

Edición España - 11 February 2014

María Climent Valencia

INNOVADORES Personajes únicos / Kenneth P. Morse

Un 'no' rápido mejor que un 'quizá'

"Mi sueño sería que que las agencias gubernamentales automáticamente aprobasen todos los proyectos", expone el fundador del Centro de Emprendimiento del MIT



El fundador del Centro de Emprendimiento del MIT, Kenneth Morse, en una visita a Valencia VICENT BOSCH

Ambición. Y a partir de ahí, trabajo. Ésa es la clave para triunfar en el exigente mundo de la innovación. Una lección que Kenneth Morse aprendió de la experiencia como líder en ventas globales de alta tecnología durante 35 años y como fundador y director gerente, durante otros 13, del prestigioso Centro de Emprendimiento del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Tras varios años afincado en España, desde su posición como experto global, ve un avance en el país, aunque también muchas trabas todavía por solucionar.

Morse afirma a INNOVADORES que, como cualquier nación que hoy en día intenta "afrentar el tsunami de la competición mundial", **España necesita "más ambición y más innovación"**. ¿Y qué significa innovar? Él no tiene dudas, no es nada más que inventar y comercializar. La buena noticia, España es fuerte en invención. La mala, aún es débil a la hora de vender, aunque "hay ejemplos maravillosos de modelos de negocio exitosos, desde Ferrovial a Zara". Para que crezca el área de la comercialización, España "necesita más emprendedores ambiciosos que traigan inventos más rápido desde el cálido confort del laboratorio hasta el cruel mercado". Pero, no se preocupen. Ser emprendedor no es un don divino, sino una habilidad que "puede se puede aprender desde las primeras etapas de la vida".

La comercialización de la innovación nunca llegará a buen puerto sin "rapidez", tanto del gobierno como del sector privado. **"El sistema legal español es bastante lento e impredecible**, algo que inhibe enormemente a las *startups*", destaca el fundador del Centro de Emprendimiento del MIT. "Las decisiones rápidas son esenciales para el ecosistema: un no rápido es mejor que uno lento o un impredecible quizá".

Las políticas gubernamentales son claves para evitar este embotellamiento. "El presidente de una región española un día me preguntó por qué tenía tan pocas *startups*. Cuando le dije que su gobierno tardaba 410 días en pagar sus facturas, empezó a comprender, pero tengo entendido que la situación no ha cambiado desde entonces", comenta desilusionado.

Edición España - 11 February 2014

María Climent Valencia

INNOVADORES Personajes únicos / Kenneth P. Morse

Si el sector público tarda un día en tomar una decisión, está provocando que el emprendimiento sea "menos competitivo". "Mi sueño sería que las agencias gubernamentales automáticamente aprobasen todos los proyectos", expone. Y como ejemplo toma el caso de Delaware, en EEUU, que tarda 20 minutos y de forma *online*, para que los emprendedores puedan hacer el papeleo durante la noche o los fines de semana por menos de 200 dólares. Morse destaca que en España hay algunas "excepciones", como es el caso de la Comunidad Valenciana, donde el gobierno autonómico "se mueve muy rápido". "Por eso están floreciendo los innovadores y emprendedores en Valencia".

Hay quien teme que se esté creando una burbuja del emprendimiento tecnológico en España similar a la de la construcción, pero el experto opina que son casos "completamente diferentes" por varios motivos. Primero porque el mercado para productos y servicios innovadores es "global y no está limitado por la geografía". Segundo, porque estas empresas son móviles. "Si el país se convierte inhóspito o el mercado local se satura, las compañías pueden plegar sus tiendas y moverse a pastos más verdes". Tercero, a causa de la crisis, los emprendedores españoles que implantaron sus compañías en Colombia o Chile acabarán volviendo y "reimpulsarán la economía nacional con sus éxitos, ideas frescas, métodos modernos y persistencia". Cuarto, todo es cuestión de "ambición". "**No estoy seguro de que las personas ambiciosas paren alguna vez**". Cinco, las empresas pueden desarrollar y probar su tecnología en España para después buscar seguir creciendo en ventas en Latinoamérica o Estados Unidos.

El también *coach* del programa de emprendimiento Valencian Global Growth, no olvida la importancia de crear contactos y hacer *networking* para crecer. "Los españoles son excelentes en las relaciones interpersonales, sólo hace falta visitar cualquier local de tapas por la noche para ver lo buenos que son", apunta. Su objetivo es enseñar a sus alumnos a llevar esas habilidades sociales a los negocios y con discursos cortos.