

Innovación, la respuesta a la evolución del consumidor

Antoni Flores, CEO de la firma Loop Business Innovation, uno de los mayores expertos en innovación de Europa, autor de libros como 'La Alquimia de la Innovación' y ponente habitual en diferentes foros como la jornada 'Liderar la innovación: fuente de competitividad empresarial' celebrada recientemente en Barcelona, afirma que "la innovación es una estrategia, una metodología que garantiza que el producto o servicio que ofrece una empresa está siempre adaptado a las necesidades del consumidor en función de su evolución".

En los despachos de este 'maestro' se han gestado conocidísimos iconos del diseño y la innovación como la escoba Vileda, el teléfono MO1 para Imaginarium, el Corneto Soft de Unilever, máquinas exprimidoras para Zumex, electrodomésticos para Bosch Siemens, o modelos de negocio como el Ecosite de Ausa, Smart Surface Systems para Tau cerámica o diversificaciones para Valentine, Durex, Alfa, Nespresso, etcétera.

Flores, que explicó en la referida intervención en la Ciudad Condal cómo se construye un producto innovador, aclara que "lo primero que hay que tener en cuenta es que este forma parte de una especie de ecosistema, donde el producto innovador debe ser estar pensado para una empresa que también debe ser innovadora, en el sentido de saber fabricar productos innovadores, y que esos productos van orientados a consumidores también innovadores, lo suficientemente evolucionados para entenderlos. Eso es un ecosistema, donde a veces son los consumidores quienes elevan su grado de sofisticación y demandan productos innovadores y, en otros casos, son las empresas las que dan el primer paso".

Sistema de conocimiento

Este experto puntualiza además que un producto innovador surge de un sistema de conoci-

Antoni Flores



"El producto innovador tiene parte de tecnología, parte de sociedad y cultura y parte de economía"

miento, "no sólo tecnológico, sino que ese producto contiene también un conocimiento social, tiene que estar adaptado a los tiempos, y debe estar dentro de un sistema económico del que pueda formar parte. Por lo tanto, tiene parte de tecnología, parte de sociedad y cultura y parte de economía".

En este punto, Antoni Flores hace referencia igualmente a la innovación como "una buena estrategia para amortizar conocimiento que tenemos y hemos utilizado en otro tiempo, y al que le podemos encontrar una nueva aplicación, un nuevo campo de rentabilidad. Un claro ejemplo son las hipotecas inversas, que aprovechan todo el conocimiento del sector financiero de hipotecas buscando una nueva aplicación para unos clientes que ya las conocen. Las entidades no necesitan invertir más para captar nuevos clientes y

obtener más conocimiento, sólo con un giro de adaptación a las necesidades sociales han abierto un nuevo campo de productos". Sin abandonar este terreno, y aludiendo a la posición de España en Europa en el capítulo de innovación, el CEO de Loop Business Innovation, una firma compuesta por un equipo de especialistas orientados a crear nuevas categorías de productos y servicios así como nuevos referentes de mercado, comenta que "los rankings", donde no aparecemos muy bien parados, "hablan de innovación como I+D y eso no es necesariamente innovación. La innovación entendida como la puesta en valor del conocimiento es otra cosa. Aquí el Estado español es un compendio de buenos ejemplos de innovación. Inditex, Imaginarium o diferentes bancos aplican la innovación no por I+D sino por entender las necesidades del consumidor y evolucionar con él. Han adaptado los conocimientos científicos y tecnológicos que otros les han proveído, pero ellos no los han desarrollado. En España la innovación es un claro atajo para recuperar el tiempo que años atrás se perdió en I+D".

Esfuerzo en época de crisis

Finalmente, y tras diferenciar aquellas empresas que producen productos y servicios innovadores, y por tanto necesitan servicios de innovación muy sofisticados para producirlos, de aquellas en las que su producto no tiene que ser necesariamente innovador pero que utilizan la innovación como una forma de maximizar sus recursos internos, Antoni Flores asegura que "en época de crisis estamos obligados a hacer de todo para rentabilizar al máximo nuestro esfuerzo. Y claramente la innovación puede llevar a una empresa a un producto más diferenciado frente a los competidores y a un territorio de mejores márgenes".