

## Buscando las condiciones para innovar II

En el artículo anterior inicié esta serie dónde se busca explorar los elementos para facilitar la innovación en las organizaciones. Inicié con una definición de lo que es innovación y su relación con las empresas, así como con algunos elementos de apertura e inclusión que deben tener las empresas. A continuación otros elementos que deben tomar en cuenta las empresas en este proceso.

En la innovación, las personas tienen un papel de primer orden y esto debe entenderlo las empresas. La innovación no es solo para la alta gerencia y eventualmente los mandos medios, sino para toda la empresa e incluso su entorno. Con esto en mente, la empresa debe crear espacios, formales e informales, para que todas las empresas se acerquen con ideas de cómo se puede innovar.

Hay empresas que han creado unidades de innovación, pero he visto como muchas fracasan por su falta de apoyo. Aunque

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ  
DIRECTOR CONSULTORÍAS 360°



muchas empresas las crean como una necesidad, se ve cómo las mismas tienen un rango de acción limitado.

Para que funcionen deben tener varios elementos. Primero, deben contar con gran importancia en las empresas, incluyendo una voz de mando. Segundo, que cuentan con el apoyo incondicional y real de las directivas más altas. Como es una unidad transversal a toda la empresa, no puede trabajar aislada, sino en constante comunicación con las unidades que se mencionaron anteriormente.

Una unidad de innovación, formal o informal, debe abrir espacios para que las ideas fluyan. De entrada, esto puede implicar

que se creen espacios periódicos dónde se pida a los empleados a todo nivel, ideas y propuestas para mejorar la empresa. Estas ideas deberían ir desde la creación de productos, a la forma como se trabaja, pasando por otros elementos importantes, como lo son el servicio al cliente y la satisfacción del cliente.

Usualmente la mayor fuente de inspiración a la hora de innovar, viene de ideas dentro de la empresa. Desde hace ya más de una década, hay organizaciones que innovan al revés (o en una mezcla), con ideas que vienen de afuera. Este tipo de innovación, conocida como innovación abierta, permite que personas externas a la organización provean ideas para innovar. Aunque este ejercicio se puede hacer de manera formal con comunidades universitarias, investigativas y de internet, entre otros, se puede hacer de otras maneras.

Una forma muy sencilla de obtener ideas para innovar, es in-

vitando y escuchando a los clientes de manera permanente. Muchos clientes desean que las empresas a las cuáles les compran productos mejoren en ciertos aspectos, pero rara vez encuentran los canales o la atención para lograrlos.

Ese cliente que tuvo un problema con nuestra empresa puede tener la clave para el siguiente gran cambio. Como empresa debemos abrir canales para esto y lo bueno es que existen muchas herramientas, como las redes sociales.

Otro error común de muchas empresas, es que se limitan a innovar exclusivamente en sus productos. Aunque esto es válido y es bueno innovar en productos, las empresas deben buscar innovación en otras áreas. Por ejemplo, uno de los retos más grandes se encuentra en la innovación en servicio al cliente, otro punto dónde debemos crear espacios para innovar a lo largo y ancho de la organización. Final-

mente, nunca se sabe quien o quienes tienen la idea que se puede convertir en la siguiente gran innovación. Puede ser un gerente, pero también puede ser un empleado de nivel medio o bajo, un cliente, un proveedor o incluso un competidor. Las empresas deben no solo abrir las puertas para escuchar a todo el mundo, sino que deben estar muy pendientes de lo que está sucediendo en el entorno, con la competencia y en otros países. La inspiración puede venir de cualquier lado.

Espero que los elementos tratados en estos artículos ayuden a crear políticas de innovación en su organización y que las mismas sirvan para una organización innovadora y líder. Cualquier organización, sin importar tamaño o presupuesto puede ser innovadora, pero para lograr los máximos beneficios debe pensar en estos elementos como parte de una estrategia, un proceso y una cultura empresarial.