

# “Estamos construyendo la red de innovadores de este país”

M JULIO MAYA  
Área Monográficos

**R**ecuerdo que cuando estaba negociando con un socio inversor para montar Infonomía, me preguntó: ‘Entonces, ¿nos haremos ricos?’. Y yo, con sinceridad, respondí: ‘¿Ricos en qué?’. Porque para mí detrás de todo emprendedor, además del lógico y lícito afán de lucro, hay algo más profundo que es la vocación de crear algo innovador”. Así resume Alfons Cornella, fundador y presidente de Infonomía.com, entidad organizadora del Next, el espíritu de su proyecto.

Reconocido, en la actualidad, como uno de los más prestigiosos expertos en innovación y gestión de la información y el conocimiento en nuestro país, inició su trayectoria profesional en plena resaca de la Barcelona posolímpica donde aterrizó tras realizar un posgrado en Information Studies en la Syracuse University de Nueva York: “Lo que más me sorprendió fue el total desconocimiento que teníamos aquí de la revolución de las tecnologías de la información que se estaba produciendo en Estados Unidos”. En ese curso, asume el cargo de director del Centro de Información Empresarial de una escuela de negocios de Barcelona y, en 1995, empieza a publicar sus observaciones en forma de boletín a través de internet, génesis de lo que más tarde sería Infonomía.

Una empresa que nace durante la euforia de las *puntacom* con la misión de anticipar las principales ideas innovadoras que van a tener un impacto económico y social y que, tras sobrevivir a diferentes caídas bursátiles y torres gemelas gracias a una inteligente evolución, actualmente está ultimando una serie de ambiciosos proyectos entre los que destacan el lanzamiento de *if...*, la revista de innovación con la vista puesta en Europa, o su Red de Innovadores, que tiene previsto superar los 20.000 afiliados en los próximos meses.



**-A su juicio, ¿por qué todo el mundo habla ahora de innovación?**

-Porque en el gran mercado global hacia el que vamos hay un exceso de oferta y ya no es suficiente con primar la calidad y ser productivo para ser competitivo. Es una batalla que China, por ejemplo, puede ganar en la mayoría de los sectores por sus bajos costes. Por lo tanto, la excelencia se da por hecho y lo que hay que demostrar es que tu valor añadido reside en la diferencia, es decir, en ser innovador. Y para lograrlo, ahora es el momento de aplicar la imaginación a los negocios aprovechando el efecto multiplicador de la tecnología.

**-¿Esa es la clave de Virgin?**

-Virgin es un paradigma de innovación constante. Su fundador, el visionario sir Richard Branson, empezó con los vuelos a bajo precio para quienes querían volar con menos recursos. Y ahora, vuelve a innovar con vuelos espaciales para millonarios (aunque tenga previsto ir reduciendo el precio). Y los dos proyectos salen de hibridar imaginación y tecnología para crear un nuevo modelo de negocio. En este punto, hay que señalar que, una vez más, en Infonomía nos adelantamos a todos hablando de turismo espacial hace más de tres años.

**-¿Sabe que algunos todavía confunden infomanía con Infonomía?**

-(Risas). Sí, a veces me han sugerido el lanzamiento de *if...*, la revista de innovación con la vista puesta en Europa, o su Red de Innovadores, que tiene previsto superar los 20.000 afiliados en los próximos meses.

**-Suena algo abstracto, ¿podría concretar un poco más?**

-Si tuviéramos que definir en tres puntos qué hacemos en Infonomía sería, para empezar, que somos editores de innovación. Detectamos las ideas más interesantes que van a tener un impacto en tu organización mucho antes que el resto de medios. Y lo hacemos desde nuestra web (infonomia.com), nuestra revista *if...* y aulas y actos presenciales, como el Next.

La segunda actividad que nos define es nuestra Red de Innovadores. Queremos construir una red de personas inquietas que puedan intercambiarse conocimientos, y crear proyectos en común. Porque no hay innovación sin innovadores.

