



Open Innovation:

Lista de tareas

La Innovación Abierta (“Open Innovation”), tal como la entendemos en [eMOTools](#), tiene muchas caras y puede adoptarse por las organizaciones siguiendo múltiples caminos.

Este artículo está escrito con dos fines: 1) sugerir tareas prácticas que se pueden acometer en las empresas para practicar la Innovación Abierta, 2) demostrar que esta forma de gestionar la innovación ofrece un amplio margen para la creatividad, dentro de la cual es posible acometer proyectos de naturaleza muy diversa.

Si todavía no eres un entendido del tema, antes de seguir te propongo que leas el artículo FAQ sobre Innovación Abierta, que puede servirte de amplia introducción al concepto, y te ayudará a poner en contexto todo lo que aquí cuento.

Tres dimensiones de la Innovación Abierta

El carácter “abierto” de la Innovación Abierta (IA) se puede resumir en la capacidad de la empresa para buscar fuera sin complejos e interactuar más y mejor con su entorno a fin de extraer el

Por: Amalio A. Rey

máximo valor de él.

Desde la perspectiva de eMOTools, y su [modelo de “innovación 2.0”](#), el propósito anterior se sustenta, en tres principios que efectivamente sugieren apertura en su sentido más amplio:

1. CAPILARIDAD, entendida como la disposición y capacidad de una empresa de “escudriñar afuera” con inteligencia para absorber y aprender de su entorno. Sobre este punto, te invito a que leas el artículo [“Capilaridad, Exteligencia e Innovación Abierta”](#).

2. EMPRESA-RED, que consiste en relajar los límites (físicos y mentales) de la organización para concebirla en red, superando hábitos endogámicos y concediendo a las fuentes externas tanta importancia como a las internas, hasta el punto de sacar afuera lo que se haga mejor que adentro o que sirva para potenciar los recursos propios

3. DISEÑOS ABIERTOS, que sugiere la necesidad de combinar, en sus dos variantes: 1) aprovechando partes y piezas que existen en el mercado con el fin de conformar productos propios, y/o,

Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento 2.5 España de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/es/> o envíe una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA. 1

2) facilitando a otros fabricantes el uso y manipulación de los productos propios para generar nuevas combinaciones que contribuyan a mejorar la experiencia de usuario. Sobre este punto, tienes más información en: [“Diseños abiertos”](#).

Los principios antes apuntados enlazan necesariamente con dos premisas básicas: 1) abrir las puertas de la empresa a lo que ocurre afuera para que entre aire fresco, 2) aprovechar al máximo los recursos externos para apalancar los propios.

Agenda para la acción: ¿qué cosas puedes hacer?

A continuación voy a listar un conjunto de recomendaciones que se pueden traducir en acciones concretas, posibles proyectos o tareas que podrías impulsar en tu organización para “aterrizar” el concepto de IA, y desplegarlo en las tres dimensiones antes señaladas.

CAPILARIDAD

1. **Dedica tiempo para gestionar el "Know-who"** ("saber-quié"n) que más interesa a la empresa. Identifica las fuentes externas de conocimiento más prometedoras y úsalas con una sistemática.
2. **Sal de la empresa**, levanta la cabeza del laboratorio, asiste a eventos, jornadas y ferias para exponerte y sobre todo, lo más importante, para conversar (¡¡y escuchar!!) el mercado.
3. **Re-piensa la organización para sembrar "antenas"** (tanto roles como prácticas) que ayuden a identificar, incorporar y añadir valor de las fuentes de conocimiento externo.
4. **Crea una red de "ojeadores"**, sensible y con mente-abierta, que rastree el mercado buscando oportunidades de innovación en forma de "demandas" u "ofertas" que sean prometedoras (salvando las distancias, puedes inspirarte en la creada por P&G = C&D).
5. **Construye "redes de confianza"**, formadas por gente competente y de probada capacidad, que te ayude a monitorizar y cribar información, y sobre todo, a detectar patrones de tendencias.
6. **Usa las herramientas 2.0 (software social) para "escuchar" la gran conversación** que se produce ahora mismo en Internet, mientras lees este artículo, sobre tu empresa, tus productos, tu sector y todo lo que afecta de algún modo el presente y futuro de lo que haces.

