

La innovación abierta: oportunidad y reto para emprendedores y corporaciones, según South Summit

Definir los objetivos de la compañía, qué relación va a establecer entre ambas o fijar los KPIs de éxito son algunos de los factores que las corporaciones deben tener en cuenta a la hora de innovar vía startup

Reducir costes y tiempos, implementar nuevas metodologías, apostar por nuevas ideas de negocio, captar talento tecnológico, dinamizar el mercado o competir con tecnología puntera son sólo algunos de los beneficios que aporta la innovación abierta. A pocos días de la celebración del día Mundial del Emprendimiento (16 de abril), Spain Startup-South Summit analiza por qué la innovación abierta representa no solo una oportunidad sino también un reto para startups y corporaciones.

La tecnología y la innovación son dos claves que marcan la diferencia de una corporación respecto a su competencia. Así lo han entendido buena parte de las corporaciones españolas que, cada vez más, apuestan por la innovación abierta mediante la creación de aceleradoras, incubadoras, fondos corporativos y todo tipo de iniciativas.

“Las empresas se están dando cuenta de que necesitan las startups para poder desarrollar su negocio. Las startups son rápidas y flexibles, mientras que las estructuras de las grandes corporaciones son más rígidas y sólidas. Su unión, a través de innovación abierta, es siempre un win-win para todos”, asegura María Benjumea, fundadora de Spain Startup-South Summit

A priori la música suena bien, pero ¿cómo articular esta innovación? ¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta para que la experiencia resulte satisfactoria? ¿Un emprendedor puede tocar la puerta de cualquier compañía? ¿Cómo se debe establecer esa relación? Para responder a estas preguntas Spain Startup-South Summit ha elaborado un decálogo que nace de la relación con startups y corporaciones líderes en innovación presentes en las últimas ediciones de South Summit. Entre los aspectos que más destacan ambas, se encuentran:

Ten claro el objetivo de la compañía: desde el principio de la relación entre una startup y una corporación en sus múltiples formatos se debe definir con honestidad las condiciones del acuerdo, el para qué de la relación y el objetivo común de generar negocio y valor juntos.

Ser honesto y mostrar las cartas: Una vez que el objetivo está claro, uno de los puntos de fricción que surge entre corporaciones y startups es mantener una relación honesta y transparente. Por parte de las corporaciones hay un miedo común a que el emprendedor no se lo tome en serio por lo que deben invertir en mostrarle qué pueden aportarle, sea inyección de recursos financieros, tecnología o colaboración con talento, y apoyarles durante todas las fases de desarrollo y crecimiento de la startup.

Establecer un buen proceso de selección de proyectos: Ser capaces de detectar qué startups y qué profesionales son los más adecuados para acelerar o incubar es el Santo Grial de las corporaciones. A veces es necesario recurrir a terceras empresas o profesionales especializados que ayuden en la selección, especialmente en el caso de nichos. Otras, a través de la participación de las unidades de negocio de la corporación, y no sólo de los responsables de transformación digital o innovación.

Elegir el mejor momento: Superado ese proceso, la siguiente gran cuestión es cuándo se deben captar esos proyectos. La decisión de hacerlo en etapas tempranas o más maduras dependerá de la forma de aproximarse a la startup y de las herramientas necesarias para hacer la inversión más atractiva.

Definir una metodología efectiva: La detección de la startup, su aceleración, acceso a financiación e incluso "exit" es importante que esté basada en una estructura integral que cubra todo el ciclo. De hecho, la principal preocupación por parte de los responsables de diseñar los programas de innovación abierta es cumplir con las expectativas. En paralelo, es necesario un proceso de formación para explicar a las startups cómo son realmente las corporaciones, para saber qué y cuándo pueden esperar algo, lo más recomendable es que las corporaciones no busquen la exclusividad, sino tratar de diversificar el riesgo y apostar por una variedad de startups para lograr mayor conocimiento del mercado, a la vez que una mayor posibilidad de innovación.

Fijar el retorno esperado o los KPIs que definirá el éxito: Un programa de apoyo al emprendimiento es una iniciativa costosa para cualquier compañía, tanto en términos económicos como de inversión de horas por parte del equipo, por lo que su rentabilidad no debería medirse exclusivamente con criterios financieros. Hay que entender la innovación como un combustible estratégico para la evolución y supervivencia de cualquier compañía. Por tanto, hay KPIs más fiables como el retorno en forma de reach o alcance del programa en términos de número de empresas o personas que participan del mismo, el impacto de la marca en medios, el aumento del número de prescriptores o la extensión del uso de tecnología dentro de la corporación. En la mayoría de los casos, el principal KPI o indicador de éxito es la generación de valor para la propia compañía en forma de innovación.

Un modelo transversal de toda la compañía: La dirección de la compañía es clave para trasladar a los distintos equipos la necesidad de apostar por la innovación vía startups. Todas las unidades de negocio deben estar implicadas y ser conscientes de la importancia de ese cambio de mentalidad. Esta es la mejor forma de conducir al éxito ese modelo de colaboración entre corporaciones y startups.

Analizar qué recursos y profesionales se necesitan: No se trata sólo de buscar tecnología y soluciones, se deben buscar también personas, es decir talento. En algunas ocasiones, se trata de poner equipos de emprendedores a trabajar junto con otras corporaciones o clientes; en otras, poner en manos de emprendedores proyectos y recursos para desarrollar ideas innovadoras dentro de la corporación.

Fallar rápido, fallar barato: La corporación debe afrontar los retos que exige la innovación abierta. De nada sirve trabajar de la mano de las startups si la empresa no está dispuesta a arriesgar y asumir que no todo son éxitos cuando se apuesta por la innovación abierta.

Búsqueda del contacto físico en la Era Digital: La presencia física contribuye a consolidar el proceso de cambio en las compañías. Espacios como South Summit fomentan la oportunidad de las relaciones entre corporaciones y startups porque permite el conocimiento cara a cara de todos los agentes implicados y la posibilidad de afianzar acuerdos a largo plazo.

Ya en marcha South Summit 2018

South Summit, el encuentro líder de innovación que reunirá a los principales agentes del ecosistema emprendedor -inversores, startups y corporaciones- vuelve a Madrid del 3 al 5 de octubre. Por tercer año consecutivo, el espacio municipal La N@ve será la sede del encuentro organizado por Spain Startup junto a IE Business School.

South Summit Madrid 2018 ya cuenta con los primeros speakers confirmados entre los que se encuentran Martín Varsavsky, emprendedor en serie y fundador de empresas como Jazztel, Ya.com o FON, Karen McCormick, responsable de inversiones de Beringea, firma internacional de capital riesgo y capital privado presente en Estados Unidos y Reino Unido con una cartera de inversión de 675 millones de dólares, y Philippe Chainieux, CEO de Made y ex CEO de Meetic, la comunidad de citas online.

Además, South Summit continúa su búsqueda de las 100 startups más innovadoras del mundo. Los proyectos interesados en participar en esta edición de South Summit Madrid podrán inscribirse a la Startup Competition hasta el próximo 31 de mayo.

Ya están a la venta las primeras entradas para South Summit 2018, con descuentos de hasta un 60% por compra anticipada en www.southsummit.co hasta el próximo 31 de mayo. Las entradas están divididas en seis tipologías, según las preferencias de cada asistente (Business, Executive, Investor, Open Innovation, Attendee y Startup), con un coste que oscila entre los 170 euros y los 1.700 euros, sin aplicar la oferta actual.

Datos de contacto:

Ana López

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [Eventos](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>