**Diez ideas acerca de *Cómo Innovar***

**La semana pasada, Marcelo Lasagna participó como expositor en un seminario sobre Competitividad Digital organizado por SERCOTEC para promover la innovación en la gestión de las micro y pequeñas empresas mediante las tecnologias de la información. En su presentación sobre Cómo Innovar, Lasagna expuso las siguientes 10 ideas:**

**Primera,** la innovación es explotar ideas que tienen éxito en el mercado. Son aquellas a la que los clientes le atribuyen valor. Ese valor viene definido, además, no sólo por las características funcionales del producto o servicio, sino por la percepción subjetiva que el cliente tiene de él. Los clientes cada vez se interesan más por los intangibles que ofrecen los nuevos productos o servicios.  
  
**Segunda,** la innovación no es una actividad discreta, sino un proceso continuo y sistemático. No se puede innovar un día y luego dejarla de lado. Ha de ser una actividad constante. Además ha de ser sistemática, Es decir, debe obedecer a una estrategia o a una carta de navegación flexible, que se adapte a los constantes cambios que se producen en el entorno. La innovación requiere de mucho trabajo, no sólo inspiración.  
  
**Tercera**, innovación no es tecnología. Esta forma parte de ella, pero no es la clave. La innovación es una actividad que desarrollan las personas en la empresa. Son ellas las que dominan el negocio, o partes de él, y las que tienen la clave para mejorarlo o reinventarlo.   
  
**Cuarta**, la innovación se genera dentro de la empresa, no viene del exterior. Muchas veces los departamentos de I`+D traen ideas de fuera de las empresas. Las más innovadoras hacen que las personas de dentro sean las creadoras de ideas. El benchmarking es sólo un ejercicio referencial, no para imitar lo realizado o para sustituir la capacidad creadora de la propia empresa.  
  
**Quinta**, la innovación requiere de creatividad. Las empresas deben confiar en la capacidad creativa de sus empleados . Con todo, no basta esa voluntad. Además se deben crear las condiciones que produzcan la creatividad. Muchas empresas innovadoras generan espacios para compartir ideas, brainstorming, comunidades de prácticas, etc. El ocio, dice un buen amigo, es un momento de creación. Razón tiene. Hacer jugar a los empleados con propósitos estratégicos y en un entorno laboral que garantice la belleza es una metodología que reporte muchos beneficios.  
  
**Sexta,** la innovación no son sólo ideas, se debe identificar el valor que aportan a los clientes. Para innovar se tiene que conocer qué piensan los clientes y cuáles son sus necesidades. La empresa debe motivar la discusión acerca de qué es el valor. Esto enriquece grandemente la relación con los clientes. Otra forma de conocer el valor que perciben los clientes es creando observatorios que analicen las necesidades de los clientes y escudriñen el mercado: en qué está la innovación, los competidores, los aliados, etc.  
  
**Séptima**, fomentar la curiosidad y la intuición en las personas. No sólo somos seres racionales. Tenemos una arraigada dimensión emocional e intuitiva. La empresa puede beneficiarse enormemente si consigue “explotarla” en sus empleados y alinearla con una estrategia del negocio.  
  
**Octava,** la organización se debe disponer para acoger la innovación y la creatividad. Para ello la empresa debe crear espacios para la colaboración. Las comunidades de prácticas y los blogs son espacios de colaboración y de intercambios. La innovación es exitosa en cuanto más ideas se expongan. La diversidad de ideas es el caldo de cultivo para la innovación. Estos espacios deben ser de hibridación, de pluralismo. Es decir, de personas con miradas diversas de las cosas.  
  
**Novena**, la empresa debe conectarse con fluidez a su ecosistema. La innovación requiere que la empresa esté bien vinculada a los clientes, proveedores, aliados y competidores. Saber escucharles es una práctica necesaria en el mundo de hoy.  
  
**Décima**, finalmente, la innovación exige una fuerte dosis de liderazgo. Pero no de un ejercicio del liderazgo cualquiera, sino de aquel que es facilitador de un proceso adaptativo. Pornerse al frente de un proceso innovador significa, por otro lado, desafiar el paradigma vigente, los supuestos sobre los que se funda el actual estado de cosas. Ya Pericles lo decía, “el secreto de la libertad es la Valentía”. Liderar para innovar requiere de mucho arrojo para resistir los vientos conservadores.

El artículo completo está publicado en uno de los blogs de Marcelo Lasagna: [El impacto de lo nuevo](http://innovidad.bligoo.com/content/view/83708/Como_innovar_10_ideas_para_discutir.html).

**-----------------------------------**  
**[AddThis Social Bookmark Button](http://www.addthis.com/bookmark.php)**