



EURO  
INNOVA  
NAVARRA



**Euroinnova**  
NAVARRA

**RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LOS ANÁLISIS  
EFECTUADOS A 13 AGENTES CIENTIFICOS Y  
TECNOLÓGICOS Y A 32 EMPRESAS DEL TEJIDO  
EMPRESARIAL NAVARRO**

11 de marzo 2008

- 1. Objetivos y metodología del estudio.*
2. Barreras por tipo de agente.
3. Barreras a mejorar.
4. Propuestas de mejora.

## 1. Objetivos y metodología del estudio.

Uno de los objetivos clave de EUROINNOVA NAVARRA es potenciar la colaboración del sistema Ciencia - Tecnología - Empresa.

- El OBJETIVO del presente trabajo ha sido doble:

Identificación de los factores limitantes de una mayor colaboración entre los Agentes del Sistema C-T-E.

Aportar ideas que faciliten la adopción de medidas que incidan en el aumento de la colaboración precitada.

## *1. Objetivos y metodología del estudio:*

Por una parte, tratar de ir un poco más lejos en el ámbito de la concreción en la identificación de los factores limitantes de una mayor colaboración entre los Agentes del Sistema C-T-E.

Por otra, aportar ideas que faciliten la adopción de una serie de medidas que incidan en el aumento de la colaboración precitada.

En cuanto a la metodología:

Visitas individualizadas a 45 empresas y agentes (Centros Tecnológicos y Universidades) y en las que, a través de conversaciones personales y distendidas, se ha pretendido primar la obtención de resultados cualitativos sobre los cuantitativos.

• *2. Guión de las entrevistas (principales aspectos tratados):*

**A CENTROS TECNOLÓGICOS Y CENTROS DE CIENCIA:**

1. *Política de colaboración existente.*
2. *Perfil de colaboración deseado.*
3. *Percepción de carencias en este sentido.*
4. *Posibles soluciones existentes, en su opinión.*
5. *Receptividad a las dos ideas existentes en EUROINNOVA en estos momentos.*

**A LAS EMPRESAS:**

1. *Cómo acomete la identificación de un colaborador tecnológico.*
2. *Percepción de carencias en este sentido.*
3. *Posibles soluciones existentes, en su opinión.*
4. *Receptividad a las dos ideas existentes en EUROINNOVA en estos momentos.*

1. **Objetivos y metodología del estudio.**
2. ***Barreras por tipo de agente.***
3. **Barreras a mejorar.**
4. **Propuestas de mejora**

## CTUs

### PARA SÍ MISMOS

Mejorar las relaciones por ambas partes (CTUs versus Empresas), explicando con claridad el papel del gestor de la innovación.

Ponerse en el papel de la empresa tratando de asumir sus problemas como propios.

Conseguir que los CITs (Centros) se conviertan en el primer cliente de la ciencia (Universidades).

## EMPRESAS

### PARA SÍ MISMAS

Deberían poner a disposición del proyecto a interlocutores válidos y con conocimientos técnicos.

Deberían introducir en su estrategia empresarial las acciones de innovación.

Deberían involucrarse más en los aspectos financieros.

Poner más ambición en el campo de la innovación.

Compaginar su pragmatismo empresarial con los logros científicos.

## EMPRESAS PARA SÍ MISMAS

Definir una estrategia ambiciosa que implique decisiones de cambio, a largo plazo, y que incluya una política de innovación.

Dedicar más recursos tanto internos como externos, humanos y financieros.

Pedir a las empresas que tengan claros sus objetivos.

Solicitar a las empresas tanto un mayor compromiso financiero como logístico.

Un relevo generacional en las empresas, sobre todo en cuanto al enfoque de la I+D+i.

Formar a las empresas en la cultura de la gestión avanzada.

## EMPRESAS PARA LOS CTUs

Deberían rebajar el lenguaje académico que acostumbran a utilizar.

Ser rigurosos en cuanto a los compromisos adquiridos.

Ser serios con los tiempos de actuación y los ritmos de trabajo (las empresas no funcionan en base a cursos académicos).

