



MITOS DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

EN LAS EMPRESAS EXISTEN MUCHAS CREENCIAS SOBRE LA INNOVACIÓN y cómo desarrollarla en la organización, que muchas veces se transforman en sus principales inhibidoras. En este artículo, analizamos cinco mitos que afectan negativamente la sana evolución al interior de las compañías.

Por: Aurys Consulting*

Innovación. Sin lugar a dudas es uno de los conceptos de management más conversado, difundido y utilizado, pero también es uno de los menos entendidos y mal interpretados. Hoy en día muchas empresas están avanzando en incorporar prácticas, procesos, áreas y herramientas que le permitan ser más innovadoras y mejorar sus resultados de negocio.

En Aurys Consulting, a través de nuestra experiencia trabajando en diferentes sectores en Chile, hemos observado cómo se han incorporado y compartido entre empresas innumerables creencias respecto de la innovación, lo cual en vez de facilitarla, produce un efecto negativo, instalando inhibidores que la dificultan o bien la detienen, deteriorando resultados y finalmente desmotivando a las personas.

De estos mitos y creencias, destacamos cinco de ellos, sobre los cuales se debe poner especial atención:

Mito 1: "La innovación es un proceso independiente y aislado"

Muchas organizaciones creen que para dar espacio a la innovación, ésta

debe ser un proceso independiente y con muy pocas conexiones con el negocio tradicional. La realidad de muchas empresas exitosas y reconocidas como innovadoras –como por ejemplo, Amazon, Nintendo y Samsung– está en el convencimiento de que la innovación está inserta en todos los procesos de negocio, se vive día a día y mantiene un vínculo estrecho con el negocio tradicional. Al contrario de la creencia, la innovación no se puede desarrollar de manera independiente o poco relacionada con el negocio tradicional, por el contrario, debe estar totalmente subordinada a la estrategia corporativa y los procesos centrales del negocio. Si la estrategia de una compañía no es lo suficientemente ambiciosa y desafiante, la innovación no tendrá ningún espacio y los esfuerzos se desarrollarán sin el "sponsorship" ni los recursos necesarios. Por otro lado, si la innovación no se integra a los procesos "core", como los comerciales y operacionales, se perderán oportunidades de enriquecimiento como también de apropiación de actores claves en su proceso de desarrollo e implementación, tales como captación

de insights de mercado, sinergias operativas, temas logísticos, relaciones con la red de valor, etcétera. Una gran parte de las innovaciones fracasa, no por debilidad de las ideas o mal desarrollo, sino por deficiencias en su ejecución e integración con el negocio tradicional.

Mito 2: "La innovación es aleatoria"

Si bien los resultados de la innovación no son predecibles y son de esencia probabilística, eso no quiere decir que se logren de manera azarosa. La innovación debe ser considerada como una disciplina y como tal puede ser adquirida, es medible y gestionable en todos sus componentes. La aplicación rigurosa de un método, la ejecución de un proceso estructurado, la asignación eficiente y fundamentada de recursos, entre otros, permiten a las empresas innovadoras hasta triplicar la tasa de éxito de innovación y multiplicar la cantidad y tamaño de las innovaciones. El hecho de aplicar indiscriminadamente la innovación es lo que hace que múltiples empresas obtengan resultados de manera aleatoria y malgasten recursos innecesariamente.

Nuestra experiencia en Aurys nos demuestra que los incentivos monetarios pueden ser muy útiles para actividades rutinarias, pero son usualmente secundarios para procesos tan desafiantes como los de innovación.

Mito 3: “Para innovar, basta con ser creativos”

La mayoría de personas asocian la innovación con la creatividad. Es así como las empresas hacen importantes esfuerzos para fomentar y desarrollar la creatividad en sus colaboradores con miras a generar más innovación en la organización.

Desde el punto de vista de la innovación, la creatividad es un medio que ayuda a generar una mayor cantidad de ideas, las que en sí mismas están muy lejos aún de convertirse en innovaciones. En Aurys Consulting sabemos que la innovación no parte por buenas ideas... tiene su origen en problemas desafiantes o no evidentes.

Luego, la mayoría de las innovaciones fracasa no por una falta de ideas creativas, sino por la inexistencia de procesos de identificación de problemas y necesidades, de gestión de riesgo y de seguimiento cercano al desarrollo e implementación de las innovaciones. Las empresas innovadoras conocen a la perfección cuáles son los problemas no resueltos, ya sea de sus clientes actuales, potenciales o internos, y gestionan un portafolio de innovación conectado con las necesidades del negocio y una correcta asignación de recursos.

Mito 4: “Incentivos monetarios promueven la innovación”

Una preocupación importante de las empresas embarcadas en el proceso de innovación es cómo recompensar las ideas generadas por sus empleados.

En este sentido, muchas empresas intentan equivocadamente desarrollar complejos sistemas de recompensa basados en compensaciones monetarias, para asegurar un adecuado flujo de ideas y retribuir el esfuerzo necesario para su implementación. Nuestra experiencia en Aurys nos demuestra que los incentivos monetarios pueden ser muy útiles para actividades rutinarias, pero son usualmente secundarios para procesos tan desafiantes como los de innovación. Las personas pueden ser motivadas por múltiples factores, y los más potentes para la innovación radican en factores sociales como el reconocimiento, el status o bien el desafío de enfrentar una tarea compleja. El enfrentar el proceso de innovación es en sí misma una recompensa. Las compañías innovadoras enfatizan, por lo tanto, los aspectos sociales y dan espacio a sus empleados para enfrentar problemas complejos, en vez de recompensar materialmente.

Mito 5: “Las grandes innovaciones provienen de emprendedores y startups”

Afortunadamente para los emprendedores, muchas empresas están convencidas que deben dejar las innovaciones más disruptivas a los startups y centrarse más en la mejora y la innovación incremental. Sin embargo, la realidad nos demuestra que los mayores desafíos fueron, son y seguramente serán, resueltos por grandes empresas establecidas que cuentan con una visión clara, talentos, método

para innovar y recursos necesarios para enfrentarlos. Las empresas que logran sistemáticamente innovar, y que son responsables de las grandes innovaciones, entienden que juegan un rol fundamental en el mercado, tienen una visión futura, y conectan sus capacidades con las necesidades del mercado, anticipando las tendencias, siempre en búsqueda de mantener el liderazgo.

Lograr que una organización sea innovadora va mucho más allá de declararlo y requiere la instalación de una disciplina. En este proceso es sumamente importante definir y fundar los principios que van a regir la innovación en la empresa. Las experiencias demuestran que no existen verdades absolutas y muchas de las que se creían como tales pueden convertirse en verdaderas inhibidoras de la innovación.

Es importante por lo tanto que cada empresa y cada persona entiendan cuidadosamente cuáles son los desafíos particulares que debe enfrentar y pensar a conciencia cuál será su enfoque de innovación, evitando creencias existentes que inhiban sus resultados.

La innovación en Chile está disponible para todos, sólo debemos adquirir los conceptos correctos, la disciplina y generar los cambios necesarios que nos permitan continuar la senda del desarrollo de la innovación en Chile. 🇨🇱

*Aurys Consulting (www.aurys.cl), es una consultora en estrategia y gestión, que apoya a importantes empresas de Chile en solucionar sus grandes desafíos de negocio.