

La innovación: conducta obligatoria en el académico

por: Rafael Riveros Dueñas, M. D.



Desde el albor de la humanidad, la innovación y la invención han marcado permanentemente los hitos del progreso. Estos han sido, en la historia, principalmente esfuerzos individuales nacidos en la inspiración, en la obligación o en la necesidad. Hemos pasado de la rueda a la comunicación electrónica instantánea, en siglos de esfuerzo y de desenlace progresivo. Hoy en día, el concepto de la innovación se ha reconstruido a raíz de múltiples comunicaciones en la economía y en ella las dedicadas a la salud para el cambio en la conducta, de Michael Porter.

En el balance y la proporción de estas, se logra inducir el esfuerzo de la innovación que, según Wikipedia, significa literalmente acción y efecto de innovar. La palabra proviene del latín innovare. Asimismo, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. En el sentido estricto, en cambio, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos, que realmente encuentran una aplicación exitosa, imponiéndose en el mercado a través de la difusión.

Aportes recientes para la aplicación, en la economía y en la competitividad, nos han traído la renovada concepción del emprendimiento, que puntualmente hace caso omiso de la invención obligatoria para entender la innovación.



El balance razonado de esta nueva conducta nos conduce a tener una combinación en la concepción misma del término. Existe innovación institucional (basada en proyectos) y en la firmeza de estos en la conducta. Asimismo existe la recién acuñada innovación abierta, en la que no se responde fijamente a la innovación institucional. La explosión de conductas innovadoras, comparadas entre Wikipedia, Xerox, Sony Music y la Enciclopedia Británica, nos muestra la multiplicación de 65 000 autores (E.B.) a 3,5 millones de autores en el caso de Wikipedia (innovación abierta). Creemos que este balance de que se habla nos ha traído a un resultado exitoso para respetar la base de emprendedores, que deberán ser congregados por una fuerza institucional en las empresas y, en general, en las entidades que identifican a estos individuos, que han sido reconocidos siempre o descubiertos por la identificación en sus iniciativas innovadoras.

Los dos extremos evidentemente son viciosos. Lo que lograremos en el futuro inmediato de nuestras empresas, sean estas –insisto– Corporaciones (Méderi), Universidades o Compañías con ánimo de lucro, es lograr este reconocido balance como una expresión exitosa. De esta manera, las mentalidades de los emprendedores serán congregadas institucionalmente en el concepto de un Centro de Gestión de la Innovación (CGI), que logrará identificar estos individuos, que seguirán siendo funcionarios de la corporación en su oficio original y, además, lograrán tener ideas no obligatoriamente inventoras, cuando sí necesariamente innovadoras. Esta identificación de la población de emprendedores se logrará a través de la construcción de un perfil de emprendedores, una característica de esas personas que logran, en sí o en grupo, ideas –insisto– no obligatoriamente inventos, sino progresión de estructuras ya establecidas que, en su elasticidad, llevarán a los desenlaces de éxito que se reconocen hoy en día.

En la administración, hoy en día, el concepto de pastoreo (shepherding) se antepone al de gobernanza (governance), en el cual los líderes hacen participar a sus colaboradores en los espacios de actividad decisiva para la corporación: un verdadero trabajo en éxito, anulando los costos de nombrar puntualmente a estos individuos en una sección cuando son compañeros de trabajo.

Permitir a esta “raza”, un vez identificados, reconocerse, reconocerlos, agruparlos y designarlos, nos traerá la siembra de individuos que producirá, de manera continua y renovada, el producto tras del cual estamos.



La innovación no es motivada por el concepto de proceso, sino por las personas. Sin embargo, sí necesitaremos del establecimiento de una infraestructura para llenar en ella el conocimiento y la competencia que estos individuos deberán proveer. Estas conductas serán dictadas en el plan estratégico de la corporación, y su entretreído les dará el sostén directivo.

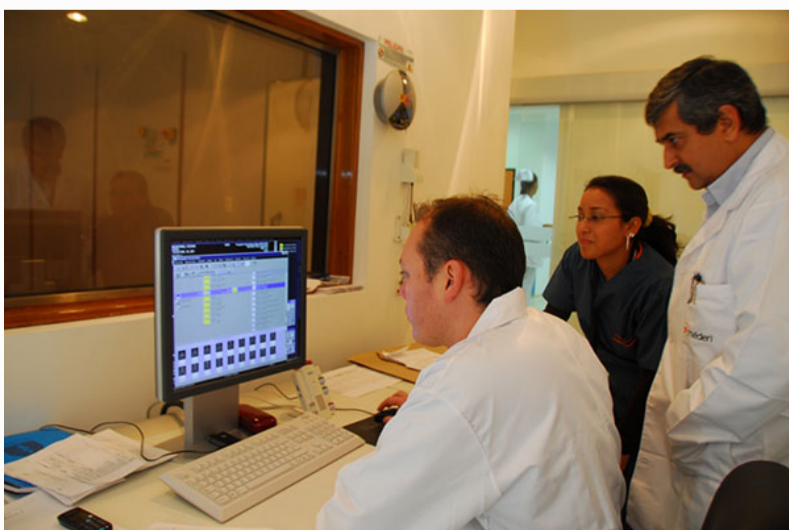
El concepto de cosechar a esta población como una raza característica nos trae a que estos compañeros se apersonen de su actividad innovadora; pero no de manera exclusiva, sino además de las otras que su nombramiento les compete.

La construcción de la reconocida raza de emprendedores, centrándonos ya en la conducta de Méderi, se logrará en tres escenarios que tienen que ver directamente con nuestro oficio corporativo:

1. Ideas nuevas en la academia, sean estas de investigación o de docencia.
2. Ideas nuevas en la logística, con lo cual ya tenemos una relación estructural y operativa con la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Rosario.
3. Ideas nuevas en el mejoramiento ambiental de la corporación, para darle la sostenibilidad al concepto de la resolución de los problemas, con base en la ciencia social; el diseño de sistemas y la ciencia física, basados en los seres humanos y su entorno.

Es probable que la mejor definición, hoy en día, sea la dada por la Real Academia Española de la Lengua: “Creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado”.

Esta propuesta logrará que la conducta emprendedora, en que se finca la innovación, nos lleve a la obligación permanente de producir ideas, como conducta de este Hospital Universitario Mayor Méderi, que contraerá en los resultados una reconocida competitividad de los individuos, agrupados en el Centro de la Gestión de la Innovación, dando expresión al tan deseado balance entre el ritmo y la proporción, conceptos gerentes de nuestras vidas.



Así lograremos un liderazgo en la coparticipación de las nuevas ideas; libres, en el entramado dictado por la estrategia y después la estructura.

Bibliografía:

- Birkinshaw et al. (2011). The 5 myths of Innovation. MIT Sloan Management Review. 52(2), 53-50.
- Dahan et al. (2002). The virtual customer. Journal of Product Innovation Management. 19(5), 332-53.
- Huff et al. (2015). Leading Open Innovation. MIT Press.
- Porter, M. E. (1979). The structure within Industries and Companies' Performance. The Review of Economics and Statistics. 61(2), 214-27.