

Innovar como misión clave del directorio

Nuevas fortunas se forjan día a día en esta destrucción creativa, prevista por el economista Joseph Schumpeter hace casi 100 años iel primero en visualizar el emprendimiento como motor de la economía!

Gonzalo Jiménez 12 ENE 2021 08:05 PM

Cuesta poner en una misma frase directorio e innovación. Los directorios son órganos conservadores. Sus empresarios y profesionales tienen sus necesidades cubiertas y su patrimonio les da la oportunidad de mirar con distancia y tranquilidad; lo que los torna reacios a incomodarse. Nadie puede alejarse mucho del pensamiento grupal (GroupThink) sin generar anticuerpos en los colegas. Por ende, se anclan en soluciones, visiones de negocios y modelos mentales arraigados.

El mundo cambia aceleradamente y algunos actores están dándole sentido a la palabra innovación. La disrupción está a una “app” de distancia y los incumbentes apanicados, ven erosionada su prominencia a punta de clicks. Nuevas fortunas se forjan día a día en esta destrucción creativa, prevista por el economista Joseph Schumpeter hace casi 100 años iel primero en visualizar el emprendimiento como motor de la economía!

¿Rol de los directorios? Rayar la cancha a sus gerentes, definiendo cuál es el ámbito directivo y gerencial en lo que atañe a la innovación. Primero, la innovación en el core business debe estar a cargo de la gerencia y ésta debe incluirla en sus objetivos.

Segundo, la innovación adyacente es materia de colaboración entre ambos estamentos, y la organización debe aportar inputs, calle y know how; mientras al directorio le toca sumar perspectivas y experiencias más allá de la industria y redes externas. Tercero, la innovación transformacional es el desafío central defensivo o de crecimiento de los directorios estratégicos de hoy, y a ellos deben volcar sus recursos estratégicos trascendentes, visualizando los no clientes como fuentes de oportunidades y amenazas.

La clave está en los modelos mentales. El directorio es el que puede instalar nuevos criterios de toma de decisiones, reconocer como válidos los modelos de negocios emergentes y tiene la autoridad de validar a nuevos stakeholders y de articular las redes empresariales en tiempos de incertidumbre.

Los directorios tienen poder declarativo insoslayable para conjugar la palabra innovación como parte esencial de su misión de gobernar.

-El autor es CEO de Proteus Management & Governance y profesor de Ingeniería UC