

CATALUNYA



OPINIÓN

Albert Riba

Las catas de la innovación

Después de muchos años arrancando proyectos, empresariales o de otro tipo, he aprendido a hacer una cosa que es de vital trascendencia cuando se lanzan proyectos innovadores: la *cata* de la innovación.

Una *cata*, según la RAE, es “una porción de algo que se prueba”, pero entiendo que en esta *cata* pruebas los valores esenciales de dicho producto. Por ejemplo, cuando vas a comprar al supermercado y te dan un taquito de queso, cuando vas a una *cata* de vinos pruebas distintos vinos en pequeñas dosis o, como está de moda en el mundo digital, cuando pruebas una aplicación para el móvil, tienes una versión gratuita y si quieres más, compras la de pago (*premium*). En estos casos, los consumidores no le damos demasiada importancia a lo que hay detrás de ese trozo pequeño de producto. No somos conscientes de los años de investigación, de las personas para producirlo, de la inversión realizada o, simplemente, de definir qué más productos o servicios hay detrás de esa *cata*.

Si nos fijamos, pasa lo mismo cuando hablamos de innovación, emprendimiento o transformación. La única diferencia es que a lo mejor lo llamamos de otra manera, quizás utilizamos conceptos como *test de producto*, *producto mínimo viable* o, simplemente, *prueba*.

Realmente uno de los grandes beneficios que ha aportado esta revolución digital es que, hoy en día, a diferencia de la gente que vende vinos, jamones o similares, podemos hacer *catas* digitales sin tener el producto finalizado y este hecho, es un gran beneficio para todos. Ahora podemos incorporar *catas* de innovación a los procesos de cambio y transformación que viven las organizaciones, podemos hacer *test* de productos sin tener que hacer grandes inversiones en desarrollos de proyectos y definir mejores productos o servicios para satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

Este concepto de *catas* de innovación o de emprendimiento tienen un pequeño peligro, y es pensar que sólo precisa herramientas para poderlo conseguir. El error es pensar que, hablando de agilidad, o si se quiere, hablando de diseño o *design thinking* y hablando de microgestión, todo funciona cuando realmente no es así.

Para poder hacer estas *catas* de innovación hace falta algo más. Hace falta disponer de una mentalidad que sea capaz de ver el alcance de un proyecto que aún no existe, una capacidad de pintar el futuro, un deseo de arriesgar para equivocarse y, sobre todo, una apuesta clara por la transformación. Ésta implica cambiar, prevenir y acompañar a personas y debe hacerse en pequeñas dosis y sin empacharse, en *catas* y de calidad, desde personas y no sólo desde herramientas.

Empresario y escritor

CON ÉNFASIS



EL BUQUE INSIGNIA DE PER SUNDMALM

Tea Shop, la cadena barcelonesa fundada por el empresario sueco, estrenará en mayo en Rambla Catalunya la que será la tienda de bandera de la marca especializada en tés e infusiones a granel. Además, la firma ensayará en este espacio un nuevo concepto de establecimiento.

LA APERTURA DE LA SEMANA

Las telas de Julián López llegan a Barcelona

La histórica firma valenciana de tejidos y textil para el hogar Julián López ha abierto su primera tienda en Barcelona. Está ubicada en el número 11 de la calle Alí Bei, cerca del Arco de Triunfo, y tiene una superficie de 2.000 metros cuadrados. Para su desembarco en la capital catalana, Julián López ha unido dos locales comerciales y ha creado un gran espacio diáfano en el que se venden telas, productos textiles para el hogar y elementos de mercería. Para la firma valenciana fundada en

1953 será su novena tienda española. El desembarco en Barcelona era una asignatura pendiente que se había marcado hacía tiempo y su inauguración coincide con la reubicación de su tienda emblemática en Madrid, donde Julián López se ha trasladado a un local de mayor tamaño situado junto a la Plaza Jacinto Benavente. La empresa valenciana es una gran defensora del comercio clásico, cierra a mediodía y no abre en festivos.

