

Informe
"Innovación y talento con propósito
en las empresas 2023"

Impulsado por **IMPACT** **FPdGI** Fundación
Princesa de Girona
Siempre con los jóvenes En colaboración con

INFORME

Innovación y talento con propósito en las empresas 2023

Impulsado por

*Siempre con
los jóvenes*

**Princesa
de Girona**



Generación
talento

IMPACT

En colaboración con

**MAD
BLUE**

1

Prólogo ↗

2

Organizadores ↗

3

**Agradecimientos
a las empresas
participantes** ↗

4

**El porqué de
esta investigación** ↗

5

La investigación ↗

Perfil de muestra ↗

Objetivos ↗

Formato ↗

Limitaciones ↗

Línea temporal
de las acciones ↗

6

**Resultados
de la investigación** ↗

La innovación
en las empresas ↗

El papel del talento
joven en los proyectos
de innovación ↗

Propósito como factor
de innovación ↗

Focus Group:
¿Qué es para los
jóvenes la innovación
y el propósito de las
empresas? ↗

Mesa Redonda:
Diálogo sobre talento e
innovación en el sector
del gran consumo ↗

Conclusiones ↗

Líneas futuras
de la investigación ↗

A photograph of Salvador Tasqué, Director General of the Fundación Princesa de Girona, speaking at a podium. He is wearing glasses, a suit, and a lanyard. The background features logos for FPdGi and 'Generación propósito'.

Salvador Tasqué

Director General
de la Fundación Princesa de Girona

La innovación, el propósito, y el talento joven son motores fundamentales para responder a la doble transición energética y tecnológica a la que estamos asistiendo. En este informe, hemos querido realizar una aproximación al papel determinante que el talento joven desempeña en los procesos de innovación de las empresas, a la vez que ponemos en valor la importancia de la alineación entre el propósito organizacional y el de los jóvenes como líderes del futuro.

El talento joven aporta una perspectiva única y valiosa en los proyectos de sostenibilidad e innovación al actuar como agentes de cambio, siendo su contribución esencial para abordar los desafíos actuales y futuros de manera efectiva y responsable.

También las alianzas y la cooperación son imprescindibles para entender y actuar delante de los retos complejos. De esta forma este informe tiene lugar gracias al impulso conjunto con U4Impact.

La Fundación Princesa de Girona, a través del programa «Generación talento», realiza análisis de tendencias como parte del *Observatorio de talento*, en el que se incluye este informe, a la vez que facilita al joven el descubrimiento de su talento y su potenciación, ofreciéndole herramientas para que pueda desarrollar las competencias que exige el nuevo entorno. Lo acompañamos en su transición del mundo educativo al mundo laboral, incidiendo con diferentes actividades en la mejora de las competencias relacionadas con la autogestión, la inteligencia emocional, el trabajo en equipo, la resolución de problemas y el uso de la tecnología.

**Princesa
de Girona**

La Fundación Princesa de Girona surge hace más de una década con el objetivo de apoyar a los jóvenes en su desarrollo profesional, desde la educación hasta su acceso al mercado laboral, a través de la formación y el acompañamiento y generando referentes para la juventud.

A través de los diversos programas que la conforman, la Fundación Princesa de Girona se une a destacadas empresas y entidades con el objetivo de romper las grandes brechas de la sociedad actual y para dotar a los jóvenes españoles de las herramientas necesarias para construir un futuro mejor, para ellos y para la sociedad en la que viven, con el impacto social, la igualdad de oportunidades y la sostenibilidad como valores.

U4IMPACT

U4IMPACT es la plataforma que conecta organizaciones sociales y empresas con universitarios de toda España para impulsar proyectos de impacto. Su misión es canalizar los más de 100 millones de horas que se dedican en España a realizar trabajos de fin de grado/máster (TFG/M) por los estudiantes universitarios hacia proyectos que impulsen la Agenda 2030 y den respuesta a las necesidades de las organizaciones y empresas.

U4IMPACT está generando el ecosistema de innovación y talento universitario de referencia en España, integrado por más de 25 universidades, más de 130 organizaciones sociales y empresas y más de 2000 jóvenes comprometidos y proactivos. Un ecosistema en el que ya se han canalizado más de 60 000 horas hacia proyectos de sostenibilidad, innovación o impacto social vinculados a los objetivos de desarrollo sostenible.

**MAD
BLUE**

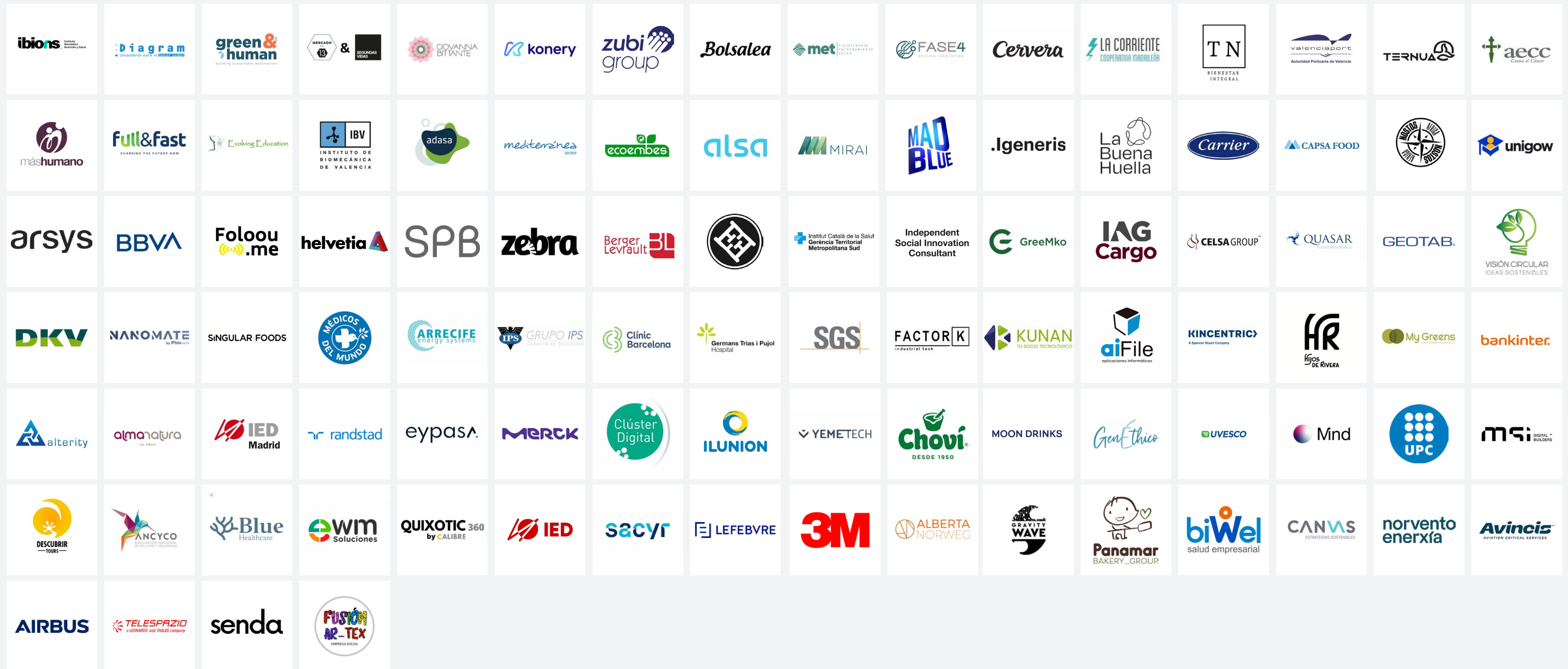
Arte, innovación, conferencias, conciertos, experiencias... MadBlue es el evento internacional más relevante en innovación, cultura y ciencia hacia el desarrollo sostenible, que tiene lugar cada primavera en Madrid coincidiendo con la semana de la Tierra.

Nuestro punto de partida son los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas, y nuestro eje principal es la ciudadanía, a la que situamos en el centro de la acción a través de la educación, el aprendizaje y la sensibilización hacia las causas y el impacto del cambio climático como valores fundamentales.

Buscamos impulsar la economía de las regiones a través de un desarrollo sostenible, reuniendo a empresas que están a la vanguardia de la innovación, *startups* con soluciones disruptivas, artistas y profesionales comprometidos, para poner en marcha nuevas formas de economía circular y ecológica, así como fomentar las inversiones en nuevas tecnologías.

Todos unidos en un compromiso común: ¡responder a la llamada del planeta!





La era del talento y propósito

Una de las líneas futuras que se mencionaron en el informe anterior (*El rol del talento joven con propósito en las empresas*) fue la relevancia del propósito de las empresas en la retención y fidelización de los jóvenes. Observamos que las empresas enfatizaban la importancia de demostrar sus valores y propósitos genuinos, ya que estos se vuelven cruciales para los jóvenes al elegir dónde trabajar. Por esta razón, muchas organizaciones compartieron la necesidad de involucrar a sus empleados y a los jóvenes en este proceso.

La innovación en las empresas

La innovación es un motor fundamental en el mundo empresarial, al impulsar el crecimiento, la competitividad y la capacidad de adaptación en un entorno empresarial en constante evolución.

Esto se debe a que la innovación no es solo una herramienta clave para el éxito a largo plazo de una empresa, sino también un factor de diferenciación a la hora de atraer talento. Hoy en día, los jóvenes no solo buscan buenos salarios, sino también oportunidades de aprendizaje y desafíos constantes.

