

**William
AULET**

El director del Centro de Emprendedores del Instituto Tecnológico de Massachusetts (Sloan MIT) visitó Sevilla para dar las claves sobre la importancia del fomento del espíritu emprendedor desde la universidad



CONFERENCIA. William Aulet dio recientemente una conferencia en Sevilla invitado por la Escuela Andaluza de Economía.

«Las empresas que se crean en plena crisis son mejores»

■ CLARA CAMPOS

—**Los universitarios se frenan más a la hora de emprender, teniendo en cuenta el entorno económico actual?**

—Efectivamente, se crean muchas menos empresas en este entorno de crisis, pero las que se crean son normalmente mejores. Un ejemplo de ello es Microsoft, que nació en un momento de crisis y a pesar de ello ha alcanzado con los años un gran tamaño. También están otras compañías como Google o Fedex. Son emprendedores que tienden a apostar por la empresa, que captan a los mejores empleados y los mantienen, es decir, no hay rotación. Y eso es muy importante. En definitiva, se crean menos empresas, pero las que ven la luz son infinitamente mejores. Incluso en este entorno, hay un creciente interés, sobre todo por parte de la Administración Obama, por promover el quehacer empresarial porque gracias a eso se crea empleo. Los alumnos del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) han creado unas 25.000 empresas que han ayudado a crear 330.000 empleos en EEUU, lo que supone la generación de 2 billones de dólares. Si el MIT fuera un país, ocuparía el puesto 11 en la economía mundial.

—**Fomentan las universidades que se creen empresas en torno a ideas nuevas?**

—Depende mucho de la universidad o facultad. El MIT está especializado en el sector tecnológico

y su fin es crear empresas, mientras que otras, como Harvard, donde estudié, tienen menos movimientos en este sentido.

—**Hay muchas diferencias entre las universidades norteamericanas y las europeas?**

—Las europeas son emprendedoras pero mucho menos que las estadounidenses. Si nos fijamos en España, un docente que aspira a ser catedrático y tener una plaza fija en una universidad a lo mejor no tiene una labor empresarial al margen de la que tiene como docente. Sin embargo, en EEUU no es que se les obligue, pero se les incita a ello.

—**¿Por qué esta diferencia?**

—No se trata de una cuestión estructural, sino también cultural. En Europa hay muchas culturas pero están más centralizadas y no se promueve tanto el quehacer empresarial. Esto se pone en contra-

posición a otras culturas que viven en entornos más libres. EEUU no es un ejemplo único en el mundo, sino que existen otros países como Israel o Islandia.

—**Hasta hace poco, en España se premiaba la publicación de investigaciones, pero no su transferencia a las empresas. ¿Ha sido esto un lastre para nuestra cultura empresarial?**

—Sí. No sólo podemos incentivar a los investigadores para que escriban artículos o saquen adelante patentes. Hay una clara distinción

«¿Cómo podemos hacer para que los andaluces respeten al empresario igual que al torero?»

entre innovación e invención. La innovación sería lo equivalente a invención más comercialización. Esto último es lo que pertenece a los empresarios.

—**Las diferencias entre EEUU y Europa en cuanto a biotecnología son grandes.**

—En el ámbito de la innovación

se trata de colaborar los unos con los otros. No es un partido de fútbol. Todos deben ganar. Hace dos semanas el MIT estuvo en Rusia y ahora en Andalucía. Estamos compartiendo conocimientos.

—**Pero la diferencia europea está en las restricciones a los transgénicos...**

—Esas barreras se están destruyendo. Hay nuevos líderes que llegan a nuestras sociedades que van a derribarlas. Uno de ellos es Juan Martínez Barea, secretario general de Innovación de la Junta, que ha estudiado en el MIT y ahora está colaborando y sigue en contacto con el Instituto. Se trata de compartir conocimientos para que los cambios estructurales se vayan dando. El trasfondo cultural es más difícil de cambiar. ¿Cómo podemos hacer que los ciudadanos españoles respeten, valoren y admiren a los empresarios como sucede con los toreros? Hay que crear también capacidades. Es el tercer pilar básico.

—**¿Qué deficiencias ha visto en las empresas con las que ha trabajado por todo el mundo?**

—Se infravalora mucho lo difícil que es llevar un producto al mercado. Muchas empresas pecan de pensar que por tener un buen producto se vende solo. No sólo basta con tener un buen producto, hay que tener una buena estrategia. No por ser bueno nos van a abrir las puertas del cielo. La solución para esto es centrarse en una actividad y que se haga bien. No puede ser David contra Goliat.

Perfil Repartiendo conocimiento

Nombre: Bill Aulet es director del Centro de Emprendedores del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Además, es profesor en la escuela de negocios Sloan del MIT y un reconocido líder del

mundo empresarial con una trayectoria de más de 25 años. Ha recaudado más de 100 millones de dólares para sus empresas y ha generado cientos de millones de valor de mercado.