

4 NACIDAS PARA INNOVAR

entrevista

Partiendo de la idea de que la innovación es la clave para mejorar la competitividad entre las organizaciones, las empresas consultoras deben ayudar, a través de su actividad, a generar creatividad en las organizaciones clientes para que, de esta forma, la innovación se convierta en una actividad empresarial permanente en el tiempo.



SABIN AZUA Socio Director de B+I Strategy

las empresas consultoras deben ser elementos de soporte en la generación de hojas de ruta para la permanente innovación

¿Es la innovación una moda pasajera?

A mi juicio, la innovación -la capacidad de diferenciarse frente a los competidores y ante los clientes- no es una moda pasajera, sino la esencia misma de la mejora de la competitividad de las organizaciones. En una época donde la globalización acerca el conocimiento y los mercados a todos los rincones del planeta, la capacidad de innovar, de añadir inteligencia a los productos y servicios, de aprovechar el talento de nuestra gente y de nuestros aliados (todo ello en el marco de un adecuado diseño estratégico de futuro) constituyen las únicas fuentes de ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

No obstante, tengo una enorme preocupación con la continua banalización y utilización sistemática del término aplicado a cualquier actividad empresarial. El efecto moda es positivo para fomentar la incorporación de innovaciones en las organizaciones, pero corre el riesgo de favorecer prácticas incorrectas en su aplicación.

¿Qué aporta la consultoría en esta materia a la empresa local?

Desde mi punto de vista el nuevo escenario competitivo genera una oportunidad enorme para las empresas de consultoría. Me parece que nos permite recuperar el sentido original con el que nacieron las consultoras -generación de conocimiento, identificación de modelos de apoyo a las empresas e instituciones, adaptación de esquemas y conocimientos de otras ciencias sociales, trabajo individualizado sobre retos y ventanas de oportunidad con los clientes- para apoyar a las empresas en sus procesos de transformación.

Pienso que las empresas consultoras deben ser elementos de soporte en la generación de hojas de ruta para la permanente innovación en las organizaciones, y deben provocar procesos de reflexión disruptiva y creativa en las organizaciones, generar métodos de transferencia y aprovechamiento de conocimiento (tanto de carácter interno como externo), diseñar estrategias y sistemas de gestión de la innovación, etc. En definitiva, las empresas consultoras deben ayudar a generar ▶

► contextos creativos en las organizaciones clientes para que la innovación sea una actividad ordinaria y no un hecho excepcional.

Por la experiencia de B+I Strategy ¿podemos decir que la empresa vasca es una empresa innovadora?

Yo no creo que se pueda decir con carácter general que la empresa vasca (o la de cualquier otro lugar del mundo) sea más o menos innovadora que otras. Entiendo que en nuestro país existen empresas y organizaciones fuertemente innovadoras que conviven con otras que no lo son tanto.

A pesar de ello, mi opinión personal es que en Euskadi se presentan condiciones para que la capacidad de diferenciación y el aprovechamiento del talento se den de forma natural. El ecosistema de innovación es potente: ha habido una apuesta por la generación de conocimiento, se ha establecido una adecuada colaboración público-privada, se está generando un movimiento por la innovación con fuerte compromiso político, empresarial, académico y social que impulsará el proceso, existe una buena base de cooperación internacional, hay muchas empresas fuertemente orientadas hacia las personas y que están satisfaciendo a los clientes más exigentes a nivel internacional, etc. Opino que podemos ser optimistas con relación a nuestro posicionamiento en cuanto a la innovación.

¿Qué pasos tendría que dar una empresa que quiere iniciarse en un proceso de innovación?

El primer paso es tener una estrategia empresarial de futuro clara y diferenciada, una hoja de ruta que dé sentido de dirección a la empresa. Además, es fundamental definir una política de innovación acompañada de un sistema de gestión que facilite el proceso de generación y aprovechamiento de ideas (tanto de carácter interno como externo). Por otra parte, es necesario establecer claramente los negocios innovadores en los que trabaja o quiere trabajar la empresa e identificar mecanismos orientados a desarrollar una capacidad de innovación constante, aprovechando las oportunidades del entorno competitivo y las capacidades de las personas de la organización.

¿Cuáles son los principales impedimentos que encuentran las empresas a la hora de innovar?

El proyecto de investigación que realizamos en B+I Strategy (La Cometa de la Innovación) reflejaba claramente que la presión del día a día y los resultados a corto plazo son los mayores impedimentos para innovar. También se destaca la excesiva focalización en reducción de costes y en eficiencia, la orientación interna (síndrome del "no inventado aquí"), la obsesión por seguir a la competencia, la dificultad de desaprender esquemas de éxito del pasado y una cultura que no favorece la creatividad ni permite errores. ■

HIZKUNTZA KUDEAKETA
ERAGINKORRA LORTZEKO
BIDERIK ZUZENENA

EL CAMINO HACIA LA EFICACIA
EN LA GESTIÓN LINGÜÍSTICA

- HIZKUNTZA AHOLKULARITZA eta EUSKARA PLANAK (enpresa, administrazio eta bestelakoetan)
- CONSULTORIA LINGÜÍSTICA y PLANES DE EUSKERA (en empresas, administración y demás entidades)
- EUSKARA PRESTAKUNTZAKO MODULU BEREZIAK
- MÓDULOS ESPECÍFICOS DE FORMACIÓN DE EUSKERA
- ITZULPEN ZERBITZUA
- SERVICIO DE TRADUCCIÓN

