ANÁLISIS

Creación de cultura de innovación en las organizaciones

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES
CONSULTOR EN INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

En este artículo se abordará un tema vital para las organizaciones y que se ha mencionado someramente en los anteriores escritos de esta serie sobre innovación empresarial. Este tema es el entender de la innovación empresarial como parte de la cultura de las organizaciones y no abordarlo como un tema puntual o esporádico. Grandes empresas a nivel mundial, de las cuáles recibimos noticias permanentemente, han demostrado las ventajas de la innovación constante como parte de su cultura y muestran la ruta que se debería seguir.

Antes de continuar, es importante recordar que la innovación empresarial es un tema que se encuentra disponible para todo tipo de empresa. No importa su tamaño, tiempo de existencia, capital, niveles de ventas o utilidades. Cualquier empresa que lo desee podrá innovar, con elementos sencillos como el cambio de imagen corporativa o diseño de los empaques de los productos a elementos más complejos, como el desarrollo de un nuevo producto.

Con la anterior definición como base, es usual encontrar en la empresa colombiana y latinoamericana rasgos de innovación esporádica. De una u otra forma, las empresas innovan. Sin embargo, esto no es del todo una buena noticia, pues la innovación se puede definir como accidental y esporádica. Por ejemplo, es usual encontrar que las empresas lanzan productos cada cierto tiempo, al igual que añaden nuevos elementos para poder seguir compitiendo en el mercado. El problema está en que esto usualmente no se entiende como innovación y se realiza una vez cada dos o más años.

Las empresas innovadoras comparten una característica que debemos tomar muy en cuenta y es lo que las diferencia de las demás. Estas compañías son innovadoras proactivas, donde constantemente están pensando cómo se puede innovar. Es decir, parte del día a día de sus empleados es dedicado a pensar en nuevas formas de hacer las cosas, en creación de nuevos productos y, en fin, en formas de añadir valor innovador a las empresas. Esto contrasta con muchas de las organizaciones de nuestro entorno, que son reactivas a la innovación y solo lo hacen cuando se ven obligada a hacerlo para sobrevivir.

En nuestro mercado estamos llenos de empresas seguidoras. Incluso, muchas de ellas que se pueden considerar líderes, con altas ganancias y referentes de la industria, son seguidoras e innovadoras esporádicas, una mentalidad que para lograr potencializar las organizaciones debe ser modificada. Innovar conlleva hacer cambios y las estructuras empresariales que usualmente son rígidas no permitirán esto con facilidad. **Nicolás Maquiavelo** hace 500 años detectó esto en su obra El Príncipe: "el innovador tiene como enemigos a todos aquellos que han prosperado en la vieja situación". En otras palabras, crear una cultura de innovación puede ser complicada, pues dentro de una organización las personas lucharan para que se mantenga el Statu Quo.

GOOGLE TIENE POR POLÍTICA DARLES 20% DEL TIEMPO DE TRABAJO A SUS EMPLEADOS PARA QUE LO DESTINEN EN LO QUE DESEEN.

Para lograr el éxito al innovar y volver este elemento parte de la Cultura Organizacional se deben tener dos elementos adicionales. Primero el convencimiento de las directivas, de que esto es algo que va a ser positivo para la organización. Si el gerente o presidente no está convencido de esta situación, es poco lo que la organización logrará. Segundo, definir dentro de la estrategia corporativa la importancia de la innovación. Con esto se espera que la empresa cree espacios para el cambio, para que los empleados sean creativos y para que esto se pueda compartir con el resto de la organización.

Para finalizar, uno de los mejores ejemplos de cómo incluir cultura organizacional en la estrategia empresarial lo tiene el gigante *Google*. Esta empresa tiene por política darles el 20% del tiempo de trabajo a sus empleados para que trabajen en lo que deseen. Así han nacido proyectos muy exitosos como el sistema de correo Gmail. Este proyecto inicialmente no era parte de la visión de los ejecutivos de *Google*, sin embargo unos empleados, en su tiempo libre, pero pagado por la empresa, lo hicieron una realidad.