Deberían presentar resultados adaptados a las necesidades industriales y no solo proporcionar resultados de conocimiento puramente científico.

Lograr más empatía con el modus operandi de la empresa.

Revisar sus precios que llegan a ser desproporcionados con relación a los resultados.

Pedir a los CITs que asuman el papel de interface que sirva de enlace entre la Ciencia y la empresa.

1. **Objetivos y metodología del estudio.**
2. **Barreras por tipo de agente.**
3. ***Barreras a mejorar.***
4. **Propuestas de mejora.**

### 3. Barreras a mejorar.

Con el objetivo de identificar aspectos de mejora reconocidos por ambas partes, se han cruzado los resultados por tipo de agente para obtener resultados comunes.

Entendemos que existe un acuerdo, cuando se produce una coincidencia entre los aspectos de mejora identificados por un agente para sí mismo, y los aspectos de mejora indicados para este agente, por parte de los otros agentes.

# Cuadro II- última página

## Barreras a mejorar (3):

ÁREAS DE MEJORA EN LAS QUE COINCIDEN LAS VISIONES DE AMBAS PARTES en el sentido de que las Áreas de Mejora identificadas por una parte para sí misma, coinciden con las Áreas de Mejora identificadas para ella por la otra parte.

**Definición, por parte de las empresas, de una política ambiciosa en el campo de la innovación.**

**Aumentar la empatía basándose en que los CTU hagan un esfuerzo por ponerse en el papel de las empresas y, por lo tanto, intenten presentar resultados adaptados a las expectativas de las mismas.**

**Incluir en la estrategia empresarial las acciones de innovación (definición / claridad de objetivos).**

Poner a disposición del proyecto interlocutores válidos.

## Barreras a mejorar (4)

Además debemos tener en cuenta que la modalidad de cooperación más deseada por ambas partes es la articulable en base a acuerdos estables de colaboración.

El reto siguiente podría ser poner en marcha un equipo de trabajo para identificar actuaciones concretas que incidan en las áreas de mejora precitadas.

Sugerimos también que en la identificación de estas actuaciones participen los agentes implicados, de cara a conseguir el mayor grado de compromiso en el desarrollo de las mismas.

1. *Objetivos y metodología del estudio.*
2. *Barreras por tipo de agente.*
3. *Barreras a mejorar.*
4. *Propuestas de mejora.*

## Actuaciones propuestas para enriquecer las relaciones T-C-E (1):

- Los CTUs (Centros y Univ.) deberían dedicarse a identificar oportunidades e informarlas a las empresas.
- Pedir a los CTUs públicos una actitud más pro-activa.
- Los CTUs deberían realizar un marketing pro-activo = que salgan a venderse.
- Un cambio de actitud empresarial que pasaría, en algunos casos, por un cambio generacional en la responsabilidad en este campo de actuación.

## Actuaciones propuestas para enriquecer las relaciones T-C-E (2):

- Dejar de lado lo que separa y concentrarse en lo que une.
- En algunas ocasiones las empresas se ven forzadas a colaborar con CTUs de la propia región, cuando el Centro apropiado a sus necesidades se encuentra en otra región (nacional o internacional).
- Creen que la empresa se puede convertir en un escaparate para el tecnólogo, sobre todo el que venga de una UN a realizar un período de reflexión y búsqueda de nuevas ideas (no lo consideran ni bueno ni malo, simplemente lo expresan así).
- Institucionalizar una herramienta que proporcione información avanzada sobre el estado del arte en innovación, no solo en Europa sino también desde otros países.

## Actuaciones propuestas para enriquecer las relaciones T-C-E (3):

- Difundir la cultura de la innovación entre los trabajadores (no solo tecnólogos o estrategias empresariales).
- Encontrarían muy positivo, casi con unanimidad, que se siguiera promoviendo acciones del tipo Proyecto EUROINNOVA.
- La mayoría de las empresas han expresado una coincidencia, que la necesidad de innovar parte en buena medida de las exigencias del mercado.

• **FIN**