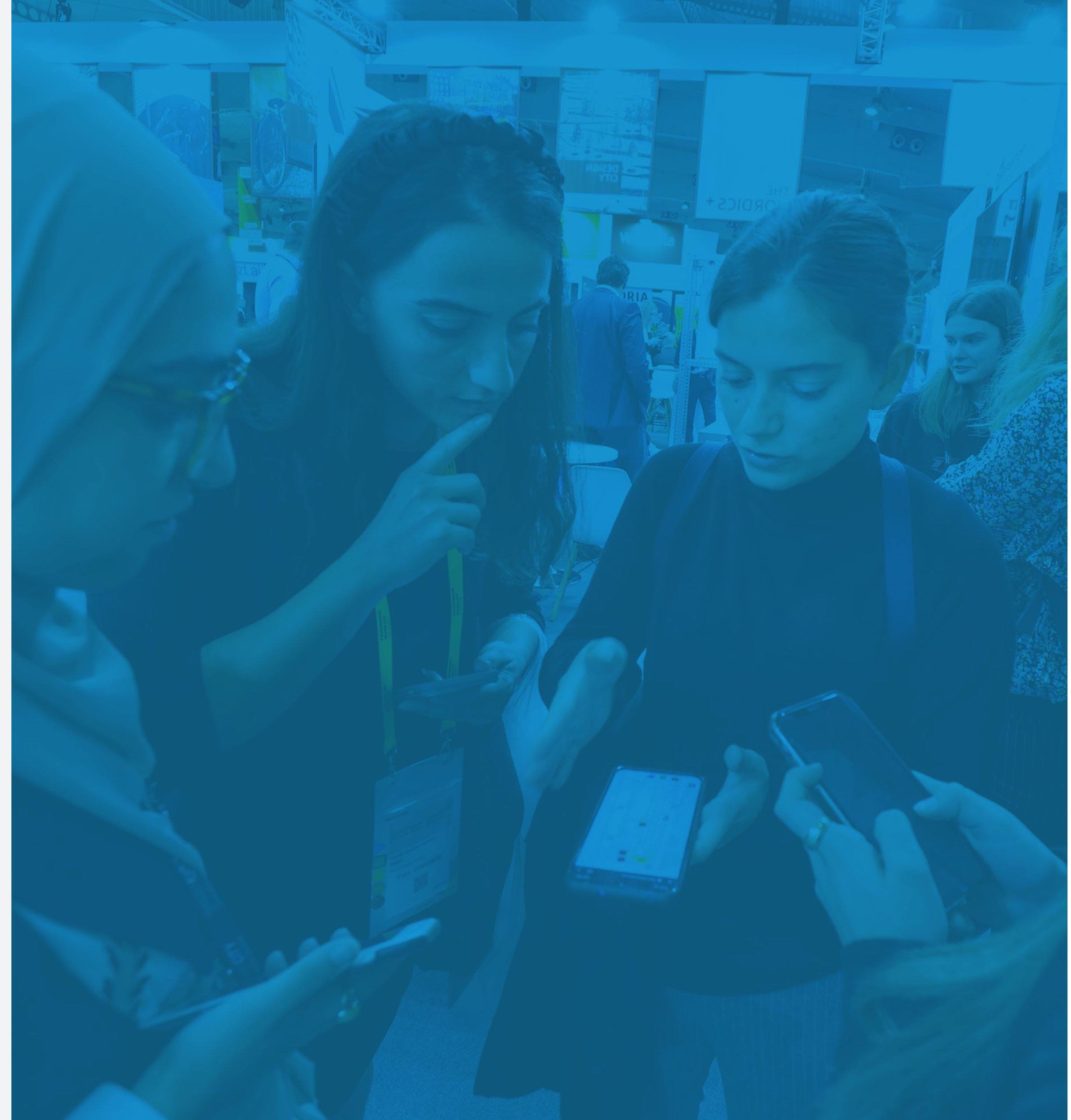
Una de las conclusiones más interesantes del informe *El rol del talento joven con propósito en las empresas* fue precisamente la importancia por parte de las empresas de involucrar a los jóvenes en sus proyectos de innovación, como factor clave para la atracción y retención del talento de las nuevas generaciones.

En este informe, exploraremos qué entienden las empresas como innovación y cómo la están abordando. Con ello llegaremos a una serie de claves sobre la relación entre la innovación, el talento y el propósito en las empresas.

Qué encontrarás en este informe

Este nuevo informe se crea para dar continuidad al informe de 2022. Con este informe, se pretende obtener un mejor entendimiento sobre cómo se aborda la innovación en las empresas, además de comprender la importancia del propósito y el papel que desempeñan los jóvenes como líderes del futuro.

El informe se ha realizado de forma cualitativa a lo largo del Tour del Talento 2023 de la Fundación Princesa de Girona, mediante la combinación de *focus groups*, mesas redondas, entrevistas y encuestas en las que participaron más de 135 empresas y organizaciones, como Alsa, Merck, Sacyr, Ilunion o Ternua Group, entre otras.

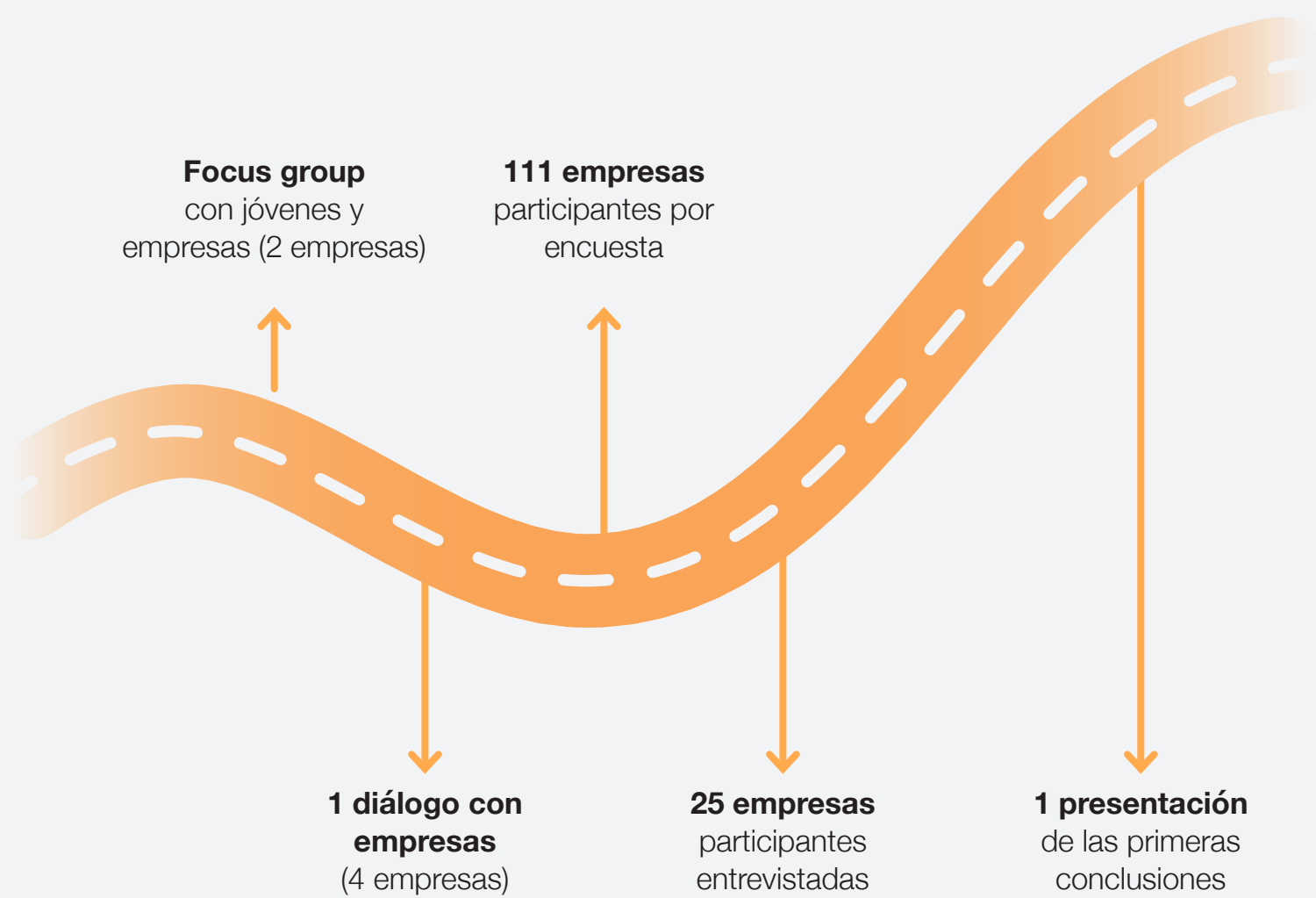


Metodología.

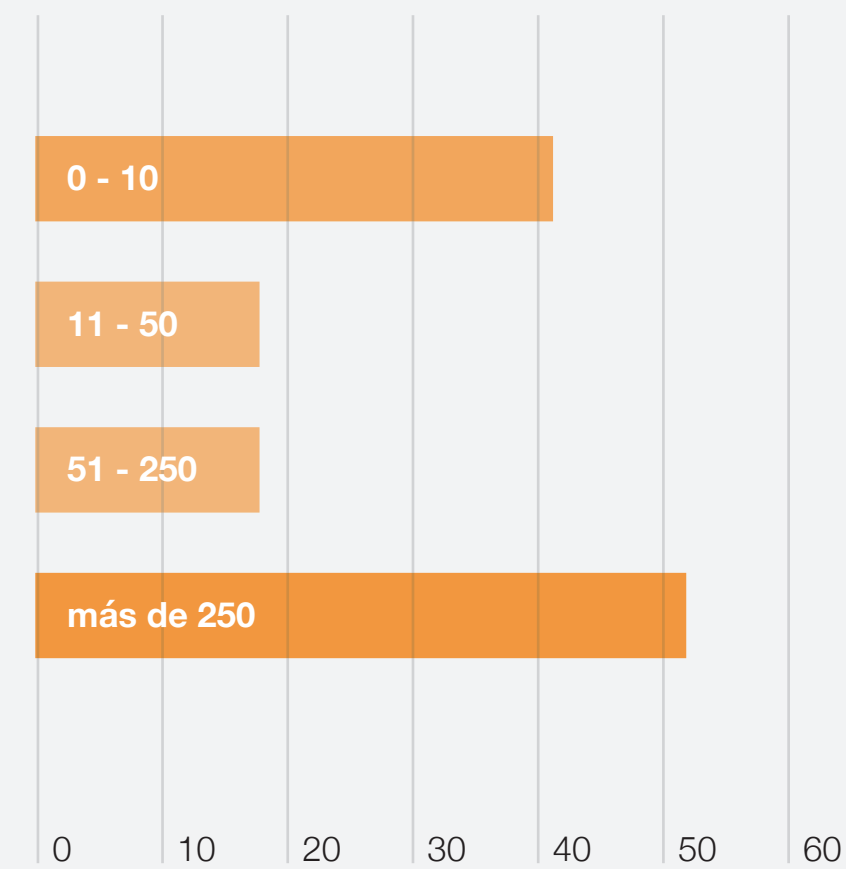
A. Perfil de la muestra.

