

INNOVACION

La innovación se encuentra ligada directamente a las necesidades y por ende a los deseos, ya que estos se ven satisfechos de diferentes maneras para cada individuo, eso es lo que genera la demanda.

Tildábamos a los japoneses de ser muy copiones, y ahora también decimos lo mismo de los chinos. Pero hoy en día todos nos hemos convertidos en imitadores, la diferencia es está en saber imitar e imitar a los mejores para superarlos. Los libros de éxito son normalmente pequeños tips de éxito. Verdaderas biblias con la más amplia gama de mejores prácticas de empresas que han triunfado. Las biografías de grandes directivos se convierten en los nuevos manuales de negocios. La consigna es hacerlo como lo han hecho los mejores del mundo.

¿Qué es Innovación?

La siguiente formula sugiere la respuesta:

Ideas x Valor = Resultados

Ideas

Para innovar es necesario tener ideas. Estas ideas se consiguen dándole participación a la gente o al grupo de trabajo para que las proponga (programa colaborativo), o también montando un esquema de observación de lo que los demás innovan con un grupo de exploradores u observadores. En general, podríamos resumir señalando que la generación de ideas requiere una cierta metodología a la hora de explorar el mercado, tanto a nivel local como a nivel global. Esta estrategia es la más sencilla, porque hoy en día podemos hacerlo cómodamente desde nuestra oficina y con solo dos herramientas: internet y el idioma inglés.

Valor

Las ideas deben ser convertidas en valor. No sirve de nada que un emprendedor o en una empresa se generen muchas ideas si no son analizadas desde el punto de vista del valor que le da el cliente al producto/servicio. Es ahí donde comienza realmente el proceso de innovar. En este sentido, es innovación lo que el mercado acepta y en consecuencia el cliente decide consumir. El análisis del valor de nuestros productos y de los de la competencia, es un tema esencial en innovación. Antes era de valor algo que simplemente funcionaba. Hoy los aspectos funcionales son una condición necesaria, pero no suficiente. Por ello, las grandes empresas de innovación actualmente juegan con los análisis etnográficos, antropológicos y sociológicos de los clientes, porque es fundamental

observar cómo actúan, cuáles son sus necesidades y anhelos, para poder proponerles el valor que querrán comprar.

Resultados

¿De qué sirve una gran idea o un gran valor si no obtenemos resultados? Sin resultados económicos, simplemente, no podemos mantener ese ciclo constante de la innovación, de generar nuevas ideas, para obtener a su vez nuevos resultados. Es el combustible que hace funcionar el motor de la innovación.