

Innovación, el ingrediente clave para las empresas competitivas

El tema central de la Tertulia Palmera de noviembre fue la innovación, considerada una ventaja competitiva, una estrategia prioritaria que es mucho más que creatividad, pues representa en sí misma una solución, un cambio que se realiza con el propósito de mejorar una situación.

Un ambiente laboral favorable, la creatividad como herramienta para resolver problemas y para generar ideas, productos, procesos y la innovación como principal eje, son las claves para generar empresas de alta competitividad.

Esta afirmación fue la conclusión a la que se llegó en la Tertulia Palmera de noviembre, que tuvo lugar en Fedepalma el pasado 11 de noviembre. El encargado de la exposición sobre *Innovación* fue el presidente de Meals de Colombia y vicepresidente corporativo de Mercadeo e Innovación del Grupo Nacional de Chocolates, Mario Alberto Niño Torres.

Durante hora y media, el ejecutivo explicó el modelo de innovación del Grupo Nacional de Chocolates: «Una mezcla de magia e innovación». Se refirió al concepto de innovación como una ventaja competitiva, como una estrategia prioritaria, porque es «es absolutamente crucial estar a la delantera».

También explicó que la innovación es mucho más que creatividad, pues representa en sí misma una solución, un cambio que se realiza con el propósito de mejorar una situación. Se trata de hacer realidad todas las ideas que se propongan, tomando el riesgo de que funcionen o no.

Finalmente, el empresario expuso de manera gráfica y por medio del dibujo de una cometa los componentes más importantes de Imagix, la Unidad para la Innovación y Creación del Grupo Nacional de Chocolates. «Se trata de echar a volar las ideas con las que se logran nuevos y mejores productos», dijo Niño Torres.

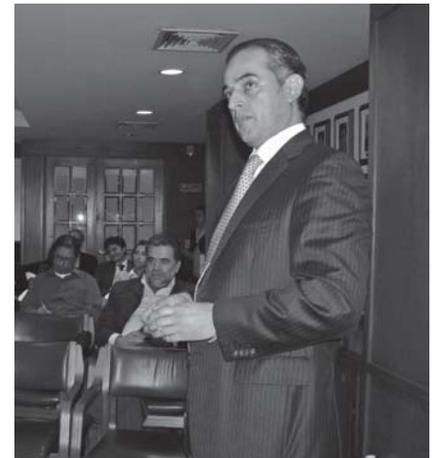
La cometa en mención se divide en cuatro grandes módulos:

Cultura: Consiste en armar grupos de gente innovadora, participativa, apasionada, disruptiva, que asuma riesgos, con tolerancia a la frustración y a la ambigüedad, en espacios físicos que estimulen la creatividad.

Procesos: Se trata de desarrollar nuevos productos por medio de la metodología *Stage Gate*, que consiste en un esquema de etapas y compuertas soportado en filtros, donde muchas ideas entran en proceso de evaluación y se van eliminando en la medida en que llegan a determinadas etapas de su desarrollo. También de explotar ideas por medio de la investigación aplicada y la prospectiva.

Recursos: Invertir porcentajes significativos de las ventas en innovación, así como en infraestructura (equipos, herramientas, tecnología, lugar de trabajo). Es necesario, en este aspecto, contar con una persona que coordine la gestión del modelo al interior de los negocios.

Marco de acción: La premisa de este último campo es obtener resultados sobresalientes con gente apasionada por la innovación, en una cultura que la propicie. 



Mario Alberto Niño Torres, presidente de Meals de Colombia y vicepresidente corporativo de Mercadeo e Innovación del Grupo Nacional de Chocolates, durante su intervención como conferencista central de la Tertulia Palmera de noviembre.