Número de participantes totales.

5 actividades, 3 ciudades y 135 empresas
participantes englobadas en el Tour del Talento.



Tamaño de las empresas.



Sectores.



Ámbito de actividad.



Metodología.

B. Objetivos.

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre la innovación, el talento joven y el propósito de las empresas. Para ello, nos hemos basado en tres pilares fundamentales:

- **INNOVACIÓN:** Entender qué es la innovación para las empresas y las formas más habituales de trabajarla en su seno.
- **INNOVACIÓN Y TALENTO JOVEN:** Entender mejor el grado en el que las empresas involucran al talento joven en sus proyectos o procesos de innovación, y cómo lo están haciendo habitualmente.
- **PROPÓSITO:** Explorar la relación entre el propósito y la capacidad de innovación de las empresas.

Con todo ello, pretendemos comprender mejor cómo se trabaja la innovación en las empresas, así como la importancia del propósito y el papel que desempeñan los jóvenes como líderes del futuro y elementos clave de la cultura de innovación en las empresas.

C. Formato.

El informe se ha realizado de forma cualitativa a lo largo del Tour del Talento combinando *focus groups*, mesas redondas, entrevistas y encuestas en las que han participado más de 130 empresas y organizaciones.

D. Limitaciones.

Conviene resaltar el carácter cualitativo del análisis. A pesar de que se han incorporado también factores cuantitativos, ha sido siempre con el afán de aportar y enriquecer con datos numéricos las conclusiones y las tendencias más interesantes de este.

Esta es una de las razones por las que se ha seleccionado una muestra relativamente pequeña de empresas y se han utilizado entrevistas y encuestas como formato, en lugar de hacer un análisis econométrico o estadístico de los datos.

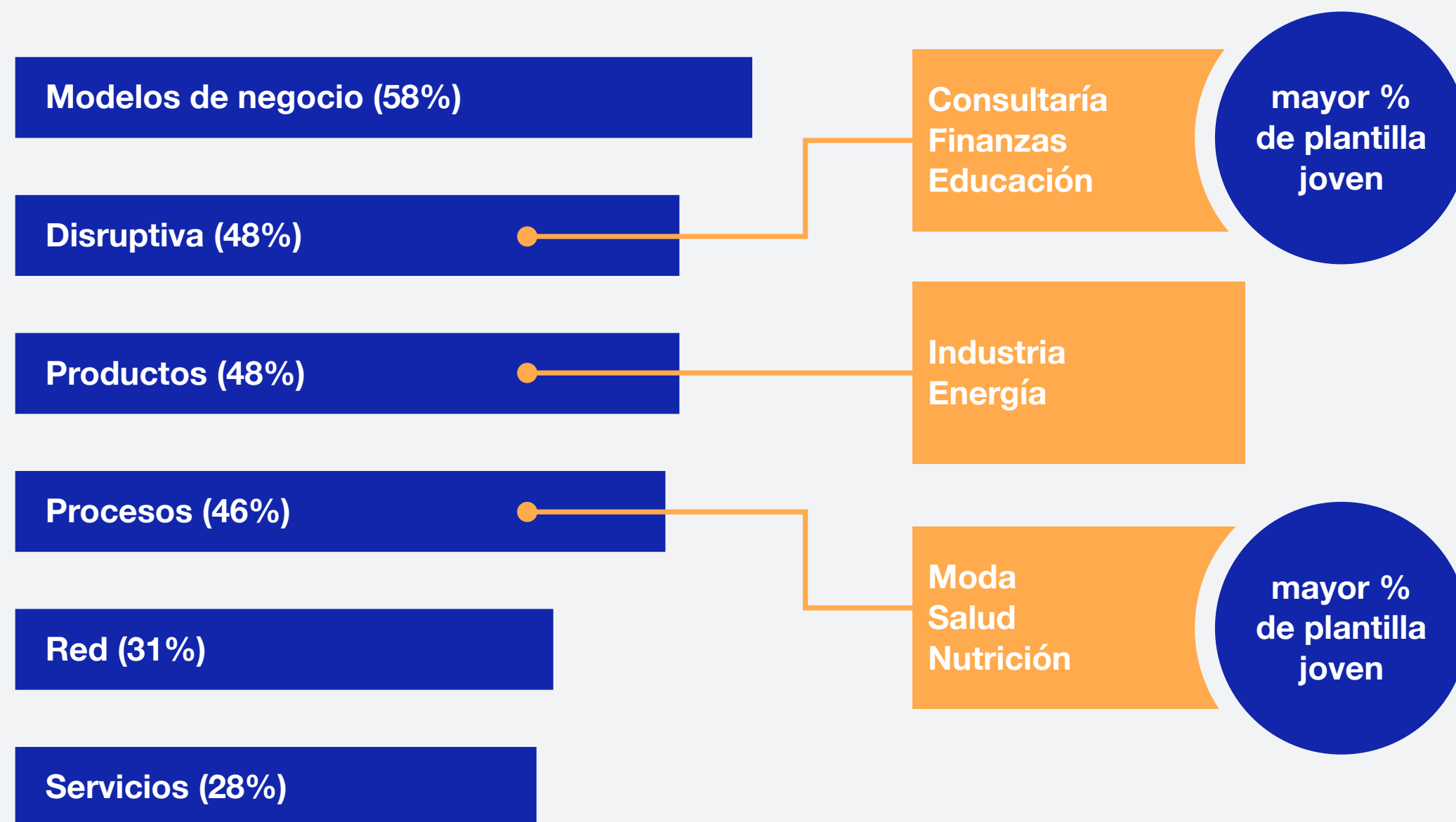
Este enfoque nos ha parecido el más acertado para comprender la situación actual, identificar tendencias generales y establecer líneas futuras en las que profundizar.

E. Línea temporal de las acciones.

Marzo	Abril	Mayo	Junio - Julio
	Córdoba	Lugo	Girona
	T. T. Córdoba 17 de abril <i>Focus Group con jóvenes:</i> ¿Qué es para los jóvenes la innovación y el propósito de las empresas?		
	Encuesta empresas / Entrevista empresas		
	MadBlue 25 -27 de abril Visibilidad informe en Mad-Blue. Lanzamiento encuesta empresa.	T. T. Lugo 3 de mayo Mesa redonda: diálogo sobre talento e innovación en el sector del gran consumo.	
		Preparación conclusiones informe	
			T. T. Girona 13 de junio Presentaciones de las conclusiones preliminares del informe.

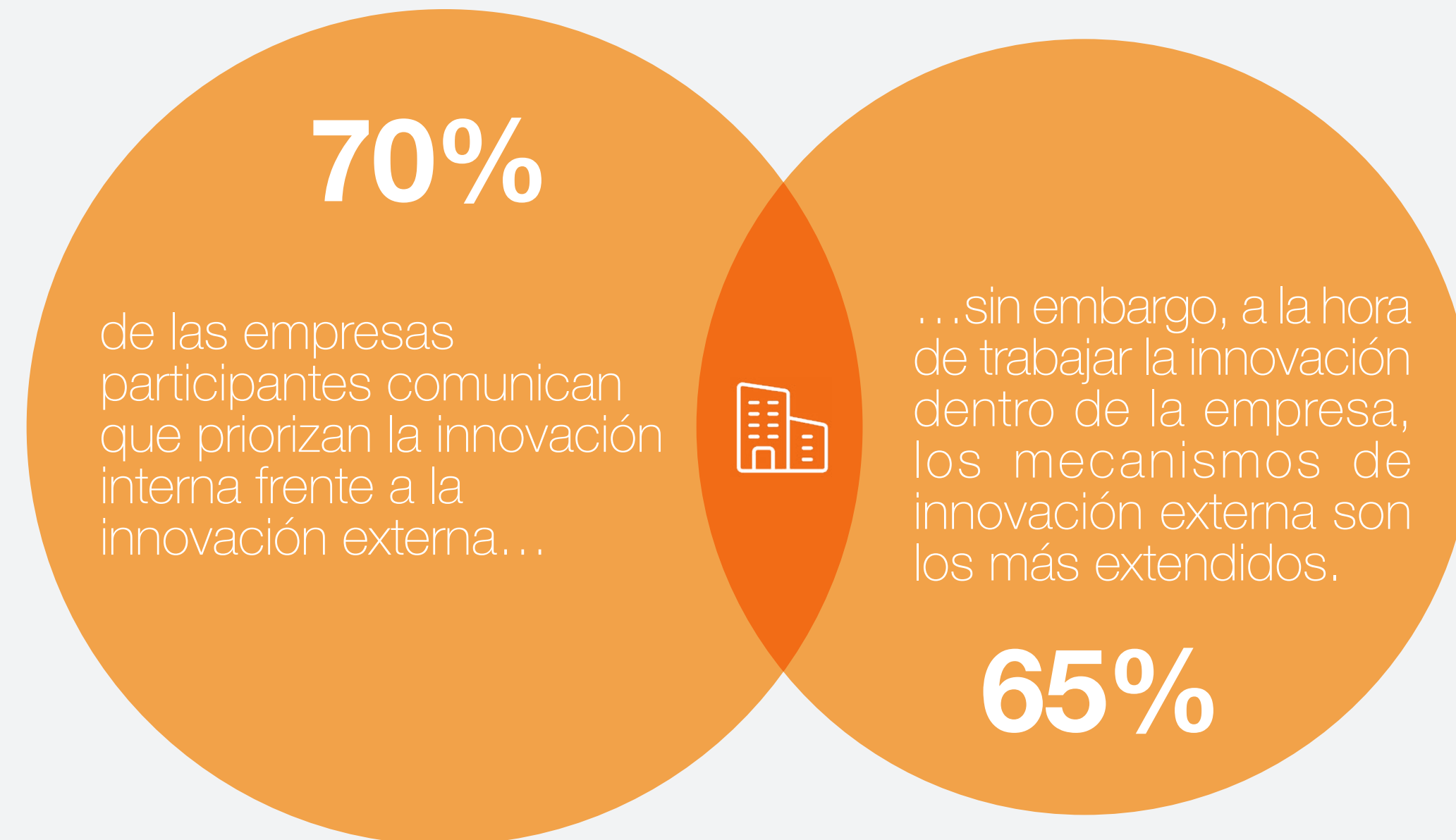
A. La innovación para las empresas.

