

# INNOVACIÓN EMPRESARIAL

## ¿UNA MODA O UNA NECESIDAD?



Andrés Yépez, MBA.



---

**En los últimos años ha surgido una nueva palabra de moda en los círculos empresariales: la innovación.**

---

Han surgido concursos y premios tanto en el ámbito privado como en el público, se alaba a los emprendedores, sus aciertos y sus fracasos, hay cuartos con mesas de ping pong, futbolines, resbaladeras y comida gratis. Esto nos lleva a pensar: es la innovación la nueva moda empresarial? Nos llenaremos de gurús y consultores?, analicemos qué es y qué no es la innovación, y sus alcances reales dentro de la organización.

Innovar es lograr alcanzar un objetivo de una manera diferente.

Para que una innovación sea útil a una empresa debe tener dos elementos: creatividad y comercialización.

La creatividad es poder brindar soluciones a problemas conocidos de una forma más eficiente y económica de lo que actualmente se hace, pero si no logramos comercializar nuestra idea, no tiene valor alguno para la empresa. Si lo ponemos en una ecuación, esta sería:

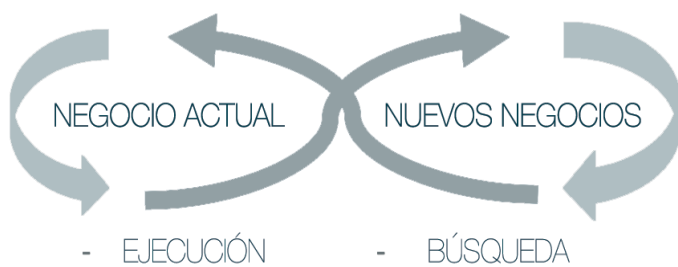
### **INNOVACIÓN = CREATIVIDAD X COMERCIALIZACIÓN**

Por qué el signo de multiplicación y no de suma? Sencillamente porque si no existe comercialización, el resultado será cero.

Vivimos en un mundo en el cual, fruto del desarrollo tecnológico, la única constante es el cambio. Lo que funcionaba en la empresa durante los últimos años, no será suficiente en el futuro cercano.

Pero no nos equivoquemos, que requiramos de la innovación no significa que debemos dejar a un lado lo que hacemos actualmente en la empresa. El negocio en su forma actual es lo que nos permite generar utilidades y operar en el mercado.

Es por esto que el empresario actual debe ser capaz de tener un enfoque dual, es decir, al mismo tiempo que ejecuta de la forma más eficiente el negocio en su forma actual, debe buscar nuevos productos y modelos de negocios para el futuro. Podríamos decir que la innovación es una especie de seguro, un seguro de ingresos futuros.



\*Srikant, Datar.

Las herramientas tradicionales de administración nos enseñan cómo manejar y ejecutar de la manera más rentable una empresa. A su vez, para lograr procesos de innovación sustentables y repetibles dentro de la empresa, se están desarrollando nuevas herramientas de administración. Es muy importante aprender a diferenciar, seleccionar y utilizar las herramientas que requerimos para cada proceso.

Pero no sólo podemos confiar en estas herramientas para manejar nuestras empresas y producir nuevas curvas de crecimiento. No nos olvidemos del recurso humano. Es complicado manejar organizaciones duales, unos equipos están en modo ejecución y otros en modo de búsqueda, ambos pueden llegar a ser incompatibles y chocar en sus objetivos y requerimientos de los recursos limitados de la empresa. Un gerente debe aprender a manejar estas situaciones, saber identificar los cambios de hábitos de consumo en el mercado y decidir cuándo debe cambiar de rumbo.

Innovar no es fácil, si lo fuera, toda empresa sería exitosa aplicando estos procesos. Las empresas nacen, crecen, a veces se reproducen y finalmente mueren. A través de los procesos de innovación continua, se buscan empresas sustentables en el tiempo, que cuando empiezan a “morir” sean capaces de crear nuevas curvas de crecimiento y logren perdurar en el tiempo.

Finalmente, la innovación requiere de los elementos humanos más capaces de la empresa, de recursos independientes del giro regular del negocio y del compromiso de la alta gerencia. No se lo debe ver como un ejercicio independiente, sino integrado a la empresa, cambiando la mentalidad colectiva de ésta.

La innovación bien concebida y aplicada lleva a la empresa al futuro, y ese futuro está aquí. O nos adaptamos o desapareceremos.