



Gonzalo Jiménez

La Innovación sospecha de la estrategia

OPINIÓN Opinión Pulso Columnas 9 FEB 2021 06:04 PM

Mientras los gerentes están sumidos en las urgencias de la turbulenta gestión actual, son los directorios los que deben tomar la bandera de la innovación, la transformación y la aceleración.

No solo los virus mutan, también los problemas y las crisis. Ante el movimiento y transformación evidente, a los directorios no les puede bastar con navegar: deben innovar.

Abrirse a la innovación, implica salir de la peligrosa zona de confort que nos brindan las miradas tradicionales de la economía o la administración, centradas en las dinámicas de mercados existentes. La innovación constituye una disciplina distinta y novedosa que se pregunta cómo surgen nuevos modelos de negocios, organizaciones, industrias y/o instituciones; entendiendo los mercados como complejas redes de relaciones, logísticas y relatos. Por lo tanto, se trata de aprender a lidiar con la incomodidad de lo nuevo en permanente gestación colaborativa y por ende imposible de prever.

Por eso los directorios deben empezar a verse a sí mismos como redes sociales diversas, abiertas y fluidas; integrando tanto diversos bagajes como capacidades y perspectivas para acompañar y guiar esos movimientos. Lo suyo es un “soft power” declarativo que les permite redefinir las fronteras organizacionales para posicionarse en categorías emergentes. Esto les brinda no solo las herramientas para enfrentar huracanes, también les permite esparcir suavemente las semillas del conocimiento, valores y buenas prácticas, como hacen en la naturaleza los árboles decanos en bosques milenarios.

La innovación debe ser el pulmón de la estrategia, el viento que moviliza las aspas de los molinos y que hincha velas para hacer avanzar al barco. La estrategia solo vive si está en ajuste continuo. Consciente de los cambios, atentos a los grandes desafíos que les toca enfrentar y especialmente alertas para construir continuamente nuevas ventajas competitivas que hoy son solo temporales.

Innovar es sospechar de nuestra propia estrategia y es precisamente esa apertura la que posibilita que nuevas preguntas germinen en las conversaciones y en esa renovada intersubjetividad, co-crear inéditas oportunidades de negocios, en que inexplorados actores se perfilen como promisorios aliados.

Mientras los gerentes están sumidos en las urgencias de la turbulenta gestión actual, son los directorios los que deben tomar la bandera de la innovación, la transformación y la aceleración. ¿Cómo hacerlo? Conjugando tres pilares: oxigenar nuestros modelos mentales, repensar los modelos de negocios y atrevernos a explorar nuevos modelos organizacionales.

Que soplen todos los vientos, porque si la innovación nos guía, llegaremos a buen puerto.

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