Tipos de innovación en las empresas.



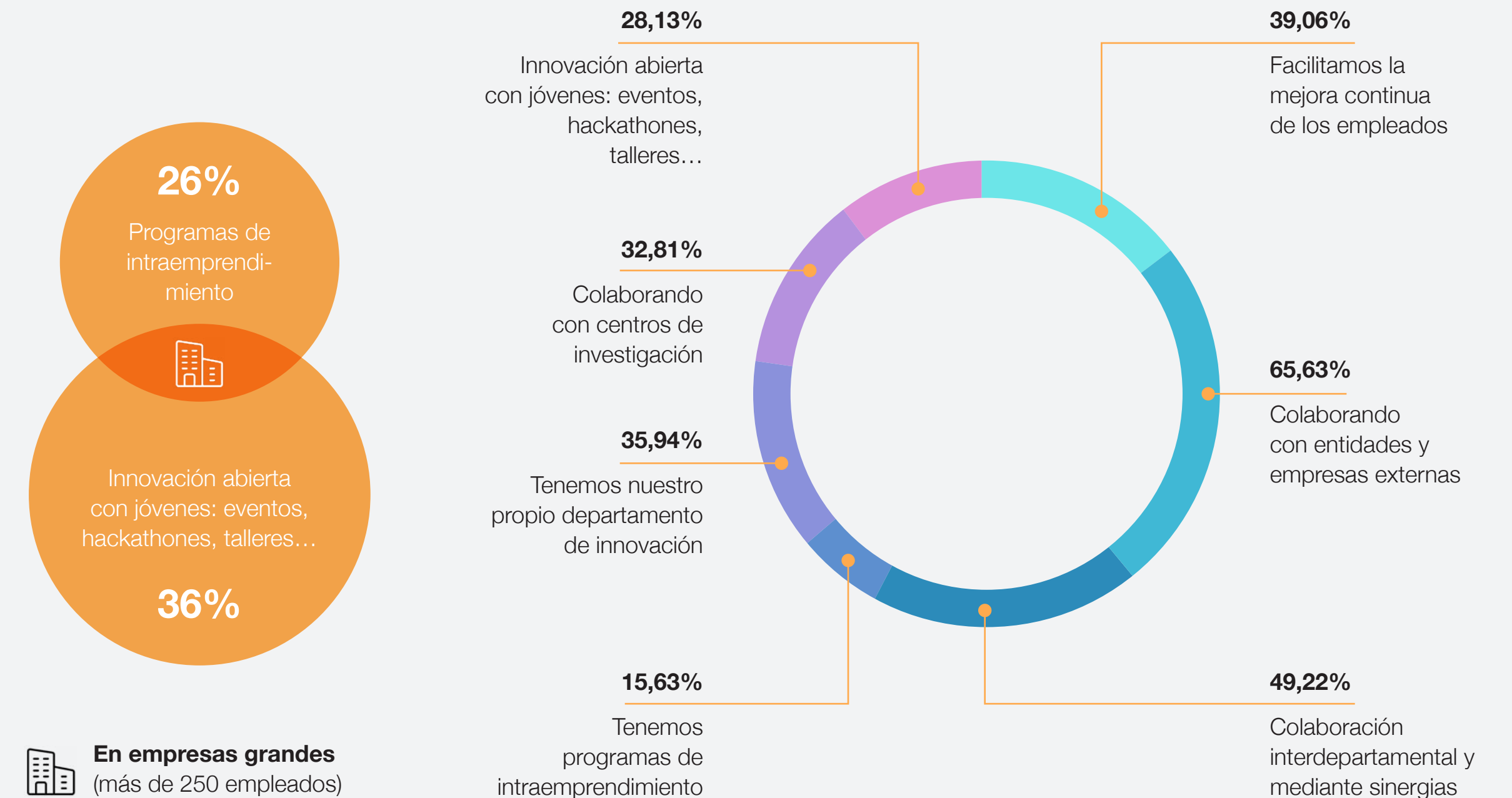
A. La innovación para las empresas.

Innovación interna en teoría,
innovación externa en la práctica...



¿Cómo innovan las empresas?

El 67% de las empresas encuestadas aseguran el establecimiento de una cultura empresarial innovadora flexible y abierta como una de las claves principales de la innovación.



A. La innovación para las empresas. Conclusiones.

La innovación en modelos de negocio es considerada una forma importante de innovación por la mayoría de los encuestados, y nos deja un dato del 60 %, independientemente del tamaño de la empresa, el sector o el porcentaje de plantilla joven.

Esta cobra mayor peso en empresas más pequeñas, debido a que probablemente las grandes tienen modelos de negocio más asentados.

Las formas más importantes de entender la innovación son innovación disruptiva, innovación de productos e innovación en procesos:

→ **Innovación disruptiva:** La innovación disruptiva también es relevante en la percepción de la innovación, especialmente en empresas de consultoría, finanzas y educación. Las empresas participantes con un porcentaje de plantilla joven del 40 % al 75 % muestran un mayor interés en la innovación disruptiva.

→ **Innovación de productos:** La innovación de productos destaca en el sector de la industria y la energía, así como en el sector de la alimentación. Este enfoque es menos relevante en otros sectores, como la consultoría o la tecnología. Además, las empresas más grandes tienden a trabajar más esta innovación en comparación con las pequeñas empresas.

→ **Innovación en procesos:** La innovación en procesos es un aspecto importante para empresas en los sectores de moda y salud y nutrición. También es relevante en empresas con un porcentaje de plantilla joven del 15 % al 40 %, e incluso en las empresas más grandes este tipo de innovación es mucho más habitual.

INNOVACIÓN INTERNA O EXTERNA

El 70 % de las empresas participantes comunican que priorizan la innovación interna frente a la innovación externa.

ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN

Sin embargo, a la hora de trabajar la innovación dentro de la empresa, los mecanismos de innovación externa son los más extendidos (la innovación en colaboración con entidades externas es implementada por el 65 % de las empresas encuestadas, lo que la convierte en la estrategia más utilizada).

Basándonos en los datos proporcionados, podemos extraer las siguientes conclusiones:

→ **La colaboración externa es fundamental:** La mayoría de las empresas participantes (70 %), independientemente del tamaño, sector o porcentaje de plantilla joven, reconocen la importancia de colaborar con entidades y empresas externas como parte de su estrategia de innovación. Esto indica una tendencia hacia la apertura y la búsqueda de conocimiento y recursos externos.

→ Énfasis en la **mejora continua y colaboración interna:** En empresas con plantillas más pequeñas (0-10 empleados), se destaca la importancia de facilitar la mejora continua de los empleados. A medida que el tamaño de la empresa aumenta, se observa un mayor énfasis en la colaboración interdepartamental y mediante sinergias.

Parece que la innovación abierta con jóvenes se está trabajando en sectores de tecnología, salud y educación; se está adoptando la innovación abierta con jóvenes a través de eventos, hackathones y talleres. Aun así, solamente el 20 % de las empresas cuentan con este tipo de programas. Un dato que sin duda nos muestra que hay margen de mejora.

¿QUÉ ES LA INNOVACIÓN PARA LAS EMPRESAS?

Respecto al tamaño de la empresa:

- **Entre 0-10 empleados:** El 65 % se enfoca en la innovación en modelos de negocio, mientras que el 53 % se centra en la innovación en procesos.
- **Entre 11-50 empleados:** El 76 % se orienta hacia la innovación en modelos de negocio, y el 64 % aborda la innovación disruptiva.
- **Entre 51-250 empleados:** El 64 % se dedica a la innovación de productos, y el 58 % se enfoca en la innovación disruptiva.
- **Más de 250 empleados:** El 49 % se concentra en la innovación en modelos de negocio, y otro 49 % se enfoca en la innovación en procesos.

Respecto al sector:

- **Industria y energía:** El 59 % de las empresas se centra en la innovación de productos.
- **Consultoría:** El 71 % se orienta hacia la innovación en modelos de negocio.
- **Tecnología:** El 66 % se enfoca en la innovación en modelos de negocio.

A. La innovación para las empresas. Conclusiones.

¿CÓMO TRABAJAN LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA?

- **Salud y nutrición:** El 58 % se dedica a la innovación de procesos.
- **Tercer sector:** El 70 % se enfoca en la innovación en modelos de negocio.
- **Moda:** El 100 % se centra en la innovación de procesos.
- **Finanzas:** El 71 % aborda la innovación disruptiva.
- **Educación:** El 83 % se orienta hacia la innovación disruptiva.
- **Alimentación:** El 80 % se dedica a la innovación de productos.
- **Transporte y movilidad:** El 57 % se enfoca en la innovación de modelos de negocio, y otro 57 % en la innovación de productos.