**-¿Y cuál es el tercer punto?**

-La realización de proyectos que permiten documentar quién está llevando a cabo las experiencias innovadoras más relevantes en nuestro país, a partir de una colección de libros y de una base de datos sobre estas organizaciones y estos profesionales. Creemos que no se puede hablar de innovación desde la teoría: tiene que ser casuística. Tenemos una colección llamada *Días de 25 horas* porque todos los casos tienen como factor común un emprendedor que trabaja con ilusión esas macrojornadas para sacar adelante su proyecto innovador. Ahora estamos empezando una nueva colección por territorios, como Manresa o Girona y otras ciudades catalanas, además de diferentes regiones españolas, como Extremadura. También vamos a publicar un libro con Antonio Flores, presidente de la factoría de innovación NODE, titulado *La alquimia de la innovación*, en que hablamos de las claves para innovar.

**-¿Y cómo se logra cubrir todo eso?**

-Con una estructura muy flexible y una readaptación continua a las circunstancias. Apenas unos meses después de estructurarnos como empresa de marca, se produjo la crisis bursátil que pinchó el globo de las *puntacom* y, de rebote, nuestro modelo de negocio basado en la publicidad, aplicado a la innovación, somos pioneros en este país.



Alfons Cornella, fundador y presidente de Infonomia.com, con un ejemplar de *if...*, revista de innovación.



to para formación de innovación porque se basaba en una visión optimista de futuro y, entonces, el discurso de progresar cambió por el de conservar lo que teníamos. Tuvimos que dedicarnos a formación práctica concreta como la productividad relacionada con la tecnología. Luego, hicimos de pago nuestra publicación *on line*. Y ahora, volvemos a ofrecer muchos de nuestros contenidos en abierto, porque la apuesta es nuestra revista *if...*

**-Realmente, se han movido mucho.**

-Hemos conseguido hacer muchas cosas con una estructura muy pequeña, porque hemos sabido construir una conste-  
lación de relaciones con empresas próximas, referentes cada una en su campo (*e-learning*, *e-commerce*, *I+D+i*, etcétera), con las que hemos generado sinergias para crear proyectos en competencia con las grandes compañías.

**-¿Y qué han aprendido durante estos diez años?**

-Me gustaría destacar una que será la base de nuestro futuro. Lo que ha confirmado internet como red de redes es que el mercado está muy segmentado. Innovadores en una ciudad puede haber unos cientos, a nivel de todo el país, unos miles; pero a nivel global, son varios millones. Por ello, nuestra apuesta va a ser ampliar el uso del inglés y superar los 20.000 miembros de nuestra Red de Innovadores en los próximos meses, lo que nos permitirá reflejar en nuestra revista *if...* cómo funcionan las mejores pymes y entidades innovadoras a nivel europeo.

**-Es un futuro en red.**

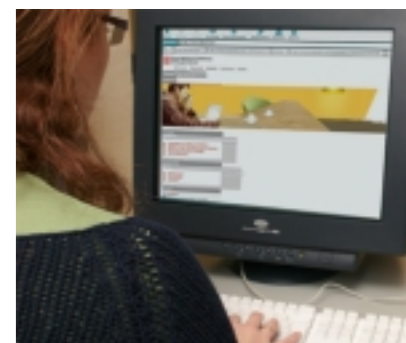
-Lo que ofrecerá nuestra Red de Innovadores será información privilegiada (que no quiere decir secreta), poder detectar personas u organizaciones a través de una bolsa de proyectos y poder funcionar como cualquier lobi aportando propuestas innovadoras a la sociedad y a las instituciones. Hay que subrayar que somos transversales y multidisciplinares: es decir, pretendemos unir a los innovadores de diferentes sectores y niveles de cada organización. Somos una red horizontal de mentes inquietas: *Perforadores del futuro*, según nos define el publicista Marçal Moliné. Por otra lado, queremos que nuestra nueva revista *if...* pase a ser la referen-

## LAS FRASES

“Para impulsar la innovación es necesario un mayor reconocimiento del emprendedor en los medios de comunicación”

“Es el momento de innovaciones radicales en los negocios aplicando la imaginación a la tecnología”

“Queremos que nuestra revista ‘If...’ pase a ser la referencia del nuevo modelo de economía emergente basado en el ‘Business Imagination’ a partir de la tecnología”



GENCAT.NET

## Internet acerca la Administración al ciudadano

LA RECIENTE renovación del portal Gencat.net es una buena muestra de la voluntad de la Generalitat de Catalunya de acercar la Administración catalana a los ciudadanos a través de internet e impulsar la llamada sociedad del conocimiento. El *website* oficial de la Generalitat ha sido totalmente renovado para facilitar el acceso a la información y a los servicios de atención ciudadana de sus más de 260 portales institucionales. El objetivo es tanto simplificar cualquier gestión cotidiana como “democratizar y hacer más transparentes los datos que genera la Administración”, explica Marta Contente, responsable de la Dirección General de Atención al Ciudadano.

