

Innovación de posturoo: una moda peligrosa

Los expertos de IGENERIS advierten de que organizar eventos sobre emprendimiento o crear aceleradoras para parecer una compañía innovadora no suele traducirse en rentabilidad a medio y largo plazo y apuestan por la innovación en modelos de negocio

El posturoo no es sólo cosa de Instagram, también ha llegado a las empresas. Hoy día no es raro acumular, en una misma semana, diferentes invitaciones a eventos sobre innovación en los que se presenta alguna convocatoria de ayudas para emprendedores, se anuncia la creación de una aceleradora o se ofrece una conferencia con algún empresario de éxito que, seguramente, también empezó a trabajar en el garaje de su casa.

Estas iniciativas permiten conocer más en profundidad la situación del emprendimiento y la innovación en nuestro país, sin embargo, también conllevan un importante riesgo: el creer que con eso basta. Según advierte el CEO de IGENERIS, José López García de Leániz, hay muchas empresas que han decidido emprender pero que se han quedado en “la innovación de evento y canapé”. “Es decir, en montar actos que permiten hablar de innovación y dar una imagen innovadora de tu empresa pero que raramente se van a convertir en iniciativas que generen euros a medio y largo plazo”, explica este experto en innovación en modelos de negocio.

A su juicio, la mayoría de las empresas llevan afortunadamente mucho tiempo innovando. El problema ahora es que, dada la creciente competencia entre empresas, el exceso de oferta y la gran velocidad a la que cambia el mundo, la capacidad de innovación de las empresas debe sofisticarse aún más y no limitarse a presentar nuevos productos o servicios.

“No cabe duda de que hay que seguir innovando en producto y procesos como hasta ahora, pero esto solo permite ganar tiempo para preparar a la empresa para hacer el tipo de innovación que hoy en día se necesita para tener éxito: la innovación de modelos de negocio”, afirma López García de Leániz, quien avisa de que la empresa que se conforme con innovar sólo en estos aspectos correrá el riesgo de enfrentarse (y perder) con otra que ofrezca un modelo de negocio diferente y una propuesta de valor más atractiva.

Los requisitos imprescindibles: tiempo y perspectiva

¿Cómo innovar y no fracasar, entonces, en el mundo de la innovación? La respuesta no es simple, pero sugiere centrarse en dos elementos: tiempo y perspectiva. Tiempo porque la innovación en modelos de negocios es un viaje de años y perspectiva porque hay que tener muy claro a dónde se quiere llegar.

Según el CEO de IGENERIS, lo importante es ir dejando de lado “la innovación de evento y canapé” y dedicar tiempo y recursos a que esta nueva forma de pensar, centrada en el medio y largo plazo, arraigue en las organizaciones españolas. Porque, como señala López García de Leániz, “la innovación real debe tener impacto real”.

Todo lo demás, es y será postureo. Muy social, pero con poca rentabilidad.

Datos de contacto:

Autor

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>