



Mitos de la innovación en las empresas

A través de nuestra experiencia, hemos observado cómo se han incorporado y compartido entre las empresas innumerables creencias respecto de la innovación, lo cual en vez de facilitarla, produce un efecto negativo, deteriorando resultados y finalmente desmotivando a las personas.

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 y herramientas que le permitan ser más innovadoras y mejorar sus resultados de negocio. Sin embargo, hemos observado la instauración de creencias o mitos en torno a este proceso y hemos visto cómo éstos pueden inhibir el desarrollo de innovación en las organizaciones.

Destacamos cinco de estos mitos, 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 gestionada por áreas aisladas y en un proceso independiente. Al contrario de la creencia y siguiendo el ejemplo de empresas exitosas, la innovación 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 para su desarrollo, tales como captación de insights de mercado, sinergias operativas, relaciones con la red de valor, etc.

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. Ésta 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 la innovación sin método es lo que hace que múltiples empresas obtengan resultados de manera aleatoria y malgasten recursos innecesariamente.

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 de sus clientes, ya sea actuales, potenciales o internos, y desde ahí, gestionan un portafolio de innovación.

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 cumplir objetivos de innovación. El enfrentar un proceso de innovación es en sí mismo una recompensa. Las compañías innovadoras enfatizan por lo tanto, los aspectos sociales, reconocimiento 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. Requiere la instalación de una disciplina. Este proceso se inicia al definir cuáles son los desafíos que como empresa se quieren enfrentar y cuál será su enfoque de innovación, evitando que creencias existentes que inhiban sus resultados.