afianzada en la empresa tras años de éxitos pasados y sistemas de gestión que buscan la eficiencia operativa en los negocios. Desaprender y aprender nuevos modos de pensar y actuar es la clave del éxito en la innovación, pero es algo muy complicado de lograr. Y por último, existe un desequilibrio en el seno de las empresas entre las actividades orientadas a la explotación del negocio y las orientadas a la exploración de nuevas oportunidades, lo cual dificulta la innovación.

– **¿Qué les da Bankia Forward by Innsai que no les dé otras iniciativas?**

– Nuestra diferenciación consiste, por un lado, en poner foco en la innovación relacionada con la estrategia de negocio y, por otro, en centrarnos en la economía real, en las empresas de hoy y ayudarles a entender el futuro, frente a otras iniciativas que tratan de conectar lo emergente («start-ups») con las empresas actuales. Conocemos muy bien la cultura de las empresas de hoy y cómo ayudarles a ser sostenibles,

para ello les ofrecemos de manera integrada cuatro palancas para la transformación en las organizaciones:

Información. Proporcionamos inteligencia de mercado (tendencias) con un enfoque muy diferencial: centrado en el usuario, transversal a los mercados, identificando las innovaciones transformadoras, y todo ello, explicado y difundido de manera simple y entendible.

Personas. Los procesos de innovación son liderados por personas, tanto a nivel técnico como directivo. Por ese motivo, facilitamos a las empresas esos perfiles para que inicien o implementen su transformación.

Relaciones. Consideramos que los mercados requieren de soluciones cada vez más sofisticadas y completas que en muchos casos, pasan por involucrar a varias empresas en el proceso. Por ello, conectamos compañías con los retos de innovación aprovechando la gran penetración que tiene Bankia en el tejido empresarial español.

Financiación. A partir de la comprensión de los retos de innovación de las empresas, les aportamos la financiación (público/privada) necesaria para su implementación.

– **¿Qué sectores de la actividad económica son los más proclives a la innovación?**

– Los sectores más proclives a la innovación son aquellos que incorporan mucha tecnología en sus soluciones porque ésta se halla sometida a un proceso de obsolescencia creciente. No obstante, creemos que los cambios que se están produciendo y que vendrán, obligarán a que las empresas tengan la necesidad de innovar de manera más disruptiva, pues las nuevas generaciones de consumidores van a demandar soluciones innovadoras y rápidas a sus estilos de vida muy diferentes a los actuales.

– **¿Están las pymes convencidas de que deben cambiar?**

– En muchos casos, la orientación prioritaria en las empresas es hacia la explotación del negocio más que a la exploración de nuevas oportunidades, por ello nuestras jornadas de reflexión logran despertar a las empresas a los cambios que se avecinan en el futuro. Es el primer paso, para cambiar.

– **¿Por qué se han centrado solo en cuatro sectores: alimentación, agro, turismo y movilidad?**

– Teníamos que empezar por algunos y éstos son sectores de gran importancia en el PIB de nuestra economía (son sectores que han resistido bien las crisis, tienen un gran potencial y/o un efecto tractor sobre otros). Pero como hemos comentado anteriormente, iremos abordando progresivamente nuevos sectores.

– **¿Barajan ampliar Bankia Forward a otros ámbitos?**

– En breve, impulsaremos actividades que potenciarán las estrategias de «corporate venturing» en las empresas, impulsando el intraemprendimiento y conectando a las empresas de hoy con las emergentes, para conjuntamente encontrar soluciones innovadoras.

– **Se puede leer en su web que su misión es contribuir al cambio del modelo de crecimiento de la sociedad española. ¿Cómo debe ser ese nuevo modelo?**

– Bajo nuestro punto de vista, el nuevo modelo de crecimiento debe estar basado en modelos de negocios ágiles, eficientes y responsables, con una gestión estratégica anticipadora, que sitúen en el centro al consumidor y que centren sus estrategias de valor no en el valor entregado sino en el percibido. Además, deben tener una visión global/internacional, una gran orientación a la cooperación. En este tipo de modelos de negocio, el I+D y la innovación no es una actividad más, es el motor de la competitividad.



RAMÓN BLANQUER