

La quinta pata de la innovación

4 de Octubre de 2011



Lluís Navarro

lnavarro@navarroconsultores.com

Artículo

No hace mucho leí en alguna parte que los progresos en tecnología y comunicación, en su sentido más amplio, habían hecho avanzar al mundo más deprisa que la propia mentalidad o madurez del ser humano para utilizarlos adecuadamente y controlarlos. Si eso es así, parece evidente que están en cierto peligro la estabilidad, el bienestar y el desarrollo sostenible de la humanidad, si no hacemos algo para evitarlo. Y ese algo sólo puede ser la educación, la cultura y la formación en valores como el respeto, la tolerancia, la cooperación y la solidaridad de modo que los intereses materiales a corto dejen de dirigir las decisiones de personas, grupos, empresas y administraciones.

No pude evitar trasladar inmediatamente ese pensamiento a la empresa. Se están produciendo en el entorno empresarial cambios de gran trascendencia como la globalización, la fabricación de productos cada vez más parecidos entre sí, una rentabilidad cada vez más reducida, el padecimiento de crisis económicas y financieras tan duras y largas como incomprensibles, la necesidad de entenderse y colaborar con quien hasta hace poco considerábamos adversarios, el tener que salir a vender a mercados lejanos a los que no hace mucho ni se nos habría ocurrido acercarnos, nuevos canales de comunicación, la irrupción de los mercados on line, etc..

¿Estamos los profesionales y los directivos preparados para conducir nuestras empresas en este nuevo entorno? ¿Hemos evolucionado y nos hemos actualizado al mismo ritmo que la realidad?

Nadie puede negar que en los últimos 50 años hemos avanzado y estamos de alguna manera inmersos en un proceso que genéricamente llamamos INNOVACIÓN, sin duda para intentar adaptar nuestras empresas a esa nueva situación real. Dicho proceso se apoya en una serie de patas:

La **PRIMERA PATA DE LA INNOVACIÓN**, pudimos verla con el cambio de enfoque experimentado por la empresa: de la producción, al cliente. En vez de obligar al cliente a que comprara lo que se fabricaba, se empezó a estudiar y averiguar lo que el cliente necesitaba.

LA **SEGUNDA PATA DE LA INNOVACIÓN** es la incorporación a los procesos productivos, administrativos y de otras áreas de la empresa de los resultados de una actividad de I + D + I que ha demostrado su aplicabilidad a empresas de todos los tamaños, y su eficacia para aportar productividad y rentabilidad.

LA **TERCERA PATA DE LA INNOVACIÓN** ha consistido en comprender que la innovación no consistía sólo en incorporar tecnología, maquinaria e informática, sino también en cambiar procesos y procedimientos de trabajo, escribiendo protocolos de funcionamiento que aportaran coherencia, aumentando la eficiencia en todo tipo de tareas.

LA **CUARTA PATA DE LA INNOVACIÓN** consiste en la integración de ciertas funciones de la empresa que hasta ahora han sido independientes las unas de las otras, cuando no antagónicas. Nos referimos por una parte a la integración de la función de marketing con la función de ventas; al mismo tiempo que integramos lo que hasta ahora llamábamos el marketing off line o tradicional, con el marketing on line o digital. No hay dos "marketings" distintos, de la misma manera que no podemos mantener disociadas las ventas del marketing. Las tres cosas son un todo único, que debe tratarse con coherencia interna, con objetivos finales comunes y con acciones coordinadas; es decir con un planteamiento estratégico.

Puede que estas cuatro patas de la innovación hayan ido apareciendo en momentos históricos diferentes y consecutivos; pero en absoluto las posteriores han ido sustituyendo a las anteriores. Lo que queremos decir es que la innovación es una mentalidad, una forma de trabajar que abarca todas y cada una de estas cuatro patas. Necesitamos seguir inventando nuevos productos y servicios totalmente orientados al cliente; necesitamos inventiva para incorporar a nuestra empresa toda la tecnología disponible que nos vaya a ser útil; necesitamos inventar y cambiar procedimientos y procesos de trabajo; y necesitamos inventar cómo vamos a integrar en nuestra empresa las ventas con el marketing tradicional y también con el digital.

Lo que estamos diciendo es que para sobrevivir, la empresa tiene que estar REINVENTÁNDOSE de modo permanente, ahora y siempre.

Y aquí es donde aparece la **QUINTA PATA DE LA INNOVACIÓN**.

¿Estamos los profesionales y los directivos preparados para conducir nuestras empresas en este nuevo entorno? ¿Hemos evolucionado y nos hemos actualizado al mismo ritmo que la realidad?

Innovar no es sólo, como ya hemos explicado, incorporar tecnología, y ni siquiera reinventar la empresa de modo permanente.

La Innovación de la empresa pasa por la actualización de sus profesionales y directivos. Actualizarse significa capacitarse de modo continuo; tener la mente abierta a lo nuevo, otear de modo permanente el horizonte, escuchar a los colaboradores, desarrollar y ejercitar mentalidad de cambio, aceptar que podemos aprender, acudir a foros de discusión con colegas y otros profesionales, asistir a cursos, pensar, no conformarse con lo de siempre, aunque otrora nos funcionara aparentemente bien...

Ni la crisis, ni la escasez de medios, ni la falta de tiempo pueden ser excusas para dejar de formarse. Quien no se forme hoy no estará preparado mañana. Y quien no esté preparado mañana ya habrá llegado tarde cuando quiera darse cuenta.

Sin innovación no hay futuro para nuestras empresas; y sin actualización o puesta al día de los profesionales y directivos, falta la quinta pata por lo que no hay verdadera innovación. Puede parecer que la hay, pero nada es útil de verdad si no puede ser dirigido y controlado. Tengámoslo claro: luchar contra la crisis consiste en gran medida en prepararse para el futuro.

Sobre la empresa

Navarro consultores es una empresa de consultoría especializada en las áreas de **Dirección General y Comercial**, dedicada a asesorar y trabajar con las empresas para mejorar su desempeño, obtener resultados y generar beneficios.

Para contactar con **Navarro consultores**:

Dirección postal:

C./ Pintor Sorolla, 19, 6º, 11ª.
46002 Valencia (Valencia - España).

Teléfono: 96 353 03 28

Fax: 96 353 07 41

Correo electrónico:

navarroconsultores@navarroconsultores.com

Sitio Web:

<http://www.navarroconsultores.com>