Respecto al porcentaje de plantilla joven:

- **0 %-15 % de la plantilla:** El 60 % se enfoca en la innovación en modelos de negocio.
- **15 %-40 % de la plantilla:** El 54 % aborda la innovación disruptiva.
- **40 %-75 % de la plantilla:** El 80 % se orienta hacia la innovación en modelos de negocio.

Los datos obtenidos mediante la clasificación según el tamaño de la empresa por número de empleados son los siguientes:

- **Entre 0-10 empleados:** El 78.05 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas, y el 46.34 % facilita la mejora continua de sus empleados.
- **Entre 11-50 empleados:** El 70.59 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas.
- **Entre 51-250 empleados:** El 52.94 % de las empresas fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias, mientras que el 47.06 % colabora con entidades y empresas externas.
- **Más de 250 empleados:** Aquí, el 60.38 % de las empresas fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias, al igual que colabora con entidades y empresas externas. Un dato interesante es que el 26.42 % de ellas implementa programas de intraemprendimiento e innovación abierta con jóvenes, como eventos, hackathons y talleres, lo que representa un 35.85 %.

Los datos obtenidos según el sector de la empresa son los siguientes:

- **Industria y energía:** La colaboración con entidades y empresas externas, así como la colaboración interdepartamental y mediante sinergias, son las más predominantes, ambas con un 62.69 %. Además, el 55.56 % de las empresas en este sector cuenta con su propio departamento de innovación, y el 25.93 % implementa programas de intraemprendimiento.
- **Consultoría:** El 64.29 % de las empresas de consultoría facilita la mejora continua de sus empleados y colabora con entidades y empresas externas.
- **Tecnología:** En este sector, el 73.33 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas, mientras que el 46.67 % fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias.
- **Salud y nutrición:** Aquí, el 83.33 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas y fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias, mientras que el 25 % implementa programas de intraemprendimiento.

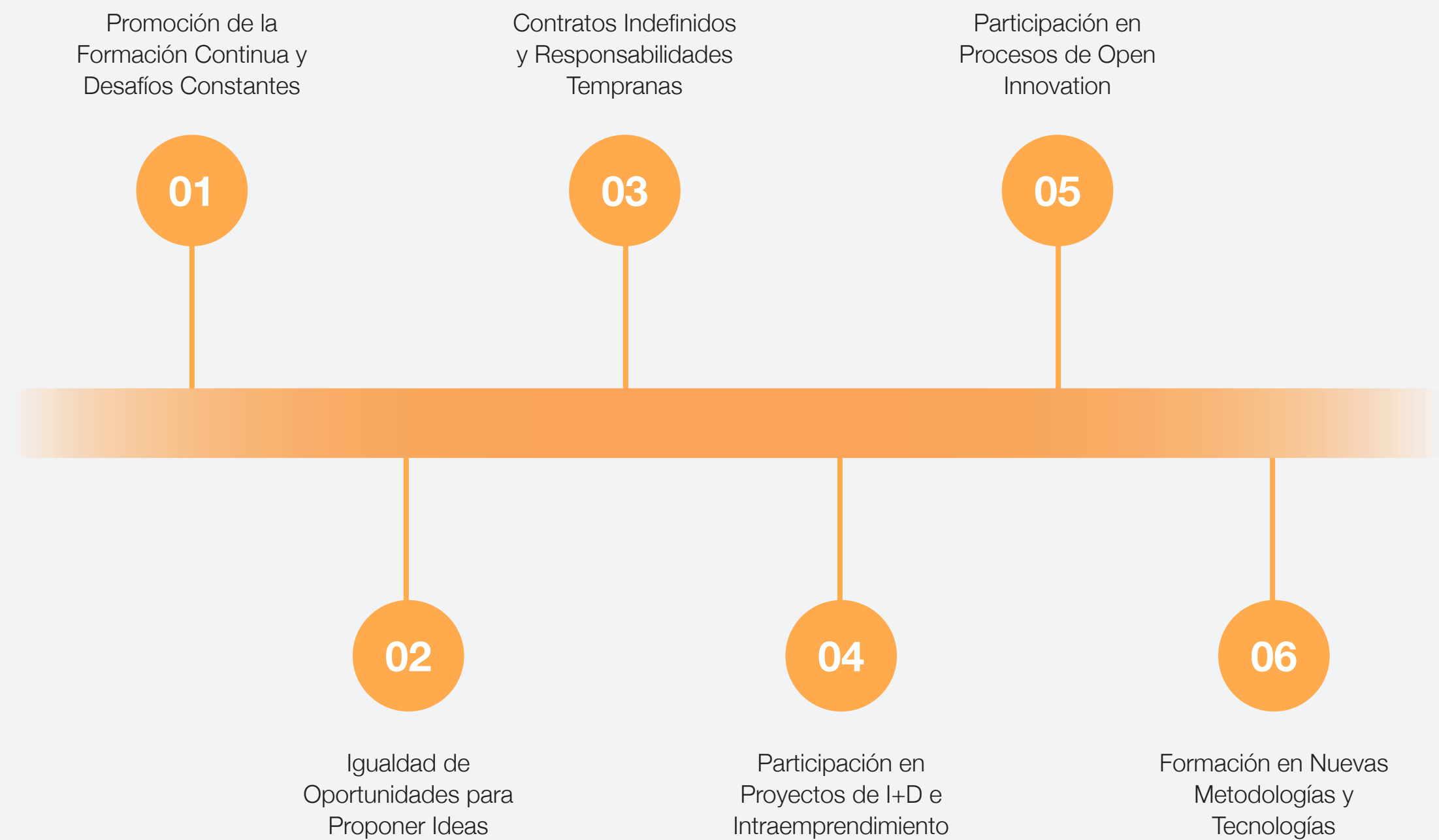
- **Tercer sector:** El 80 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas, y el 50 % colabora con centros de investigación.
- **Moda:** El 83.33 % de las empresas de moda colabora con entidades y empresas externas.
- **Finanzas:** El 71.43 % de las empresas de este sector facilita la mejora continua de sus empleados y fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias. Además, un 42.86 % implementa innovación abierta con jóvenes a través de eventos, hackathons y talleres.
- **Educación:** El 66.67 % de las empresas de educación colabora con entidades y empresas externas, y el 50 % implementa innovación abierta con jóvenes.
- **Alimentación:** El 60 % de las empresas del sector de la alimentación colabora con entidades y empresas externas y fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias.
- **Transporte y movilidad:** En este sector, el 71.43 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas y fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias.

Los datos obtenidos según el porcentaje de plantilla joven son los siguientes:

- **0 %-15 % de la plantilla:** El 72.50 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas, mientras que el 45 % fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias. Además, el 40 % colabora con centros de investigación.
- **15 %-40 % de la plantilla:** El 58.33 % de las empresas colabora con entidades y empresas externas, y el 54.17 % fomenta la colaboración interdepartamental y mediante sinergias. Un 47.92 % de ellas cuenta con su propio departamento de innovación, y un 33.33 % implementa innovación abierta con jóvenes a través de eventos, hackathons y talleres.
- **40 %-75 % de la plantilla:** El 53.33 % de las empresas facilita la mejora continua de sus empleados, y el 60 % colabora con entidades y empresas externas.

B. El papel del talento joven en los proyectos de innovación.

¿Cómo involucran las empresas a los jóvenes en innovación?



B. El papel del talento joven en los proyectos de innovación.

Conclusiones.

¿CÓMO INVOLUCRAN LAS EMPRESAS EL TALENTO JOVEN EN LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN?

En las entrevistas y encuestas, las empresas han comunicado una gran variedad de estrategias que utilizan para involucrar el talento joven en sus procesos de innovación:

→ **Promoción de la formación continua y los desafíos constantes:** Las empresas participantes promueven la formación continua y los desafíos constantes para todos los empleados, incluyendo a los jóvenes. Esto garantiza que estén al tanto de las últimas tendencias y tecnologías, lo que es fundamental para la innovación constante. Además, involucran a los jóvenes en procesos de importancia gracias al mentorizado con empleados con más experiencia.

→ **Igualdad de oportunidades para proponer ideas:** Se establece un entorno donde no existe discriminación por edad, y todos los empleados tienen igualdad de oportunidades para proponer ideas innovadoras. Se valora la diversidad de perspectivas y se alienta a todos a contribuir con sus ideas. Algunas de las empresas participantes incluso cuentan con representantes de las nuevas generaciones en paneles de toma de decisiones estratégicas para las compañías.

→ **Contratos indefinidos y responsabilidades tempranas:** Para atraer y retener el talento joven, se ofrecen contratos indefinidos y se les asignan responsabilidades tempranas en proyectos y equipos. Esto les brinda la oportunidad de asumir roles de liderazgo y contribuir de manera significativa desde el principio.

→ **Participación en proyectos de investigación y desarrollo (I+D) e intraemprendimiento:** Los jóvenes son activamente involucrados en proyectos de I+D y programas de intraemprendimiento. Esto les permite trabajar en ideas innovadoras y proyectos que tienen el potencial de transformar la empresa.

→ **Participación en procesos de open innovation:** Algunas empresas participantes toman parte en procesos de *open innovation* y colaboran con *startups*, centros de conocimiento y otros actores externos. Esto brinda a los jóvenes la oportunidad de trabajar en proyectos colaborativos y de acceder a ideas externas. Además, algunas otras empresas facilitan a sus empleados portales de innovación para que aporten ideas, propuestas y soluciones de manera organizada y accesible para su evaluación.

→ **Formación en nuevas metodologías y tecnologías:** Los jóvenes reciben formación en nuevas metodologías y tecnologías relevantes para la innovación. Esto les permite mantenerse actualizados y aplicar enfoques de vanguardia en sus proyectos.

Otras han trasladado el fomento de la creatividad y el pensamiento fuera de la caja; así, se promueve un ambiente que fomente la creatividad y el pensamiento innovador.

