

Crecer, Crecer, Crecer !!!

Con esta expresión, Harish Manwani Presidente de la División Cuidado Personal y del Hogar de Unilever Latino América, cerraba su discurso en la convención anual de resultados de la empresa a principios de los 2000.-

¿ Pero como lograr un crecimiento sostenido en un mundo de mercados cambiantes y economías regionalizadas que van más allá de las fronteras culinarias, sistemas y canales de comercialización caracterizados por una alta competitividad, barreras tecnológicas que son rápidamente superadas, junto a una verdadera revolución en los medios de comunicación ?.-

Hoy, las empresas que participan en el mercado de los alimentos, están siendo expuestas frente a un nuevo y continuo desafío, donde un adecuado grado de creatividad y velocidad de respuesta es requerido para poder cubrir la expectativas de una diversidad de consumidores que están rompiendo las barreras de los mercados locales, además de mostrar nuevas tendencias en sus hábitos alimentarios en busca de la satisfacción y placer de la comida sin dejar de lado su preocupación por mantener un estado de salud acorde a los requerimientos de la vida moderna.-

Además, modernos sistemas y canales de comercialización, administrados por empresas cada día más profesionalizadas, son generadores claves de nuevos y continuos requerimientos hacia sus proveedores, ya que necesitan diferenciarse claramente a través del servicio en busca de la preferencia de los consumidores.-

La innovación agrega valor y beneficios tanto para el consumidor final como para estas empresas comercializadoras, ya que les permite brindar en sus anaqueles una oferta de productos cuya demanda garantice un alto grado de rotación y utilidades en línea con sus objetivos de negocio.-

Cierran este cuadro las empresas productoras que buscan lograr y mantener su liderazgo, agregando valor a través del crecimiento sostenido y una adecuada rentabilidad en presencia de una competencia que continuamente busca el correspondiente grado de participación con iguales objetivos.-

Donde claramente se destacan aquellas que poseen la capacidad para manejar los exigentes niveles de eficiencia y velocidad necesarios para el desarrollo, implementación e introducción al mercado de las innovaciones en producto, proceso y/o empaques acorde a los tiempos requeridos por un mercado altamente competitivo.-

Si bien todos los elementos antes mencionados pueden ser analizados en forma separada, estos convergen simultáneamente al momento de detectar la oportunidad que necesariamente es el elemento disparador de una idea innovadora.-

La capacidad de detectar esta oportunidad, adicionalmente al producto de los elementos propios de creatividad, eficiencia y velocidad son los parámetros que componen la ecuación de crecimiento que caracteriza a una empresa líder del mercado.-

Un rápido análisis de estas, serviría para sugerir una serie de recomendaciones para lograr un mejor resultado aplicando herramientas y técnicas de administración y manejo del proceso de innovación que han demostrado ser eficientes para mejorar estos aspectos por separado, como por ejemplo: reingeniería de procesos, calidad total y otros.-

Sin embargo hay dos que debemos tener en cuenta para en conjunto lograr una adecuada eficiencia del modelo en su totalidad, ya que especialmente ofrecen una oportunidad significativa de mejora en el área de innovación las cuales son:

- ➔ **Gestión de la Innovación**
- ➔ **Manejo del Conocimiento**

Como ya hemos mencionado, las empresas están continuamente en la búsqueda de nuevas oportunidades y la generación del cambio a través de la innovación como uno de los caminos para cubrir los requerimientos de mercados turbulentos apuntando a cumplir con las metas de crecimiento de su negocio y mantenimiento de su liderazgo, por lo que este concepto no es nuevo ni ajeno a ellas.-

El conocimiento, es un recurso clave que integra ideas, experiencia, intuición y las lecciones de experiencias previas que agregan especial valor a la toma de decisiones. Siendo fundamental que el mismo este disponible al momento de ser requerido.-

Hay una clara relación entre Innovación y Conocimiento que se ve reflejada en el sinergismo que surge de la gestión y manejo efectivo de ambas, siendo necesario para ello:

- Promover la generación y creación de ideas
- Actuar como catalizadores de cambio y creatividad
- Asegurar que el conocimiento es aplicado a la toma de decisiones
- Asegurar la accesibilidad al conocimiento
- Transmitir abiertamente el conocimiento

Manejar estos elementos en forma sistemática y organizada, permite acumular conocimiento con un valor agregado de alto impacto en términos de eficiencia del proceso de innovación.-

NB

México, Octubre 2009
