

## Buscando las condiciones para innovar I

La innovación empresarial es un tema que cada día encuentra más adeptos en las organizaciones y que trasciende el tema de moda o tendencia. Las empresas, por las condiciones constantes de cambio del mercado, el entorno y los propios clientes, están llamadas a innovar y buscar nuevos nortes.

Antes de entrar en materia, quiero dar y recordar la definición que utilizo de innovación empresarial. Esto es importante por que hay muchas definiciones.

Lo primero que se debe decir es que la innovación es una característica de las organizaciones, no de los humanos. Por otro lado los humanos somos creativos y con esta creatividad y trabajo podemos llevar a que la organización sea innovadora. Frente a esta definición, hablar de "innovación empresarial" y "organizacional", puede ser re-

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ  
DIRECTOR CONSULTORÍAS 360°



dundante, pero no es un término común y corriente, por lo cual es válido su uso.

La definición de fondo de innovación, dice que es la introducción de un "algo", a una organización, que cumple dos condiciones: 1. Es nuevo para la empresa y 2. En un periodo predeterminado genera un retorno para la empresa. Al hablar de un "algo", esto puede ser desde un proceso nuevo, una idea, una tecnología y demás. Además, no tiene que ser algo 100% nuevo. Por ejemplo, una empresa que nunca ha usado algo diferente a sumas en un papel y se le introduce un ábaco (o una

calculadora, o un computador) puede estar innovando si el uso de la misma le genera un retorno positivo, como una utilidad financiera.

Basado en la anterior definición y comentarios, la innovación está al alcance de cualquier empresa.

Además, no necesariamente es sinónimo de grandes inversiones de dinero. De hecho, con pequeños cambios que cuestan poco o nada, se puede estar eventualmente realizando innovación.

Como ya dije, la innovación no puede ser pensada como una moda o tendencia. Lo ideal y recomendable, es que la innovación se entienda como un proceso, algo constante y que permitirá a la empresa seguir innovando de manera permanente. Debemos llegar al punto de pensar en la innovación, como parte de la cultura organizacio-

nal, de la definición de la empresa y del día a día. Uno de los errores que cometen empresas que desean innovar, es que lo hacen de manera esporádica.

Por ejemplo, sus directivas deciden que cada 5, 10 años o más, deben innovar en su imagen corporativa y productos, momento en el cual contratan a un grupo de expertos para que "refresquen" los mismos. Es posible que si estos cambios generan retornos positivos, los podamos considerar innovación, pero está lejos de ser un escenario ideal.

Para contrarrestar el escenario anterior, la empresa debe promover espacios para que la innovación se presente. Lo más sencillos, es mostrarle a los empleados que la empresa (y sus directivas) tienen las puertas abiertas todos los días del año, para escuchar acerca de cambios y mejoras. Además, este

convencimiento debe ser muy sincero y dejando claro que no hay temas tabú.

Otro elemento que ayudará a que la innovación prospere es que no se tenga miedo al cambio. Usualmente las empresas grandes, pesadas y antiguas, son las más difíciles para crear innovación, ya que sus funcionarios luchan por mantener el status quo. La innovación en estos lugares difícilmente despegan, por lo cual se deben encontrar soluciones dónde el status quo deje de ser una amenaza.

El fondo de todos estos problemas, está en temas organizacionales, culturales y ante todo, de percepción humana. La solución está en trabajar de la mano con las personas, mostrarles que la empresa está cambiando y que su apoyo es necesario para lograr estos cambios. Puede que tome tiempo, pero esta es la ruta más corta.