

## ¡Qué no muera la innovación!

*En la cultura de una empresa innovadora la innovación no nace con iniciativas aisladas, ni acaba porque ya no está el ejecutivo “intraemprendedor”, sino que está inserta en el quehacer cotidiano como una actitud que no muere nunca.*

**Por: Aurys Consulting para revista Energiminas, Perú.**

La innovación está de moda. Todas las empresas quieren ser tan innovadoras como Google, Apple, o Virgin. Ante esto, en Aurys Consulting hemos observado que muchas empresas se equivocan en el camino para incorporar la innovación como una práctica cotidiana, implementando iniciativas aisladas para lograr resultados rápidos. Una vez pasado el empuje inicial, se les quita la prioridad en pos de otras iniciativas y la innovación muere.

Creemos que el éxito de las compañías innovadoras radica en que han asumido el compromiso de trabajar diariamente en el logro de la excelencia en la innovación. Es decir, fomentan en sus equipos la actitud diaria para lograr hacer cada trabajo bien hecho y cumplir objetivos, pero a la vez desafiando los paradigmas imperantes, resolviendo sus problemas creativamente y generando nuevas propuestas en todos los ámbitos de gestión y operación, no sólo para nuevos productos o mercados.

Generar continuamente nuevo valor a través de la innovación nos permite mantenernos competitivos y crecer. Especialmente hoy, ante escenarios de alta competencia, costos altos e incertidumbre, mantener la actitud de innovación diaria y constante no es una opción: es una obligación. Esta actitud no muere porque una vez ya lo hicimos o porque lo intentamos y no resultó.

¿Cómo entonces se puede incorporar la innovación en la operación diaria de una empresa y fomentar una actitud innovadora en las personas? En Aurys creemos que existen cuatro prácticas clave para insertar la innovación en el quehacer cotidiano:

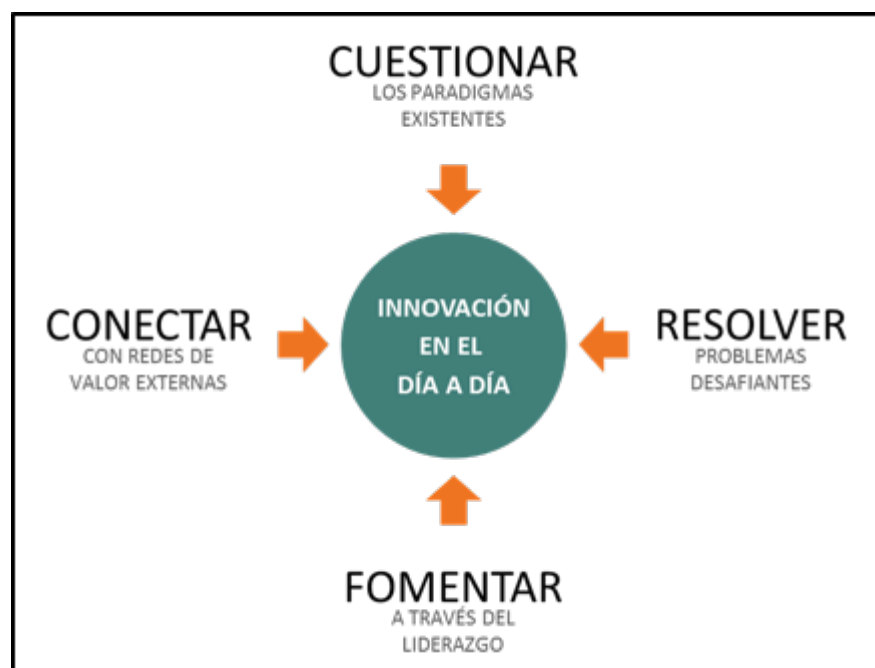
### **1. Cuestionar y romper paradigmas como un hábito del trabajo diario**

Para innovar se requiere una mente abierta y valentía para asumir el riesgo de salir de la llamada “zona de comodidad”. Para esto las personas deben cuestionar el status quo en cada ámbito de su gestión diaria y tener apertura a nuevas perspectivas. Así, podemos encontrar paradigmas para romper no sólo en productos y servicios, sino también en procesos operacionales, cadena de suministro, canales de distribución, gestión de proveedores, marca, compras y suministros, canales de atención y experiencia del cliente, etc. Una práctica útil es preguntar repetidamente ante un problema ¿por qué? y, evitar tener como respuesta expresiones como: “así lo hemos hecho siempre”.

Ejemplos de romper paradigmas hay muchos, como Uber, la compañía de taxis más grande del mundo, que no es dueña de los vehículos; o Disney, la empresa de entretenimiento familiar con 85 años de antigüedad, que se expande hacia China con su escuela de idiomas.

## 2. Resolver problemas desafiantes considerando distintas perspectivas

Basados en nuestra experiencia, sabemos que la innovación no parte por las ideas, sino que tiene su origen en problemas desafiantes y poco evidentes. Problemas en los procesos cotidianos o temas no resueltos de los clientes, son tierra fértil para desarrollar innovaciones.



La clave es identificar problemas. Hoy es natural que las organizaciones compartan valores, conductas y experiencias, lo que termina por mimetizar a las personas con un modelo existente. En este contexto, si todos pensamos parecido, veremos los problemas en forma parecida (si es que los identificamos) y muy probablemente encontraremos las mismas soluciones de siempre. Es por esto que es crucial contar con equipos de trabajo multidisciplinarios y fomentar deliberadamente en la empresa el desarrollo de diferentes perspectivas.

## 3. Fomentar la innovación a través del liderazgo

Las empresas que innovan en su día a día se caracterizan por tener una

estrategia desafiante y porque su equipo de liderazgo no solo valora y acepta la innovación, sino que apoya y busca implementar constantemente las ideas innovadoras que surgen en forma interna, contagiando con su actitud al resto de la organización. Sin embargo, la realidad es otra: diversas encuestas coinciden en que, aunque para el 98% de las empresas la innovación sea importante, sólo un 2% de ellas apoya explícitamente nuevas ideas de sus trabajadores. La innovación nace muerta si el equipo de líderes no está embarcado. Es crucial que los líderes inspiren y motiven a la organización con una visión ambiciosa y que empodere a las personas.

#### **4. Conectar y vincularse con el mundo externo**

Una actitud de cuestionamiento constante y de pensar en nuevas formas de hacer las cosas necesita nutrirse con conocimientos, tendencias y nuevas ideas desde fuera de la frontera de la empresa: proveedores, universidades, competidores y emprendedores, entre otros. Para esto, es necesario explorar, conectarse y vincularse con el mundo externo para desarrollar una red de valor que apalanque capacidades externas, incluyendo conocimiento, tecnología, procesos, etc.

Lograr la innovación va mucho más allá de declararlo o desearlo. Se debe balancear la búsqueda de resultados en el corto plazo con el compromiso de generar cambios a largo plazo. No es un aterrizaje, es despegar a un largo vuelo que requiere perseverancia, equipos de trabajo formados para aprender a resolver problemas y espacio para errar e incorporar nuevas perspectivas.

La innovación está en el día a día. Solo hay que encontrar y resolver los problemas desafiantes y no dejar que la innovación muera.

Para descargar PDF: [¡Qué no muera la innovación!\\_Aurys Consulting](#)