

LOS LÍMITES DE LA INNOVACIÓN

Escribir una nota con el presente título implica correr ciertos riesgos en los tiempos que vivimos. Todo indicaría que la realidad propicia lo contrario, que la innovación y creatividad no tienen límites, y que la única frontera es la que pone la mente, lo cual es cierto.

El punto es: ¿cómo debe funcionar el proceso innovador en la empresa? ¿Hasta dónde innovar es un valor absoluto en los negocios? ¿El solo hecho de hacerlo representa una ventaja por sí misma?

La experiencia diaria en las empresas muestra las virtudes de generar innovación, y los problemas de no poner algún límite ni filtros al proceso.

Quiero compartir algunas reflexiones sobre el tema.

- ▶▶ **El ambiente creativo:** la creatividad no es un asunto de genios. Lo podemos pensar como un músculo a entrenar, circuitos abandonados a recorrer y experimentar con ellos. Pero lo importante en la empresa es generar un ambiente creativo, un estado de ebullición interna que promueva lo diferente. De lo contrario, estaremos esperando algún mesías creativo. Lo que

Por Lic. Néstor Rabinovich
Consultor en ventas, marketing y
creatividad

rabinovichnestor@gmail.com
www.rabinovichasesor.com.ar



necesitamos es un conjunto abierto a nuevas visiones y modos de resolver problemas.

- ▶▶ **Innovar y ser rentables:** los recursos son escasos. La pasión por emprender y crear tiene que ser matizada con la relación costo/beneficio. Es lógico que de antemano no podamos saberlo, pero con la experiencia y el conocimiento que ella nos aporta, podremos ser más efectivos a la hora de promover lo novedoso.
- ▶▶ **Ser y parecer:** una cosa es ser innovador, otra querer parecerlo. Tengamos cuidado en esto.
- ▶▶ **Ir contra la corriente:** a veces la carrera por ser innovador se transforma en irracional y peligrosa para las arcas de la empresa. ¿Es necesario seguir la corriente? ¿Es el modo de crecer y diferenciarse? ¿Acaso hay otras opciones? Hay varios ejemplos donde lo innovador es ir contra la corriente, pero requiere animarse. Entre lo varios ejemplos,



tenemos hoy bares y restaurantes que ofrecen descuentos por el no uso de celulares. Están los que van contra la "onda *light*". El ingenio y la creatividad se asocian a veces en la capacidad para pensar distinto a lo que la corriente parece indicar.

- ▶ **El cliente pide:** siempre pide más. Ya sea descuentos, regalos, algo diferente, otro producto o servicio. Pero, ¿hay que seguirlo en sus pedidos? ¿innovar es satisfacerlo en cada cosa que solicita?, muchas empresas le preguntan al cliente. Quizás la virtud está en la habilidad para "espíarlo", qué hace, cómo lo hace, en qué medida lo que dice es coherente con lo que hace. Si

modifica sus hábitos de compra. Saber inferir sus necesidades latentes, para anticiparnos a su próxima elección, siempre dentro de lo que nos caracteriza como negocio, identidad e historia.

- ▶ **La empresa innovadora:** la mayor innovación está en la manera en que pensamos la empresa, la dirigimos, lideramos nuestra gente, abordamos la estrategia, fidelizamos talento, integramos la diversidad de visiones. Es el desafío del cual obtendremos los mejores resultados en el tiempo. Es el más difícil, porque requiere flexibilidad y adaptación interna. Es la clave para crecer. ■