¿QUÉ ROL PRINCIPAL TIENE EL TALENTO JOVEN EN LOS PROYECTOS DE SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN Y EN EL APOYO A LA AGENDA 2030?

El papel principal del talento joven en los proyectos de sostenibilidad e innovación, según las empresas, se centra mayormente en que el 43 % de los jóvenes actúan como agentes de cambio y líderes del futuro, desempeñando un papel fundamental en la transformación de las organizaciones hacia prácticas más sostenibles y en la definición de la visión a largo plazo.

Por otro lado, el 26 % de las empresas participantes consideran que aportan ideas frescas y perspectivas disruptivas que desafían las convenciones y estimulan la creatividad en la búsqueda de soluciones innovadoras.

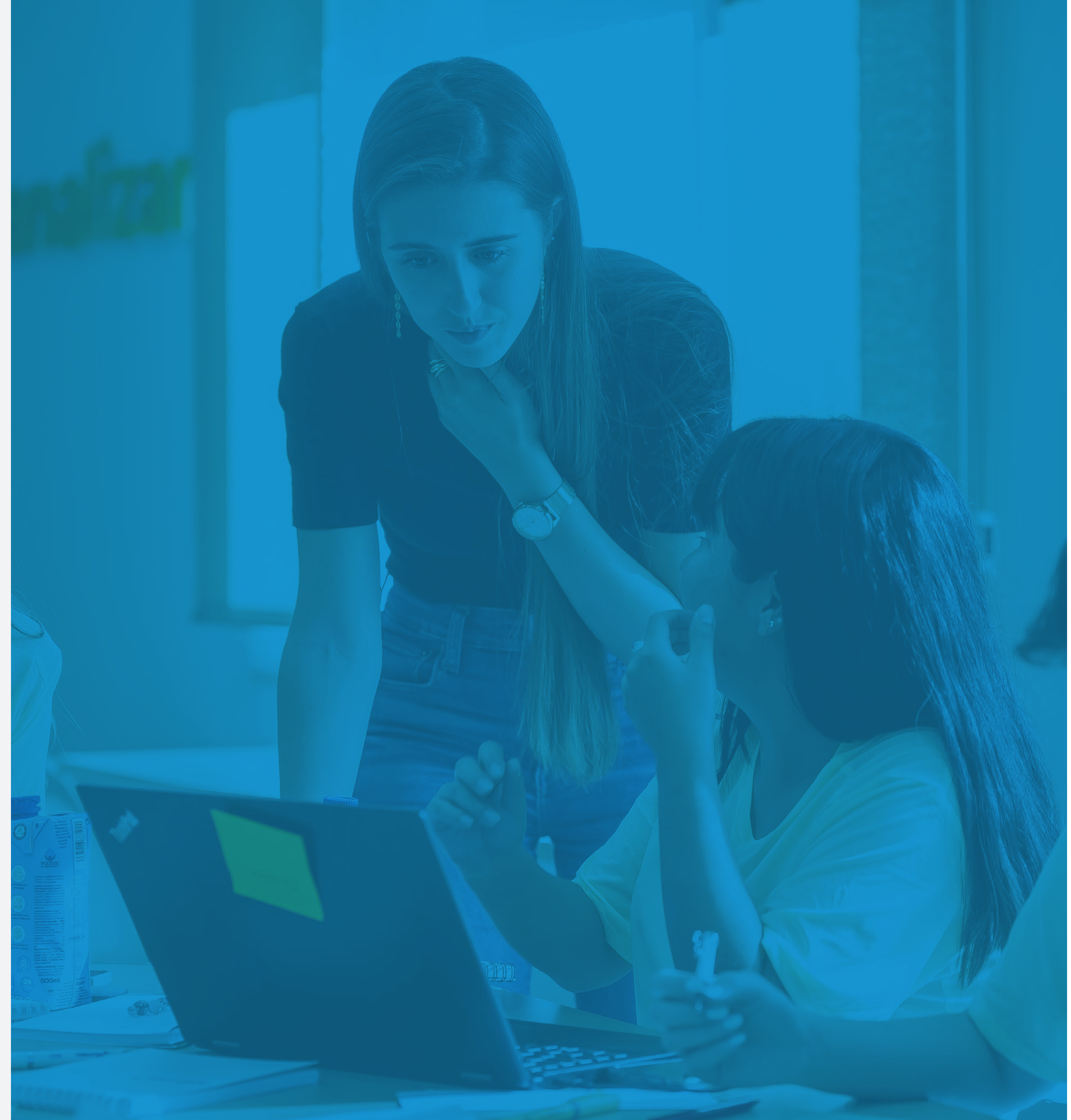
C. Propósito como factor de innovación. Conclusiones.

El propósito se ha convertido en un pilar fundamental en la gestión empresarial contemporánea y actúa como un catalizador esencial que impulsa la innovación en las organizaciones. Según los datos recopilados en el informe, el 90 % de los participantes considera que el propósito tiene un papel significativo como factor de innovación en la empresa. Este alto porcentaje muestra que existe un claro entendimiento de la importancia de la sostenibilidad en la generación de nuevas ideas y en la orientación de las estrategias empresariales hacia enfoques más responsables.

Además, el 67 % de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el propósito impulsa nuevas soluciones, lo que indica una fuerte correlación entre tener un propósito definido y la capacidad de innovación.

Un propósito claro y significativo puede ser una herramienta de inspiración para los empleados, de atracción de clientes, pero sobre todo de guía de la creatividad y la toma de decisiones estratégicas.

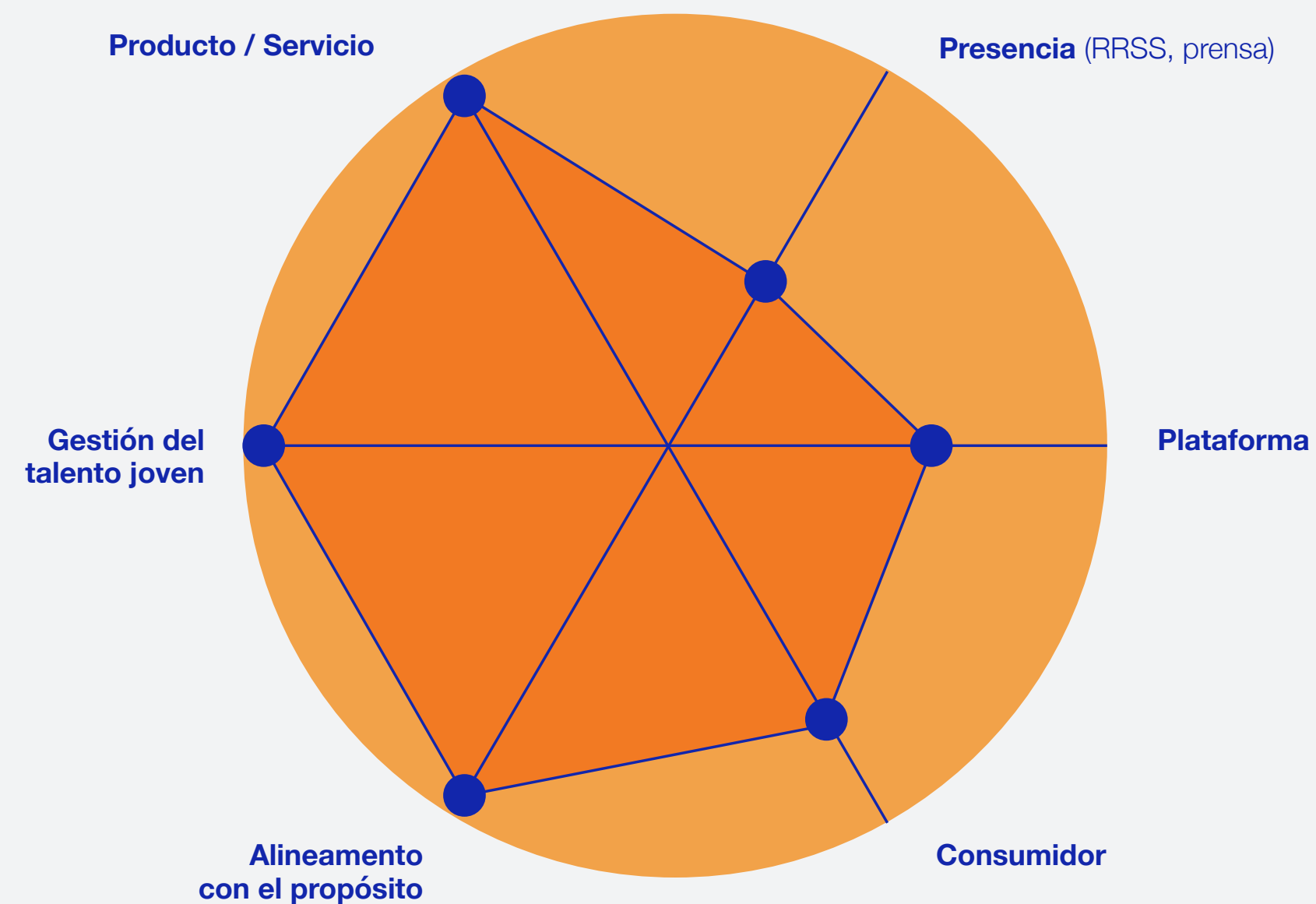
Aunque el 9 % tiene una opinión neutral, considerando que la sostenibilidad puede ser una oportunidad en algunos casos, estos resultados en su conjunto respaldan la conclusión de que la sostenibilidad se percibe como una oportunidad para la innovación en la empresa. Un alto porcentaje de participantes reconoce su impacto en la generación de nuevas soluciones y en la promoción de la creatividad y la responsabilidad en el entorno empresarial.



D. Focus Group: ¿Qué es para los jóvenes la innovación y el propósito de las empresas?. ¿Qué es la innovación para los jóvenes?.