El nuevo portal Gencat.net unifica toda la oferta de la Administración autonómica con una nueva arquitectura clasificada por temas, en cuatro grandes apartados para hacer más fácil la navegabilidad: Temas, Servicios, Gobierno y Catalunya. También se da prioridad a la prestación de los principales servicios que necesitan los usuarios. La otra gran novedad es un potente buscador general basado en la tecnología Google, que permite que las búsquedas se puedan realizar globalmente sin tener que saber dónde están el resto de datos.

Otras novedades destacables son el nuevo portal de servicios que incorpora el portal de trámites y servicios (Cat365) o la remodelación e integración del Sistema d'Atenció Ciutadana (SAC) para ofrecer *on line* el *catálogo de servicios* con más de 2.834 servicios y trámites activos. El nuevo apartado *El meu Gencat* permite personalizar los contenidos para recibir por suscripción lo que más le interese a cada usuario, como los más de 40 boletines electrónicos que publican los diferentes departamentos.

La necesidad de renovar Gencat.net nació a raíz de unos estudios para cumplir con los parámetros de transparencia y usabilidad cara a la ciudadanía, fijados por la UE en la agenda e-Europe 2005.

Los estudios revelaron que, a pesar de ser muy conocida entre los ciudadanos, obteniendo el mismo porcentaje que el número de internautas en Catalunya (un 30%), sólo 3 de cada 5 usuarios encontraban lo que buscaban o tardaban siete veces más de lo necesario.

cia del nuevo modelo de economía emergente basado en el *Business Imagination* a partir de la tecnología. No hablamos de tendencias ni de cosas fantásticas sino de las innovaciones que van a causar un impacto socioeconómico, generador de riqueza, para garantizar la competitividad de este país.

**-Como experto, ¿cuál cree que es la situación que vive el sector de la innovación en España?**

-El último informe sobre la innovación en España advierte que nuestra economía no acaba de crecer lo que debiera debido a una falta de cultura innovadora y emprendedora de los empresarios y del resto de la sociedad que se refleja en un exceso de burocratización, la escasa complicidad del sector financiero (sobre todo en capital riesgo) con los emprendedores y una aversión generalizada al riesgo que todo proyecto innovador implica. Por ello merecen un especial reconocimiento los emprendedores y las pymes que superan esa visión cortoplacista del día a día para arriesgarse a innovar. Han comprendido que, en el actual mercado global, el riesgo es no arriesgarse. Y por todo eso, y para aprender de ellas, en Infonomía explicamos cómo lo hacen.

Por otra parte, algunas administraciones, como la catalana, también se están poniendo las pilas. Un buen ejemplo es su apuesta por la sociedad del conocimiento y los *infocidadanos* a través del renovado portal Gencat.net, un sistema para que los ciudadanos localicen la información que les permita ser más eficientes como tales y como profesionales. Un sistema de información para hacer más competitivo al país. Porque no hay innovación sin infoestructura.

**-¿Y qué se puede hacer para remediar ese diagnóstico?**

-Pues, en el informe se habla de varias soluciones que comparto, como una mayor implicación de las administraciones para establecer un marco normativo, jurídico y financiero favorable, o el fomento del uso de las TIC ya desde la educación primaria. Pero, ¿sabe una especialmente destacable?

**-¿...?**

-La promoción de una cultura de la innovación en toda la sociedad a través de un mayor reconocimiento de la figura del emprendedor por parte de los medios de comunicación. ¿Por qué no hacer una *Operación Triunfo* para jóvenes emprendedores? o ¿por qué no, en vez de tanto fútbol y famosillos de todas las raleas, dedicar más páginas a hablar sobre la actividad que desarrollan los innovadores más brillantes? En definitiva, algo que hace más de una década que venimos haciendo en Infonomía. ☉