



knowsquare .

JORGE BURGOS

26 DE FEBRERO DE 2013

MITOS DE LA INNOVACIÓN

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

En pleno siglo XXI, el siglo que debería ser el de la generalización de la innovación como disciplina de gestión en la empresa, todavía existen una importante cantidad de mitos sobre los que sería bueno para todos que empezáramos a desmontarlos. Por ejemplo, todavía hay gente que piensa que la innovación viene de la inspiración que se produce cuando te cae una manzana en la cabeza. O que la gente que se dedica a esto son lobos solitarios, cajas negras *ingestionables* que trabajan de manera aislada. Puede que haya sido en algún momento bueno creer este tipo de cosas para que los conceptos de innovación se fijaran en el cerebro de las personas, pero mantener este tipo de creencias es como creer en los magos. Los de Harry Potter, me refiero. En este artículo desgranaré 7 de los principales y más comunes mitos sobre innovación.

Mito Número 1. La inspiración llega de repente.

Todo el mundo ha oído hablar sobre la historia de Newton y la manzana, o la historia de Arquímedes en la bañera como ejemplos de brillante inspiración que llega de repente. Pero la realidad es que los “momentos eureka” no llegan así como así. Las musas no existen, lo que existe es el trabajo duro, una cantidad importante de inspiración, investigación, generación de ideas y vuelta a empezar antes de que llegue ese momento. Es necesaria mucha implementación, prueba y error antes de convertir una invención brillante en una solución innovadora que pueda ser adoptada por nuestros clientes internos o externos.

Mito Número 2. Las ideas innovadoras deben ser rompedoras.

Si analizamos la historia de las empresas de éxito nos daremos cuenta que detrás de su gran idea había muchas otras empresas, muchos otros competidores que tuvieron la misma idea. Por ejemplo, Henry Ford no era el único que estaba en el negocio de los coches, ni Apple era el único que estaba en el negocio de los reproductores de música. La diferencia, reside en su capacidad de ejecución y en centrarse en lo que de verdad interesa a los clientes. De ahí, que se repita hasta la saciedad que el mayor activo que tienen las empresas es tener una idea clara de las necesidades de los clientes y estudiar sus problemas, sus frustraciones. Hay que preocuparse sobre las ideas que solucionan los problemas de los clientes o que resuelven las quejas que tienen de nuestros competidores.

Mito 3. La innovación es cosa de productos.

Nope. Negativo. Mentira. Falso. Hay muchos tipos de innovación: de servicios, de modelos de negocio, de diseño, de experiencias, etc. Especialmente las PYMES deben tener claro esto porque si solo se circunscriben al desarrollo de nuevos productos, su capacidad de innovación y, por consiguiente, su capacidad de tener éxito se verá muy limitada. Hay que fijarse en cómo innovar en los procesos que tenemos en nuestros negocios, o en cómo modificar el servicio que damos a los clientes, en actualizar el modelo de negocio, en modificar la manera en la que empaquetamos la tentación o incluso en cambiar nuestros canales de distribución.

Mito 4. La Innovación es cosa de tipos solitarios.

El cine y algunas historias del pasado nos han dado la imagen romántica de la gente que se dedica a innovar como la de unos incomprendidos que trabajan solos en busca de la gran idea. Nada más lejos de la realidad: la innovación es un deporte de equipo, de colaboración, de pedir ayuda, de crear en equipo y desarrollar en equipo. Hasta los más grandes ejemplos de innovadores tenían un equipo potente por detrás: Edison, Bell, Torres Quevedo. Con un equipo potente detrás, donde nos rodeemos de perfiles complementarios y, sobre todo, motivados, tendremos muchas más oportunidades de tener éxito en nuestras iniciativas de innovación

Mito 5: Hay que hacer las cosas muy rápido.

Vamos a ver, una cosa es que no hay que sentarse encima de los papeles, algo muy español. Y otra que asumamos como ley que la velocidad de llegada al mercado es determinante para el éxito. Sobre este tema hay que tener en cuenta otros aspectos. Por ejemplo, que las mayores innovaciones han tardado en llegar casi 20 años al mercado. Y segundo, que muchas veces, a los pioneros se los comen los indios. No hace falta correr mucho. La diferencia entre un abanderado y un tonto con bandera es la distancia que le separa del grupo. La innovación tiene que ver sobre todo con valor (de valoración y de coraje), y la velocidad de creación de valor es solo un componente. A menudo, hay que gastar más tiempo en el acceso al valor (es decir, hacer fácil a la gente el poder acceder a la innovación) y a la venta del valor (es decir, explicar el valor de la innovación), de cara a obtener éxito.

Mito 6. La innovación es un deporte de Riesgo para MI negocio.

Pues es verdad... al 50%. Obviamente las innovaciones, los proyectos de innovación pueden ser un coste para una empresa, y un fallido en un gran proyecto puede literalmente matar a la empresa. En esos casos, no hay margen para el error. Por otra parte, miremos la alternativa, ¿qué hacemos? ¿Quedarnos parados y sin hacer nada mientras nuestros competidores mueven ficha? Dice la novela "El gatopardo" que algo tiene que cambiar para que todo siga igual. Lo que tiene que hacer la empresa es adecuar el riesgo y para ello, puede adoptar una aproximación de portfolio de proyectos de innovación. Un inversor de *Venture Capital* sabe que aproximadamente, 1 de cada 10 inversiones tiene éxito, pero él no sabe cuál es. Por eso, va incrementando su participación a medida que los proyectos van tomando forma y van siendo cada vez más prometedores. Esta estrategia puede ser igualmente válida para una empresa, de manera que puede minimizar los riesgos al tiempo que va invirtiendo en proyectos innovadores prometedores.

Mito 7. No puedo permitirme la innovación.

Muy común además en épocas de crisis. Si pensamos que las pequeñas empresas no tienen los recursos, económicos y humanos, para innovar estamos cayendo en una pésima idea de lo que es la innovación. La innovación no tiene porqué ser disruptiva ni tiene que ser una iniciativa que cambie las reglas del juego de nuestro negocio. Una empresa debe perseguir la innovación incremental como una manera de crecer sin tener que tomar riesgos innecesarios. De hecho, cuando hay restricciones económicas y de recursos humanos es cuando se puede ser más creativo. Además, hoy en día, la innovación puede externalizarse, puede buscarse en universidades, hacer *crowdsourcing* o realizarla con otras empresas de manera conjunta para compartir inversión y gasto. Hay múltiples soluciones. Todo, antes de decir que no es posible.

Como ven, estos 7 mitos son lugares comunes en los que algunos de ustedes seguramente ya habrán estado. La buena noticia debe ser que cada vez haya más gente que haya estado allí para saber que sólo son eso: mitos.

© Jorge Burgos
© Know Square S.L.