

DIEZ GRANDES RETOS PARA LA COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA

I. Mejorar el sistema educativo

Todos los niveles formativos deberán conseguir, no sólo que los alumnos adquieran conocimientos, sino también que se capaciten para aprovecharlos, aprendan a valorar su utilidad y sepan aplicarlos de forma participativa.

II. Lograr que la sociedad aprecie que los empresarios asuman los riesgos de la innovación

La sociedad deberá valorar a los emprendedores innovadores que asumen riesgos inteligentes y no penalizar sus fracasos.

III. Evitar que leyes, fiscalidad y regulación obstaculicen la innovación

El fomento de la innovación debe ser tenido en cuenta en cualquier decisión fiscal y administrativa.

IV. Atraer el talento y la inversión extranjera

España debe ser atractiva para los mejores estudiantes, investigadores y empresarios del mundo.

V. Conseguir que la Universidad y la investigación pública se impliquen plenamente en la solución de los problemas de su entorno.

La Universidad debe asumir su tercera misión y el sistema público de investigación, además de alcanzar la excelencia, debe convertirse en un pilar de la competitividad del país.

VI. Hacer conscientes a las empresas de que su sostenibilidad depende de su capacidad para crear valor

Las empresas deben competir en el mercado global, sobre la base de una mayor capacidad tecnológica, conseguida con la incorporación de personal cualificado, la participación en el diseño de la Formación Profesional y la cooperación con otras empresas y con el sistema público de I+D. La Administración debe implicarse en el apoyo a la internacionalización, a los sectores de futuro y al fomento a la cooperación, creando un contexto macroeconómico y financiero más fiable.

VII. Implicar a la financiación privada en la innovación

El sistema financiero debe entender las peculiaridades de la inversión en innovación.

VIII. Preparar a las PYMES para el mercado global

Incorporar la tecnología adecuada, aprender a colaborar, internacionalizarse y crecer deberán ser objetivos fundamentales en la estrategia de las PYMES.

IX. Aprovechar el mercado de las grandes empresas y de la Administración como tractores tecnológicos

Tanto la gran empresa como las administraciones deberán ser conscientes de que su potencial de compra, es un eficaz estímulo de la capacidad innovadora de su entorno. Las compras de soluciones innovadoras benefician tanto al comprador como al vendedor.

X. Lograr que las PYMES encuentren una amplia oferta de servicios para la innovación

Las PYMES deben manifestar sus necesidades de servicios tecnológicos, y las organizaciones de soporte a la innovación deben atenderlas.