

Generación de la cultura de la innovación a través de un enfoque sistémico

Algunas organizaciones empiezan a darse cuenta de que "hacer lo de siempre como siempre" ya no genera valor como antes, y de que es preciso invertir en innovación. Siempre y cuando la innovación apunte a todos y cada uno de los entresijos de la organización... Descubra el error de la visión monodimensional.

27 de marzo de 2007

Para muchas organizaciones el enfoque a **generar innovación de forma sistemática** empieza a ser clave para sus estrategias de crecimiento, de incremento de valor para el cliente o sencillamente para su supervivencia.

Ahora que algunas organizaciones pretenden dar pasos más sólidos en innovación, les estamos confundiendo con el grave riesgo de generar una frustración por fracaso en el enfoque que se añade a la propia incertidumbre y dificultad de innovar con resultados y rentabilidad.

Más de una organización ha creado o reforzado Departamentos de Ingeniería, de Investigación y de Desarrollo, han trabajado los procesos de innovación, han recibido cursos de creatividad, subvenciones y han trabajado con centros tecnológicos... pero los resultados obtenidos en un plazo medio no han sido los esperados. ¿Por qué?

Abundan los enfoques parciales acertados para afrontar la innovación con resultados, entre los que destacaría los enfoques de marketing, estrategia y plan de innovación, creatividad, valores-capacidades-personas, procesos, vigilancia, organización y tecnología.

Todos los enfoques parciales están en lo cierto y tienen sus razones, que comparto plenamente, pero a la vez todos están equivocados por omisiones de otros enfoques complementarios diferentes y por abuso monodimensional.

No creo en los enfoques parciales porque la **innovación es diversa**, hay muchos tipos de innovación y de diverso nivel. Los remedios monodimensionales aun siendo acertados en su mayoría los he visto fracasar pese a que llevamos años preconizando un enfoque sistémico pero que el gobierno no lo aborda en serio y pocas veces lo llevamos a cabo en serio en nuestras organizaciones.

Generar innovación de forma sistemática exige cambios que van más allá del I+D+i y estos cambios no deben enviar mensajes contradictorios u opuestos entre sí a las personas. No podemos dejar fuera a los departamentos comerciales, financieros, producción, ingeniería, RRHH... como se viene haciendo. **Todos somos necesarios** para causar innovación.

Una empresa innovadora se lidera y gestiona de otra manera y sus políticas comerciales, sus políticas de I+D, sus políticas de innovación, sus políticas de RRHH, sus políticas de compras, sus políticas de alianzas, sus políticas de vigilancia y sus políticas financieras están alineadas a causar innovación como un todo único, sin esquizofrenias causadas por enfoques monodimensionales.

Muchos de los casos más conocidos de innovación han sido multidimensionales porque la innovación tiene su dimensión estratégica, marketiniana, humanística, organizativa, de procesos, tecnológica.... pero no sólo monodimensión estratégica, no sólo monodimensión marketiniana, no sólo monodimensión humanística, no sólo monodimensión organizativa, no sólo monodimensión de procesos, no sólo monodimensión tecnológica, etc...

Podemos generar una cultura de la innovación si tenemos resultados y éxitos compartidos de innovación, pero no llegarán si utilizamos enfoques parciales.

Ya es hora de que empecemos a innovar en la forma de abordar la innovación.

Tomas Elorriaga

Director del Área de Innovación BANPRO

tomas@banpro.es

www.banpro.es