El desarrollo de acciones disruptivas para crear valor que son capaces de cambiar el mercado a largo plazo.

La empresa innovadora: tiene inquietudes por hacer las cosas diferentes al resto y proactividad y capacidad de ejecución para llevar a cabo la innovación hasta el final firmemente.



D. *Focus Group*: ¿Qué es para los jóvenes la innovación y el propósito de las empresas?.

Conclusiones.

METODOLOGÍA

Llevamos a cabo un *focus group* en el Tour del Talento organizado por la Fundación Princesa de Girona, en el rectorado de la Universidad de Córdoba. Se pusieron en práctica dinámicas basadas en la metodología *design thinking*, y se trabajó conjuntamente con ocho jóvenes universitarios y las empresas Carrier y Senda Tribe.

A continuación, explicamos las dinámicas que se llevaron a cabo:

DINAMICA FOCUS GROUP

En la primera hora, se realizó un *focus group* que duró aproximadamente una hora. Cada participante estuvo asignado a un grupo de trabajo con un máximo de cinco personas, que respondieron a diversas preguntas relacionadas con la innovación y el propósito, siguiendo las indicaciones proporcionadas. Al finalizar esta etapa, cada grupo presentó un *pitch* de cuatro minutos para exponer las conclusiones a las que habían llegado.

DINÁMICA CASE STUDY

En la segunda hora, se analizaron dos casos reales de empresas, específicamente Carrier y Senda. En primer lugar, se hizo una breve introducción sobre ambas empresas. Luego, los participantes se agruparon en equipos de cinco personas y llevaron a cabo un análisis del grado de innovación de cada empresa.

Se invitó a un empleado de cada una de las empresas para que los participantes pudieran exponer los resultados del *case study* relacionados con la innovación, el propósito y la implicación de los jóvenes en las empresas.

FOCUS GROUP: ¿QUÉ ES PARA LOS JÓVENES LA INNOVACIÓN Y EL PROPÓSITO DE LAS EMPRESAS?

La innovación, desde la perspectiva de los jóvenes participantes, se definió como la aplicación de acciones disruptivas con el propósito de crear valor, a través de la ejecución adecuada de una idea que transforma un mercado existente.

Los jóvenes resaltaron que, en su opinión, algo esencial de la auténtica innovación es su capacidad de perdurar en el tiempo y adaptarse a medida que evoluciona, sin limitarse a un cambio momentáneo, ya que una idea no puede considerarse verdaderamente innovadora si no logra mantener su relevancia y presencia a lo largo del tiempo.

Según la opinión de los participantes, una «empresa innovadora» se define como aquella que tiene ideas o inquietudes para hacer las cosas de manera diferente al resto. «Esto se logra mediante una actitud proactiva y llevando a cabo la innovación de manera firme hasta el final», resaltaron los estudiantes.

En opinión de los jóvenes, la innovación es un factor decisivo a la hora de que las personas se inclinen por un trabajo u otro porque representa una motivación para los empleados. Cuando una empresa muestra interés en la innovación, demuestra que quiere ir más allá y no se queda en el pasado.

«Consideramos que existe una relación entre el propósito o la sostenibilidad de las empresas y la innovación. En la sociedad actual, el propósito y la sostenibilidad son valores implícitos y, por lo tanto, una empresa que busca innovar debe considerar estos aspectos en su enfoque», resaltaron los estudiantes participantes. Las empresas sólidas con una posición establecida en el mercado a veces pueden tener más facilidad para innovar, incluso si no lo hacen, debido a su solidez. Por otro lado, las empresas emergentes pueden encontrar más desafíos para innovar debido a su falta de solidez financiera.

Si fueran fundadores de una empresa, estos jóvenes trabajarían la innovación y el propósito mediante la creación de acciones que vayan más allá de la oferta de su producto o servicio. Esto podría incluir actividades que demuestren su compromiso con el propósito y su contribución a la sociedad. También considerarían hacer estudios de mercado para estar al tanto de las innovaciones realizadas por la competencia y aprovechar esas oportunidades.

En cuanto a la empresa del futuro, creen que estará impulsada por la sostenibilidad, la automatización avanzada y la tecnología. Sin embargo, a pesar de la automatización, el valor humano seguirá siendo fundamental. «La empresa del futuro tendrá un gran foco en la creatividad y la flexibilidad, así como una gran dependencia de la tecnología», resaltaron los participantes.



E. Mesa Redonda: Diálogo sobre talento e innovación en el sector del gran consumo.

Conclusiones.

Se llevó a cabo una mesa redonda en Lugo sobre talento e innovación en el sector del gran consumo. Participaron representantes de las empresas Norvento Enerxía, Avincis, Airbus, Telespazio y un estudiante de ingeniería aeroespacial.

Las conclusiones de la mesa redonda en Lugo sobre talento e innovación en el sector del gran consumo fueron discutidas por los participantes, quienes resaltaron la importancia de mantenerse al día en cuanto a las nuevas tecnologías y la constante búsqueda de la innovación en un entorno empresarial altamente competitivo. En este contexto, se reconoció que el talento joven desempeña un papel fundamental, al aportar nuevas perspectivas y enfoques innovadores.

En relación con las tendencias tecnológicas, se identificaron cuatro pilares clave:

- **Inteligencia artificial (IA):** Se destacó la IA como una tecnología fundamental en la transformación de las empresas.
- **Computación en la nube (cloud):** El uso de servicios en la nube se considera esencial para la agilidad empresarial.
- **Ciberseguridad:** Se resaltaron la protección de datos y la prevención de ataques cibernéticos como áreas críticas en la era digital.
- **Internet de las cosas (IoT):** La conectividad de dispositivos y la recopilación de datos están revolucionando las operaciones empresariales.

En cuanto a las estrategias adoptadas por las empresas para mantenerse actualizadas, se enfatizó la importancia de ofrecer formación a los empleados. Los responsables de tecnología de la información (IT) desempeñan un papel crucial al buscar oportunidades de formación y transferir conocimientos. Además, se destacó la importancia de la transferencia de conocimientos de las personas más experimentadas a las menos experimentadas en el equipo.

En el ámbito de la innovación empresarial, se resaltó la necesidad de crear una cultura de innovación. Esto implica fomentar el pensamiento creativo, lo que a su vez mejora la productividad. Se mencionó la importancia de proporcionar a los empleados espacios donde puedan contribuir con nuevas ideas, como la implementación de buzones de sugerencias.

Se enfatizó el papel crucial de los jóvenes en las empresas, ya que aportan una perspectiva fresca y diversidad generacional. Se mencionó que sectores como las energías renovables ofrecen numerosas oportunidades de empleo para los jóvenes.

Las empresas expresaron su interés en encontrar en las nuevas generaciones cualidades como la mejora continua, la voluntad de aportar e innovar, la valoración del pasado junto con una mirada hacia el futuro y un compromiso apasionado con el proyecto empresarial. También se subrayó la importancia de crear un entorno de trabajo enriquecedor caracterizado por la cooperación y un ambiente positivo.

A pesar de la importancia de las habilidades técnicas, se destacó que las cualidades personales también son altamente valoradas por las empresas.

Se discutió la dificultad de innovar en todos los sectores, y se reconoció que en sectores altamente regulados, como el aeroespacial, la innovación puede ser un desafío. Sin embargo, se señaló que estas industrias están haciendo esfuerzos significativos para fomentar la innovación mediante la promoción del intraemprendimiento y la colaboración con talento externo a través de incubadoras.

Se enfatizó la importancia de mirar más allá de las operaciones diarias y buscar constantemente nuevas innovaciones que puedan aplicarse en las empresas. Se subrayó la importancia de la actitud ágil, la mente abierta y la incorporación de la innovación en todas las facetas de la actividad empresarial.

Desde la perspectiva del estudiante se destacó la emoción y el desarrollo personal y profesional que se experimentan al emprender. También se mencionó que es posible alcanzar un desarrollo significativo dentro de una empresa siempre y cuando se ofrezcan oportunidades para contribuir y compartir ideas y se fomente un ambiente de trabajo positivo. Se enfatizó la importancia de encontrar un trabajo que se ajuste a los objetivos vitales y permita trabajar para mejorar el mundo.

Se discutió el concepto de declaración responsable, que incluye aspectos de gestión social, como planes de igualdad y cumplimiento, así como sostenibilidad, con el objetivo de preservar el planeta. Se mencionaron avances en la industria aeroespacial hacia la sostenibilidad, incluyendo aviones eléctricos y motores de hidrógeno.

