

COLABORACIÓN

La innovación en tiempos de crisis

RICARDO MUÑOZ RODRÍGUEZ

Como muchos otros jóvenes de Yecla, en el 2008 tras vivir el comienzo de la crisis, dejé nuestra ciudad natal. El motivo fue que consideré que no tenía mucho más que aportar a la empresa en la que trabajaba y viceversa, y también por ello, decidí formarme en otras áreas del mundo empresarial y adquirir experiencia en empresas más profesionalizadas en el ámbito de la Ingeniería Industrial.

Actualmente resido en Madrid y me responsabilizo del área de I+D+i en una empresa de ingeniería de ámbito internacional llevando a cabo proyectos de Desarrollo e Innovación en el ámbito de las energías renovables. En general siempre me ha atraído explorar el mundo de las ideas y llevarlas a la realidad, y eso me ha hecho interesarme por el mundo del emprendimiento y el liderazgo y formarme en nuevas áreas como el marketing o el "coaching".

En Yecla trabajé durante dos años en el sector del mueble y allí tuve la oportunidad de desarrollar el área más productiva de la empresa, pero ya desde ese momento parecía que para competir en el nuevo mundo globalizado hacía falta algo más, y sin duda, para el mundo occidental la prosperidad vivida durante la era industrial a la que estábamos acostumbrados comenzaba a estar en entredicho. En el caso del sector del mueble, las importaciones fueron creciendo año tras año desde el año 2000, al tiempo que la producción nacional decrecía y tensaba cada vez más los márgenes del sector.

Entiendo lo difícil que ha debido de ser

vivir estos años de recesión económica en especial para todos aquellos que algún día tuvieron la valentía de emprender un negocio y cuyos esfuerzos de toda una vida se han visto abocados a una realidad incómoda. Así mismo, para aquellas personas que en algún momento tuvieron que enfrentarse a las listas del paro y para los que a día de hoy todavía siguen desempleados. Sin embargo, y valga la insistencia, quienes ponen sus esperanzas en que las circunstancias externas cambien, les diré con toda seguridad que nada volverá a ser como antes, por duro que parezca, y que por tanto hay que abogar por nuevas ideas y modelos de negocio basados en mayor originalidad y servicio que incrementen el valor aportado frente a los competidores del resto del mundo.

La lectura que saco desde lo que percibo en conferencias y mesas redondas en las que he tenido la oportunidad de participar es que en general culpamos a la "crisis" eludiendo nuestra responsabilidad y sobre todo evitando los cambios a todos los niveles. Las empresas, por lo general, son reticentes a innovar y se aferran a su manera habitual de trabajar confiando en que haciendo lo de siempre todo terminará yendo bien, pero en realidad no es más que una trampa que sólo lleva a obtener los mismos resultados. Por ello, se hace necesario elevar la consciencia de las organizaciones y asumir que la incertidumbre es ya un valor necesario en la empresa que determina a su vez el grado de éxito a obtener. En este sentido un "coach" permite desarrollar a las personas de una organización para transformarlas en una versión mejorada de sí mismos



"Si no queremos deshacernos del estado de bienestar debemos comenzar a replantearnos nuevos valores en la cultura de las empresas tales como la formación, el reconocimiento de las personas, el trabajo en equipo hacia la consecución de unos mismos objetivos, y en especial las nuevas ideas"

que permita el cambio real y efectivo para su adaptación al nuevo entorno empresarial.

"No es porque las cosas sean difíciles que no nos atrevamos, es porque no nos atrevemos por lo que son difíciles". (Séneca)

Por otra parte, los universitarios que salen al mundo laboral también caen

pronto en el desánimo al encontrar una realidad que los decepciona según lo que se les había contado y creyeron. Pero de igual modo, condicionan su potencial de desarrollo a que "alguien" les valore como profesionales cualificados, cuando a día de hoy, con la existencia de internet, cualquiera puede acceder a la información que se necesita para aprovechar su talento único y darlo a conocer. En este sentido un coach también puede orientarles para

COLABORACIÓN

primero creer en sí mismos y para que luego encuentren algo útil con lo que disfrutar y poner al servicio de los demás.

