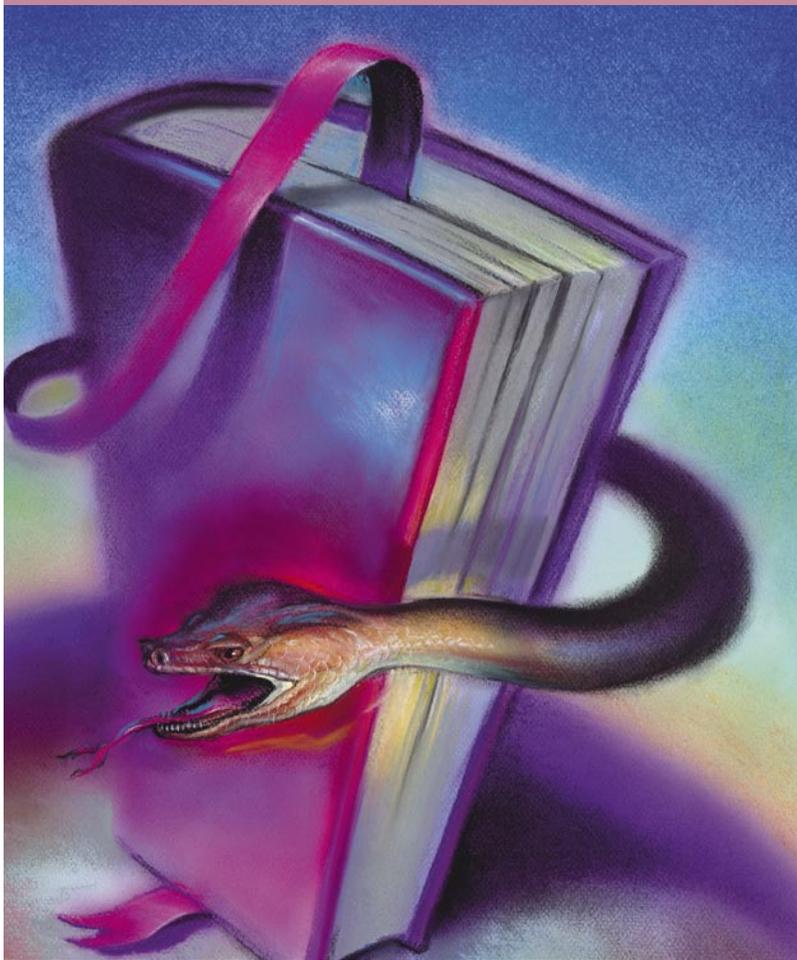


Siete pecados de la innovación

por Franzisca Wulff
directora ejecutiva
Research Internacional, Hamburgo



La habilidad de una compañía para renovarse es un esfuerzo altamente susceptible al fracaso

.....

¿De dónde proviene el término “pecado capital”?

En el siglo VI, el Papa Gregorio elevó la avaricia, la envidia, la pereza, la ira, la gula, la soberbia y la lujuria al sitio de honor de los pecados capitales

Desarrollar nuevas ideas, impulsar el proceso de innovación y motivar a los empleados para que vean más allá de los límites, son guías que pueden encontrarse en la biblia de cualquier gerente de mercadotecnia. La habilidad de una compañía para renovarse es un esfuerzo altamente susceptible al fracaso. Si el proceso de innovación falla, el famoso “grano de arena” dentro de la maquinaria suele ser responsabilizado. Lo anterior puede verse como un pecado mortal cuando, aunque quizá sólo haya sido que una palabra equivocada o una omisión, causó que tropezaran las buenas ideas.

Una característica compartida de todos esos pecados es que hacen al pecador fuente de energía negativa. El peligro de que el proceso de innovación sea poseído por tal energía conlleva múltiples consecuencias. Imagine usted, apreciable lector, un equipo en el que los siete pecados capitales intervengan cuando se genere una familia de productos. Lo ayudaremos:

Avaricia: “lo quiero todo”

Es legítimo esforzarse por incursionar en nuevos mercados con innovaciones. Sin embargo, si ello implica buscar ideas sólo por su amplitud y no por su profundidad, la avaricia hace que muy pronto se pierda de vista el objetivo, lo que puede producir, por ejemplo, extensiones de una misma línea que dañen, en lugar de beneficiar, a la marca madre. Al respecto, el científico y Premio Nobel Linus Pauling decía: “el chiste de encontrar buenas ideas es que se te ocurran muchas ideas y después botes las que son malas”.

Envidia: “podré hacer lo que ellos hacen”

Cualquiera que obstaculice el proceso de innovación en su empresa desperdicia su energía al traspasar las fronteras de la tierra del vecino —lo que fomenta la conocida respuesta *me too*. La envidia es egoísta y se manipula a sí misma para lograr copiar el producto del competidor, en lugar de ayudar a tener claridad sobre los objetivos de la marca. A pesar de la enorme presión que hay por innovar, los productos sólo deben basarse en la confianza en lo que uno genera.

Pereza: “siempre lo hemos hecho así”

Todo “igual que siempre” puede hacer que el momento adecuado para emprender las innovaciones necesarias desaparezca. La pereza provoca que el equipo se niegue a cooperar. Este “fenómeno inercial” o, más crudamente, flojera hasta para pensar, sofoca el trabajo orientado al desarrollo y, en el peor de los casos, se esparce como un virus.

Ira: “ninguna de estas ideas me inspira”

De todos los pecados, quizá la ira es el más capital. Implica negatividad y rechazo a los procesos de innovación. Desde luego, no toda idea es innovadora y se necesita hacer una selección en el momento adecuado, pero las ideas deben ser tratadas con respeto, sean o no aceptadas. La energía negativa de la ira no sólo baja la moral del grupo, sino que, también amenaza con descarrillar por completo el flujo favorable que conduce al éxito.

Gula: “me hubiera gustado todavía más”

La gula es considerada un pecado porque conlleva falta de disciplina. Pero, además crea una atmósfera de autoestima decreciente. La creatividad y la

disciplina no deben verse como opuestos, ya que la primera requiere tener bien trazada una meta a la cual se quiere llegar. Esto se logra a través de un orden. Así pues, ambas cualidades se complementan.

Soberbia: “la mía es la mejor idea”

A medida que el proceso de generación de ideas avanza, es muy fácil engancharse con algunas de ellas. Si los miembros del equipo se rehúsan a cambiar las preferencias o a descartarlas porque no resultan adecuadas, entonces pueden causar que se descompongan o naufraguen los intentos de innovar.

Lujuria: “un momento, tengo otra idea”

Puede que la lujuria sea un pecado en el sentido religioso. Sin embargo, también puede verse como una ventaja en el proceso de innovación, en la medida en que brinde espacio a los otros y los escuche con atención. En última instancia, este pecado capital puede transformarse en una virtud cardinal.