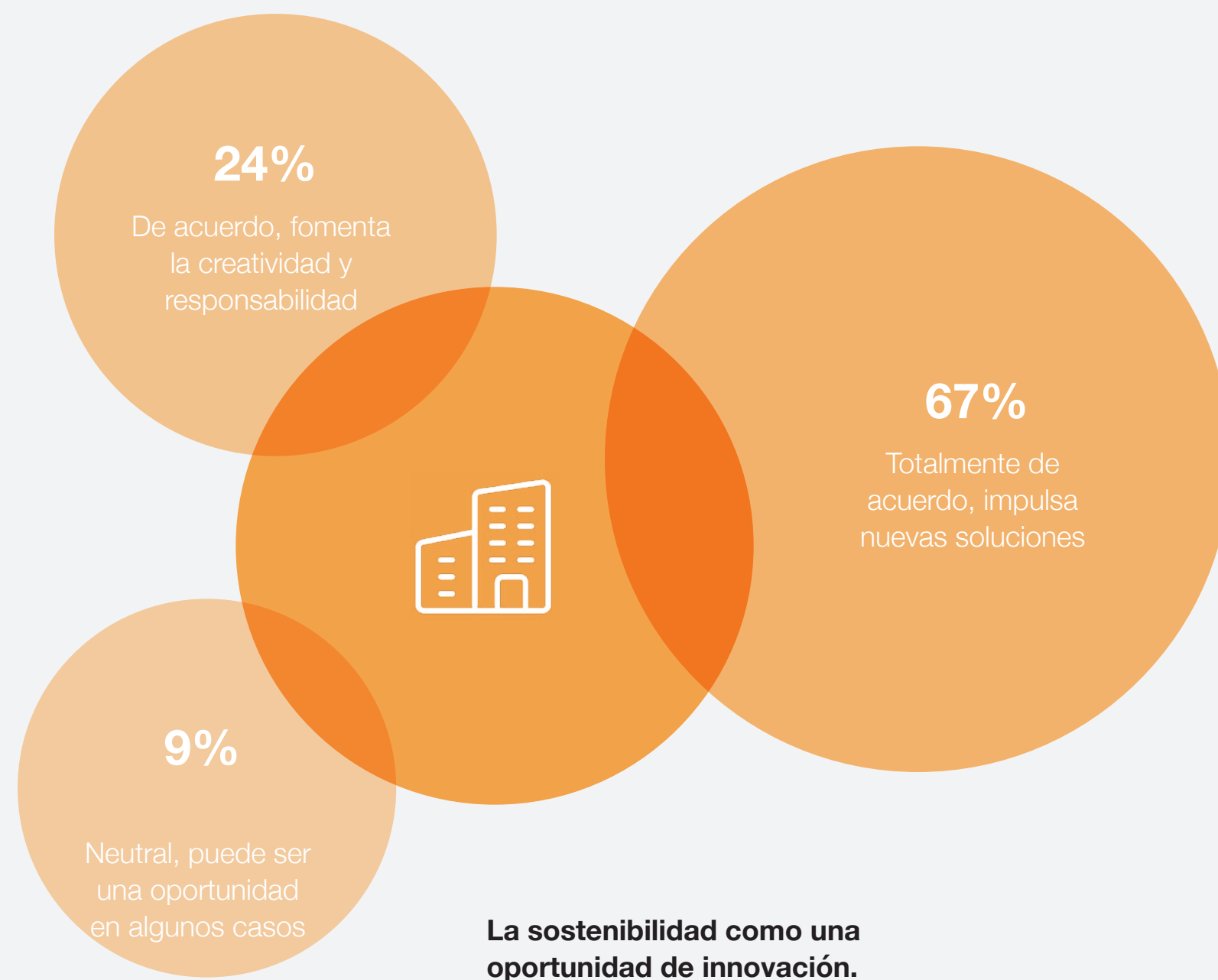
En cuanto a la sostenibilidad y las energías renovables, se destacó la intrínseca preocupación por la sostenibilidad en este sector y los avances significativos que se están llevando a cabo.

Además de la sostenibilidad, se enfatizó la importancia de contribuir al bienestar social a través de la colaboración con universidades para fomentar el talento joven, trabajando con fundaciones y asociaciones a través de voluntariados y apoyando a nuevos sectores para impulsar la innovación.

F. Conclusiones.

El propósito y la innovación.

El 90% consideran su propósito como un factor de innovación de la empresa.



F. Conclusiones.

Desarrollo de las conclusiones.

El 70 % de las empresas participantes comunican que priorizan la innovación interna frente a la innovación externa.

Sin embargo, a la hora de trabajar la innovación dentro de la empresa, los mecanismos de innovación externa son los más extendidos (la innovación en colaboración con entidades externas es implementada por el 65 % de las empresas encuestadas, lo que la convierte en la estrategia más utilizada).

Parece que las empresas más pequeñas recurren más a la innovación externa que las grandes, en busca de suplir conocimientos, tiempo o talento con recursos externos.

Las corporaciones del informe potencian más la colaboración interdepartamental y mediante sinergias (el 60 % de ellas frente al 40 % de las pequeñas empresas), lo que podría explicar una mayor disposición

de recursos dentro de la propia organización y esa menor dependencia de fuentes externas. Además, el 35 % de estas últimas cuentan con áreas de innovación, un porcentaje bastante superior al de las empresas más pequeñas.

Estas empresas más grandes (a partir de 250 empleados) son las grandes impulsoras de programas de intraemprendimiento (el 26 %), así como de estrategias de innovación abierta con jóvenes como eventos, hackathones, talleres... (el 35 %). Esto puede venir a dar respuesta a barreras más típicas de las corporaciones como una inercia organizacional en la que los procesos y las estructuras existentes dificultan la generación de una cultura de innovación interna.

Los grandes avances en nuevas tecnologías como la ciberseguridad, el internet de las cosas, la informática cuántica o la inteligencia artificial son, sin duda, uno de los principales motores de innovación en las empresas. Esto se refleja en algunas de las formas de entender la innovación más señaladas por las empresas, como la creación de grandes disrupciones (48 %), los nuevos productos (48 %) o la mejora de los procesos existentes (46 %).

Sin embargo, a pesar de esto, el mecanismo de innovación más destacado por las empresas participantes ha sido la innovación en modelos de negocio.

Esto nos recuerda que la innovación no depende exclusivamente de la velocidad con la que una empresa es capaz de

adoptar las nuevas tecnologías, sino de su capacidad para entender cómo esas nuevas tecnologías van a afectar al mercado, de posicionarse al respecto y de actuar en consecuencia.

Esto, sin duda, es una de las causas por las que las empresas nos indican que buscan priorizar la innovación interna, a pesar de que las barreras existentes para ello las lleven a ejecutar mecanismos de innovación externa.

Crear una cultura de innovación interna es, sin duda, un gran reto, pero parece el camino óptimo para estar cerca de los clientes y consumidores, entender el mercado y dotar a las organizaciones de la agilidad necesaria para desarrollar transformaciones efectivas.

Ante el auge de la tecnología, la importancia de la cultura de innovación para entender y adaptarse a los cambios del mercado.

El rol del talento joven en la innovación con propósito: no se busca que traiga solamente nuevas tecnologías, sino perspectivas diferentes y liderazgo para el futuro.

Las empresas entrevistadas buscan que el talento joven aporte una perspectiva única y valiosa en los proyectos de sostenibilidad e innovación al actuar como líderes del cambio, proponer ideas innovadoras, fomentar la concienciación y adaptarse ágilmente a un mundo en constante transformación. Consideran que su contribución resulta esencial para abordar los desafíos actuales y futuros de manera efectiva y responsable.

Esto puede ser consecuencia de su alto interés en la innovación en modelos de negocio, para la cual deben tener muy en cuenta a sus futuros consumidores: las nuevas generaciones.

Por último, cabe resaltar que no solo los jóvenes son una palanca de innovación en las empresas, sino que, además, la innovación es fundamental para la atracción y fidelización del talento joven. Por ello, herramientas como el «radar de innovación», utilizadas en este informe, pueden ser herramientas de comunicación para generar un diálogo efectivo entre los jóvenes y las empresas.

G. Líneas futuras de la investigación. Conclusiones.

1

LOS RETOS DE LAS EMPRESAS A LA HORA DE HACER INNOVACIÓN INTERNA Y DE FOMENTAR CULTURAS DE INNOVACIÓN SÓLIDAS QUE PERMITAN CANALIZAR LAS IDEAS DE SUS EMPLEADOS Y DESARROLLARLAS DE FORMA EFECTIVA.

Según Boston Consulting Group, el 78 % de las ideas innovadoras de las compañías proviene de sus plantillas. Sin embargo, solo el 15 % de las empresas participantes en el informe contaba con programas de intraemprendimiento o mecanismos para recoger ideas de los empleados.

¿Cuál es la razón para que las empresas que priorizan la innovación interna se encuentren desarrollando estrategias de innovación externa? ¿Cuáles son las principales barreras para los mecanismos de innovación interna a las que se enfrentan las empresas?

2

MEDICIÓN DE IMPACTO EN INNOVACIÓN PARA PODER MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS DISTINTAS ESTRATEGIAS.

Existe una gran diversidad de estrategias implementadas por las empresas que han participado en este informe. Sin embargo, también se presentan importantes dificultades para contrastar la efectividad de estas estrategias a la hora de generar nuevas oportunidades de crecimiento y culturas de innovación sólidas. ¿Cómo se mide el nivel de innovación de una compañía? ¿Cómo podemos definir indicadores de salud de la cultura de innovación de las empresas? ¿Qué métricas podrían desarrollar las empresas para evaluar el impacto de sus esfuerzos de innovación en términos de crecimiento, eficiencia y satisfacción del cliente a corto y medio plazo?

3

CUÁL ES LA PERSPECTIVA DE LOS JÓVENES Y LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN COMO FACTOR DE ATRACCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TALENTO JOVEN PARA LAS EMPRESAS:

Este estudio se ha desarrollado principalmente con base en entrevistas, diálogos y encuestas con empresas.

Sin embargo, hemos comprobado cómo el *focus group* llevado a cabo con estudiantes en Córdoba ha aportado ideas muy valiosas sobre la opinión de los jóvenes acerca de la innovación como factor decisivo a la hora de seleccionar las empresas en las que quieren trabajar.

Un punto de vista muy interesante y complementario a este informe podría ser el estudiar de forma sistemática la percepción de los jóvenes sobre la innovación y el propósito en las empresas.

4

LA INTEGRACIÓN DEL PROPÓSITO EN LAS ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL DE LAS COMPAÑÍAS.

El 87 % de las empresas participantes considera que el propósito es un factor de innovación para sus organizaciones.

Existen empresas que se consideran altamente innovadoras precisamente por una integración real de su propósito en toda su cadena de valor, desde la comunicación con sus *stakeholders* hasta sus productos y procesos.

Pero ¿existe una correlación entre la capacidad de innovación de una empresa y el nivel de desarrollo y la claridad de su propósito?

Una investigación de este tipo podría permitir a las empresas trabajar en una integración más profunda del propósito en sus estrategias de innovación, asegurándose de que todas las decisiones y actividades estén alineadas con sus estrategias a medio y largo plazo.



*Siempre con
los jóvenes*

**Princesa
de Girona**



Generación
talento

U4IMPACT

**MAD
BLUE**

