

**The GMAT Exam**  
It puts you on the path toward a degree that is up to **your standards.**

JORGE | MBA 2010



Take the first step. ▶



Actualizado: Jueves, 9 de junio de 2011. 11:38

[Newsletter](#) [Conversor divisas](#) [Trad](#)

## EXPANSIÓN Y EMPLEO

Notic

[Portada](#) [Bolsas](#) [Mi dinero](#) [Empresas](#) [Economía y Política](#) [Sociedad](#) [Opinión](#) **[Empleo](#)**

[Mercado laboral](#) [Desarrollo de carrera](#) [Opinión](#)

# Hoy más que nunca... reinventarse o morir

Menéame

0

[Recomendar](#)

115 personas recomiendan esto.

¿Te parece interesante esta noticia?



09.06.2011 | **B. Elías** | **2**

**Los actuales vaivenes económicos obligan a replantearse el sistema. Lo que hasta ahora funcionaba, ya no vale. Por eso es necesario buscar nuevos negocios, estrategias y alternativas afrontar el futuro.**



La crisis llegó, y dio al traste con buena parte de lo que hasta entonces funcionaba: miles de negocios han cerrado, la economía se ha estancado, el consumo ha bajado y la tasa de desempleo no ha parado de subir. Con este panorama hay que volver a empezar de cero, no aplicar lo que hasta ahora servía. Como plantea Javier Rovira en su libro *Reset & Reload*: "Si los tiempos han cambiado, ¿por qué sigue haciendo lo de siempre?".

Los obstáculos a menudo sirven como trampolín para hacer algo nuevo y conseguir éxito. De este modo, el actual panorama económico del mundo sirve para buscar soluciones. *Reset & Reload* plantea que aplicar la misma lógica que se utilizó en el pasado no parece ser la alternativa adecuada: "Los empresarios vienen actuando desde hace tiempo y

plantean nuevos retos y formas de defender su negocio. Ahora se unen proyectos de internacionalización e innovación y cambio de modelo de negocio como alternativas necesarias para poder crecer y defenderse de los embates del mercado". Conclusión: innovar, reinventarse, o morir.

### ¿Cómo se innova?

Fernando Trías de Bes y Philip Kotler dicen en *Innovar para ganar* que para transformar una empresa e innovadora hay que gestionar cuatro áreas: planificación estratégica de la innovación, la misma estrategia, los distintos tipos de métricas que sirven para medir los resultados, y cómo puede implantarse una cultura creativa.

No obstante, antes de ponerse manos a la obra hay que tener en cuenta que las personas son reacias a cambios, tienen miedo de lo que desconocen; y por esto, aun sabiendo que los tiempos que corren demandan nuevos conceptos de negocios y de formas de gestionarlos, las compañías se paralizan. Así Trías de Bes y Kotler identifican siete problemas que frenan el espíritu innovador: conocer el verdadero significado de innovación; la asignación difusa de las responsabilidades; confundir innovación y creatividad; no disponer de una teoría unificada; la falta de control; de coordinación, y de foco en el cliente.

A partir de aquí se trata de cuestionar los paradigmas empresariales actuales para abordar un futuro más competitivo. Rovira entonces lanza una serie de claves para romper con el pasado:

1. Cambiar la forma de ver las cosas
2. Analizar la demanda real del negocio
3. Estudiar la evolución de los productos y servicios
4. Generar valor para los clientes
5. Reflexionar sobre cómo, con qué y dónde se puede generar valor
6. Analizar las ventajas competitivas
7. Reformular los precios
8. Identificar las oportunidades de ofrecer servicios más personalizados
9. Medir el grado de satisfacción
10. Redefinir los productos y los mensajes con los que los lanza al mercado
11. Revisar la estrategia on line y offline
12. Redefinir toda la estrategia accionarial y de recursos humanos, y buscar formas diferentes de hacer las cosas frente a la competencia. No mantenga vacas sagradas decimonónicas. Si todo está cambiando también se tiene que hacer en este sentido.

Todos estos cambios llevan consigo el fomento de la cultura creativa en la empresa, para que las ideas surjan en todos los departamentos y en todos los niveles de responsabilidad. En este proceso también se debe hacer frente al miedo, a los errores y a la presión, como se muestra en *Innovar para ganar*. Sin duda una tarea ardua, pero el tiempo lo exige. Atrévase a romper con el pasado.

### LOS LIBROS

Título: Reload & Reset

Autor: Javier Rovira

Editorial: ESIC

Título: Innovar para ganar

Autores: Fernando Trias de Bes y Philip Kotler

Editorial: Empresa Activa.

Enlace patrocinado [Solicita GRATIS la revista Estrategias de Inversión](#)

[Anuncios Google](#)