Por Marisa Anglés



Elena Ramón.

Julián López ha abierto en el número 11 de la calle Alí Bei.

LA FOTO



LA FACULTAD DE NÁUTICA ABRE INSTALACIONES EN EL PUERTO DE BARCELONA

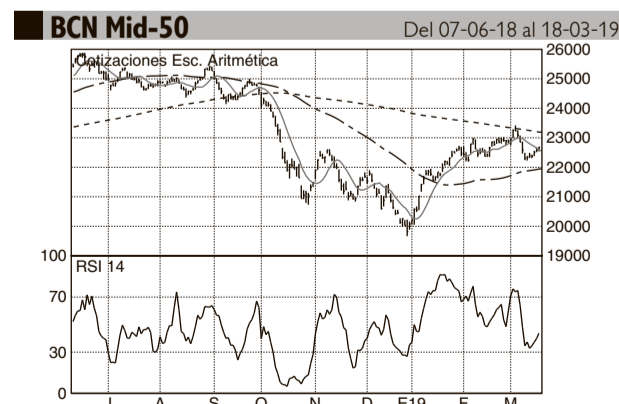
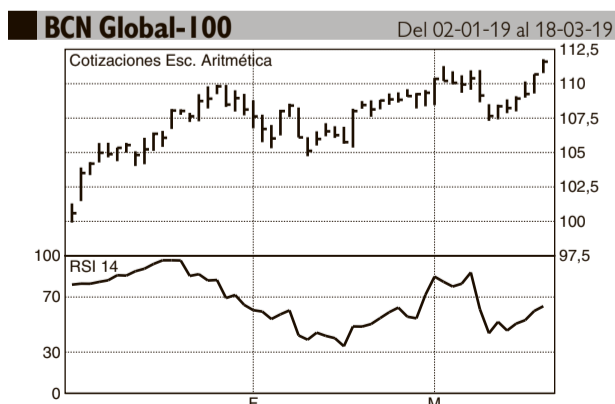
Nuevas instalaciones de docencia e investigación en un espacio de 250 metros cuadrados y un muelle con capacidad para siete amarres son algunas de las instalaciones que ayer inauguró la Facultad de Náutica de la Universitat Politècnica de Catalunya en la Nova Bocana del Puerto de Barcelona. En el recinto, en el que se han invertido 40.000 euros, podrán realizar prácticas –fotografando unos 30 estudiantes por semana y habrá talleres de nudo y velería. El recinto también dará cabida a la nueva base provincial de la Cruz Roja del Mar.

DETRÁS DE

Catalunya, líder en franquicias per cápita

Catalunya es, por detrás de Madrid, la segunda comunidad autónoma por número de cadenas de franquicias. Según la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), hay 321 marcas catalanas que operan con esta fórmula, frente a las 335 de Madrid. Sin embargo, el informe de la AEF señala que, en comparación con la población de cada una de las comunidades, Catalunya es líder en número de enseñas por habitante. Las 321 cadenas catalanas de franquicias –entre las que se encuentran Mango o Naturhouse– suman 21.736 locales y 72.087 empleados.

ASÍ VAN LOS MERCADOS DE BARCELONA



CATALUNYA

expansioncat@expansion.com

REDACCIÓN: Martí Saballs (director adjunto); José Orihuel (redactor jefe); Sergi Saborit (jefe de sección); Marisa Anglés, David Casals, Eric Galián, Gabriel Trindade y Artur Zanón.
PUBLICIDAD: Daniel Choucha (Jefe Área Publicidad Expansión Barcelona) y Albert Borràs.
Teléfono: 93 496 24 22 / 93 496 24 07

Passeig de Gràcia, 11, escalera A, 5ª planta
08007 Barcelona
Teléfono: 93 496 24 00
Fax: 93 496 24 05