EMPRESA-RED

7. **Educa para apreciar positivamente las innovaciones traídas desde fuera.** No solo vale reconocer que "esto-se-inventó-aquí", sino que también tiene mérito comprobar que "lo-supimos-traer-de-fuera". No hay nada malo en ello si genera valor para tus clientes.
8. **Valoriza activos "dormidos" (patentes, etc.) por cualquier canal posible** con el fin de generar ingresos adicionales o mejorar tu posición en el mercado. Limpia tu cartera de activos tecnológicos, ponla en valor, crea spin-off, incluso dona tus patentes pero... ¡¡haz algo, por favor!!!
9. **Colabora con tus usuarios y clientes** para que se integren motivados en tus procesos de innovación. Cultiva una cultura de "co-creación" dentro una lógica coherente de "comunidades de innovadores".
10. **(y uno en el formato elisabet.....Trae gente "rara" de fuera** y júntala a trabajar con tus equipos. Mientras más diferentes, y complementarias, mejor!!! (Inspírate en este artículo que trata sobre el proyecto "Disonancias")
11. **Enlaza bien lo que viene de fuera con tus recursos internos.** Tendrás que aprender a gestionar mejor la diversidad, las paradojas, e incluso los conflictos e ineficiencias que acompaña este mestizaje.
12. **Invierte en Centros Públicos de Investigación** para que te ayuden a generar conocimiento
13. **Implica a tus proveedores en los procesos de innovación.** Tendrás que ser muy persuasivo para motivarlos a que aporten valor en algo que, en principio, no es suyo.
14. **Potencia una cultura de compartir** en toda la organización, para que la colaboración con otras empresas y entidades sea vista siempre como una oportunidad para aprender.
15. **Adopta una visión global de las cosas**, buscando talento en cualquier lugar donde esté, porque te mueves en un espacio geográficamente ilimitado de oportunidades.
16. **Aprovecha los "marketplaces" o "ideagoras"** de tecnologías e ideas para abaratar el acceso al talento mundial. Publica "desafíos tecnológicos", para propiciar que "vaya a ti el talento" de un modo más eficiente. La clave está en ¿Cómo encontrar rápido al mejor talento posible esté donde esté?





EMPRESA-RED (Cont.)

17. **Adopta una visión flexible al filtrar proyectos e ideas**, tomando el modelo de negocio como criterio de filtrado pero implementando al mismo tiempo “segundas revisiones” para extraer valor de los “descartes”
18. **Gestiona proactivamente la IP**, y no con el exagerado sentido defensivo que se ha venido haciendo hasta ahora. No te preocupes tanto por “evitar la copia” de tus competidores, y mejor dedícate a “valorizar” los activos que tienes.
19. **Implementa nuevas métricas** para medir tus esfuerzos y resultados de innovación. Los modelos abiertos ponen en entredicho, como era de esperar, los parámetros que hemos usado hasta ahora para medir el grado de innovación de una empresa.

DISENOS ABIERTOS

20. **Adopta estándares en lugar de tecnologías propietarias** = “Todo lo que no habla con lo demás acaba muerto” (Andreeseen, co-fundador de Netscape).
21. **Inspírate en el modelo-APIs**: En caso de usar tecnologías propietarias, provee soluciones de interfaz tipo APIs para hacer que sean compatibles con otras plataformas y facilites la remezcla por parte de los usuarios o de otros proveedores
22. **Adopta el modelo-Mashups**: En lugar de diseñar todo nuevo y con tecnologías propias, aprovecha datos, aplicaciones y piezas que ya existen en el mercado, incluso de posibles competidores = “Hay demasiado hecho por ahí para cometer la tontería de no aprovecharlo”.
23. **Facilita la combinación de productos propios** con piezas y soluciones de otras marcas (precisamente lo contrario que hace LEGO)
24. **Sigue el modelo-Widgets**: Propicia el libre desarrollo por otros fabricantes de complementos o plug-in que enriquezcan tu producto-base.
25. **Apuesta por la modularidad**: Esfuérzate siempre por adoptar una arquitectura modular en tus productos que permita conciliar flexibilidad con eficiencia.