



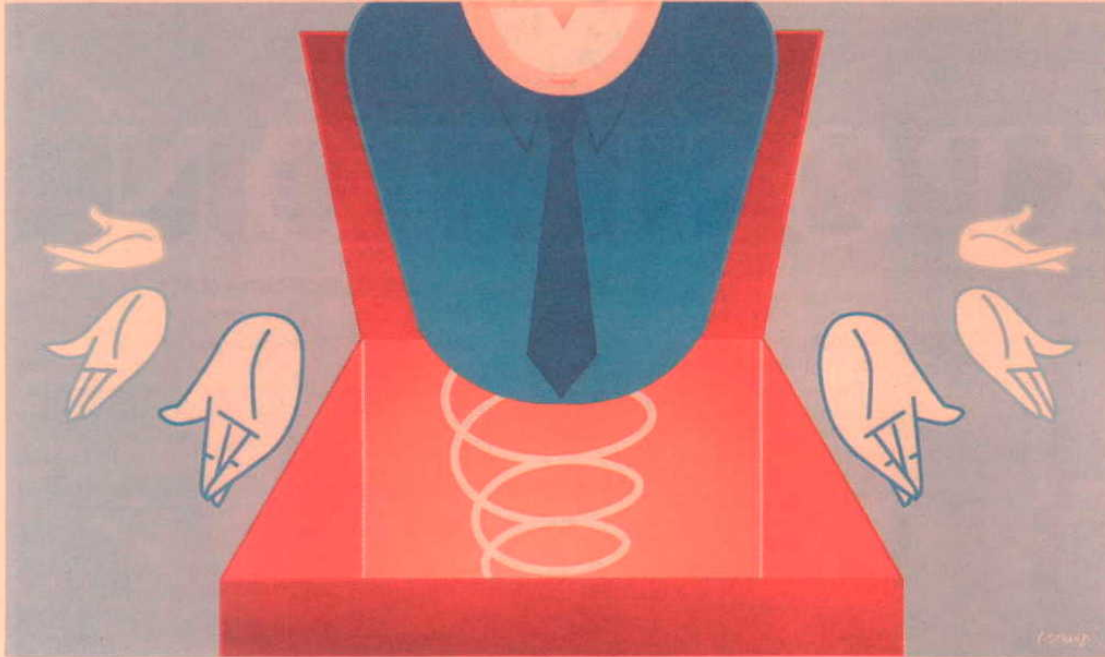
Tirada: 79.384	Expansión Empleo Expansión	Superficie: 541,00 cm²	
Difusión: 50.395 (O.J.D)			
Audiencia: 176.382 (E.G.M)	Economía	Valor: 5.531,66	
Ref: 1967353			2ª Edición
			1 / 1

LA TRIBUNA



Yanire Braña

Directora del Programa MET de IE Business School



Augusto Constanza

'Innoversity': Innovación y diversidad en la empresa

En una era en la que la competencia por el talento y el poder de la marca resulta fundamental, muchas empresas se ven obligadas a cultivar su singularidad, buscando formas de desarrollar los valores y factores que les permitan seguir siendo únicas. Para ello, acuden a la innovación como única vía para mantener o crear una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Las empresas más innovadoras son conscientes de que innovar no se reduce a crear o modificar productos o servicios, sino que en ocasiones lo importante es la creación de una infraestructura de personas y procesos que les permita responder a todas sus necesidades. Muchos de estos procesos son formales, explícitamente definidos y documentados. Otros son informales, rutinas o formas de trabajo que evolucionan con el tiempo.

Sin embargo, la necesidad de crecer y rentabilizar el negocio hace que muchas empresas se centren únicamente en sus competidores y clientes. Pero, ¿qué sucede con los no competidores y no clientes? La realidad empresarial nos dice que a menudo se diseñan estrategias de fidelización y retención de clientes y empleados, olvidándose del tamaño de su mercado potencial: los no clientes y los no empleados. A ello se suma la dificultad de conocer ese universo, fruto de los grandes cambios demográficos, económicos y socioculturales, que en ocasiones no facilitan la identificación de criterios de segmentación para su buen conoci-

miento. En este sentido, las tecnologías facilitan que las empresas puedan mirar más allá de sus fuentes tradicionales de ventaja, pero a veces no es suficiente para poder innovar o renovar su ventaja competitiva. Para maximizar todas las posibilidades, las empresas necesitan invertir para conocer las diferencias de sus mercados, pudiendo ir más allá de la demanda existente y abrir la puerta a una nueva masa hasta ahora inexistente.

Esta inversión suele englobar nuevos patrones de interacción, comunicación y toma de decisiones, que se pueden utilizar para transformar recursos en productos y servicios de mayor valor. Para hacer frente a estos cambios, aumentando sus posibilidades de éxito, también se requiere el acceso a una combinación de recursos tangibles (financieros, humanos y tecnológicos), y menos tangibles, como la información, el valor de la marca y las relaciones con los proveedores y/o clientes.

Si bien los objetivos y beneficios de la innovación parecen estar claros, a la hora de llevarla a la práctica se olvidan los ingredientes básicos del proceso de innovación.

Para impulsar nuevas ideas se necesitan recursos como la diversidad, que desarrolla la ventaja competitiva

No es nuevo que, para impulsar nuevas ideas, experiencias y conocimientos, se necesitan unas capacidades y recursos, como la diversidad, que permitan desarrollar la ventaja competitiva. Sin embargo la diversidad, que es realmente importante para fomentar la creatividad y la innovación, no es la religión o el género, sino las diferentes perspectivas o formas de ver el mundo, las experiencias, capacidades y formas de pensar, la diversidad intangible. Esta diversidad contribuye a un cambio de cultura y de forma de ver el negocio y tendrá un mayor impacto en el rendimiento empresarial, dependiendo de factores estratégicos, culturales y organizativos. Por ello, un paso previo al desarrollo de políticas de diversidad innovadoras es la comunicación y capacitación en gestión de la diversidad, que en todo caso deberían estar unidas al negocio de la empresa.

La diversidad es un importante componente de innovación. ¿Es la innovación necesaria para reforzar la diversidad? Las razones básicas para impulsar y gestionarla son la obligatoriedad de responder a las necesidades de los clientes, a la escasez de talento, o a la mejora de los resultados a través de la gestión multidisciplinar de equipos. Hoy muchas empresas líderes ya son conscientes de la importancia de diseñar estrategias innovadoras para concienciar e impulsar la gestión de la diversidad, promoviendo la creación de entornos que promuevan el respeto y la inclusión en todos sus ámbitos.