

Innovación no es lo que tú crees (*Innovation is not what you think*)

Roberto Betancourt A.

Observatorio Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación
orcid: 0000-0002-6667-4214
V7683160@gmail.com
Caracas-Venezuela

“Innovación” es un término que se utiliza con frecuencia en el mundo empresarial, pero cuyo significado puede resultar confuso. Temerariamente, podemos decir que la innovación es la acción de llevar las cosas a la realidad práctica, a pesar de los retos y la resistencia, en lugar de limitarse a contemplarlas. Implica pensamiento creativo, planificación y ejecución de nuevas ideas para alcanzarla. La innovación no consiste simplemente en inventar algo nuevo (que es retador en sí mismo), sino en cómo utilizar las nuevas ideas para resolver problemas, mejorar procesos y crear valor.

En el discurso público se afirma que la innovación es esencial para las empresas y es la clave para progresar y seguir siendo relevantes en un mercado competitivo. A los fines de la discusión en esta reflexión, es conveniente recordar que en un mercado competitivo hay muchos compradores y vendedores, y los precios reflejan la oferta y la demanda; en este sentido, las empresas obtienen beneficios justos para mantenerse activas y nada más; pues, en la lógica reduccionista que ella misma emplea, si obtuvieran beneficios excesivos, otras empresas entrarían en el mercado reduciendo sus propios beneficios.

En una encuesta reciente, el 84 % de los ejecutivos reconocieron que la innovación desempeña

un papel importante en el crecimiento económico, y que la capacidad de resolver problemas críticos depende de nuevas innovaciones. El uso continuo y repetitivo del vocablo es -seguramente- el que ha obligado a darle ese rol omnipresente. Es por ello crítico reconocer qué es innovación, más allá del cliché en el discurso, público y privado.

Como señalé arriba, una sencilla definición de innovación que puede ayudar a crear un entendimiento común de lo que es y lo que no es la innovación es que “consiste en la puesta en práctica de nuevas ideas que añaden valor”, y tiene tres condiciones que deben cumplirse para que un proyecto, producto o servicio se considere innovador:

1- Novedad: la idea que se prueba debe ser atractiva y nueva en el contexto en el que se está probando. Para innovar, hay que generar y utilizar ideas que sean originalmente efectivas y diferentes de lo que se ha probado antes en ese contexto.

2- Ejecución: una idea tiene que ejecutarse, probarse, implementarse, para que sea innovadora. Debe ser aceptada por los usuarios, quienes son los que (realmente) juzgan la innovación. El mero hecho de tener la idea no la

convierte en innovación. La innovación está en el hacer, no solo en el pensar o conceptualizar.

3- Valor: poner en práctica una nueva idea solo es innovadora si tiene un propósito claro de resolver un problema, cubrir una necesidad o satisfacer un deseo; al mismo tiempo, debe ser viable, es decir, que pueda sostenerse en el tiempo con retorno para el que la implemente.

Es importante destacar que deben cumplirse las tres condiciones para que algo se considere innovador. Si solo se cumplen dos o una de las tres condiciones, aunque puede ser bueno, no llega a ser "innovación".

Añado que la innovación no es lo mismo que la invención, que es el acto de crear algo nuevo para resolver un problema. La invención se convierte en innovación cuando se lleva al mercado con éxito.

Además, el uso de una nueva tecnología no significa necesariamente que se haya producido una innovación. La novedad no reside necesariamente en la tecnología utilizada, sino en la esencia de la idea aplicada. No todas las innovaciones implican tecnología, ya sea como elemento facilitador o como resultado. Por último, los pequeños retoques y mejoras de un proceso existente no son lo mismo que innovar. Innovar significa hacer las cosas de una manera nueva y diferente. No todas las mejoras son innovaciones, pero toda innovación debe conducir idealmente a una mejora del producto.

En esencia, la innovación requiere conocimientos, ingenio y especial concentración. Las y los innovadores rara vez trabajan en más de un área, y la inno-

vación requiere de una persistente entrega, trabajo duro, concentrado y decidido. Si faltan la diligencia, la persistencia y el compromiso, el talento, el ingenio y el conocimiento no sirven de nada. En otras palabras, la innovación es trabajo más que genialidad.

A comienzos del siglo pasado, a un exitoso empresario que creó el mercado de vehículos le consultaron del tema que nos ocupa y esgrimió que *"Si le hubiera preguntado a la gente qué querían, me habrían dicho que un caballo más rápido"*. Décadas después, no existe, en nuestro mundo contemporáneo, una forma estandarizada de medir "innovación", ni siquiera una definición universal de qué es exactamente. Sí ha habido esfuerzos, pero ningún acuerdo. Por ello, conocer el verdadero impacto de sus logros y desaciertos arrojaría fabulosas ventajas, pero nos sigue eludiendo, lo que sí ha arrojado nuestros estudios es que la innovación no es -siempre- lo que tú crees.