"Ten valor y confianza pues las estrellas están hechas de la misma materia que tu". (Nicholai Melimirovic)

Según lo anterior una de las primeras claves es cambiar la actitud para motivarse hacia la toma de acción; pero para conseguir esto es a su vez necesario tener buenas influencias y rodearse de colaboradores afines que por supuesto reúnan las aptitudes que son necesarias para el proyecto en cuestión. Pero también dichos colaboradores y empleados han de tener el valor de cuestionar en todo momento la gestión de la empresa y poseer iniciativa para innovar en lugar de tener que reaccionar ante los movimientos de la competencia.

"La persona que no toma riesgos, usualmente tiene que tomar lo que sobra cuando los otros han terminado de decidir." (Napoleón Hill)

Esto que parece de sentido común no es tan fácil de conseguir cuando uno tiene arraigados una serie de hábitos y formas de pensar. Atender demasiado a lo que los medios de comunicación transmiten o la falta de apertura a las nuevas ideas suelen ser factores muy limitantes para el cambio. Al contrario, para salir de la "zona de confort" que impide el cambio es necesario darse cuenta de que tenemos la libertad de escoger aprender y asumir el reto de responder ante las circunstancias con la mejor versión de nosotros mismos.

"Hay dos modos de vivir la vida. Uno es como si no existieran los milagros. El otro es como si todo fuese un milagro". (Albert Einstein)

La palabra "crisis", que en las culturas orientales significa "oportunidad", en



IMÁGENES RESCATADAS DE VARIOS CARTELES SOBRE CURSOS Y JORNADAS DE INNOVACIÓN

general en nuestra cultura genera una especie de resignación sobre una situación en la que no vemos salida, y sobre la cual justificamos de algún modo nuestra inacción fuera de la experiencia conocida. Pero en realidad lo que llamamos "crisis" es un "cambio de modelo" sobre el que es necesario aprender los nuevos paradigmas que lo rigen para competir con éxito en la nueva realidad empresarial, no importa si es en el sector del mueble, del calzado o en otros sectores.

El problema es que en España en general la innovación es algo que todavía

ñolas y que por contraposición, las mayores potencias mundiales como Estados Unidos, Alemania o Japón lo tienen cada vez más claro porque es lo que más diferenciación genera en un determinado mercado. Si bien es cierto que un proyecto de I+D+i requiere una dedicación de recursos que hasta ahora había sido prescindible, no es menos cierto que si el proceso es bien conducido, dará lugar a un producto o servicio que con la correspondiente visibilidad atraerá la demanda con un mayor retorno al final. En el caso de desarrollos patentables, las ventajas en la comercialización tendrían un efecto multiplicador.

"Sólo los que se atreven a llegar lejos son capaces de llegar a saber lo lejos que pueden llegar" (T.S. Elliot).

Por lo tanto, si no queremos deshacernos del estado de bienestar, debemos comenzar a replantear nuevos valores en la cultura de las empresas tales como la formación, el reconocimiento de las personas, el trabajo en equipo hacia la consecución de unos mismos objetivos, y en especial las nuevas ideas. Con objeto de acrecentar el número de ideas y por tanto la tasa de éxito de la actividad de I+D+i se deben abrir diferentes canales de comunicación según las diferentes fuentes de ideas existentes, que en general suelen ser los proveedores, clientes y los propios miembros de la organización. En este sentido, los jóvenes recién titulados reúnen una serie de condiciones muy propicias para generar ideas, que son por un lado la pasión y por otro la formación reciente. Además, no están influenciados por la propia inercia de la organización, permitiéndoles efectivamente cuestionar el modo de hacer las cosas. Dichas condiciones sólo serán sostenibles en el tiempo y se extenderán a toda la organización si hay un verdadero compromiso por parte de todos, pero en primer lugar, el de la Dirección de la empresa.