

INNOVETATS 30/09/2024

Referenciales ISO para la innovación (en inglés).

Lo hemos visto en: <https://bradenkelley.com/2024/09/iso-innovation-standards/>

Los estándares no son perfectos, pero uno de los principios básicos de la innovación es no dejar nunca que la perfección se interponga en el camino del progreso. Ahora es el momento de practicar lo que predicamos poniendo a prueba los estándares en el mundo real, descartando lo que no funciona, adoptando lo que sí funciona e innovando e iterando para mejorar.

Aplicaciones de dating y desigualdad

Lo hemos visto en: <https://www.enriquedans.com/2024/09/aplicaciones-de-dating-y-coeficiente-de-gini.html>

La proliferación en el uso de aplicaciones de dating en los Estados Unidos, en donde su uso ha pasado del 2% en el 1998 al 50% en el 2017, ha provocado un incremento significativo de la desigualdad, al proporcionar una facilidad mucho mayor para segmentar los posibles candidatos en función de variables como estatus socioeconómico o nivel de estudios. Parece que pretender aplicar la tecnología a todo lo que hacemos, incluido el dating, no es necesariamente una buena idea, y que algunas cosas terminan funcionando mejor o de manera socialmente más sostenible cuando se dejan en manos de criterios menos «optimizados»...

¿Cómo conectar innovación con previsión? (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://www.weforum.org/agenda/2024/09/how-to-connect-innovation-with-foresight/>

Para estar preparados para el cambio desde una perspectiva de innovación orientada a la previsión y la acción, las organizaciones deben considerar horizontes temporales más amplios, interrelaciones estratégicas y el entorno contextual. Esto ayuda a descubrir necesidades no satisfechas y mercados adyacentes existentes con potencial de crecimiento, todo lo cual ayuda a una organización a prepararse para el cambio.

La tecnología sola nunca es suficiente para una auténtica productividad (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/technology-alone-is-never-enough-for-true-productivity>

Hemos aprendido que la tecnología, por más espectacular que resulte, por sí sola no es suficiente para mejorar la productividad. Lo que realmente se necesita es actualizar los procesos de negocio, capacitar a la fuerza laboral y, a veces, incluso cambiar los modelos de negocio y la organización de manera importante. Esto puede llevar a lo que llamamos una curva J de productividad, donde inicialmente, mientras se realizan todos esos cambios, no se ven ganancias de productividad e incluso se puede experimentar una pérdida de productividad. Con el tiempo, entra en acción la segunda parte de la curva J y se obtienen esos beneficios mayores.

INNOVETATS
30/09/2024

4 pilares de la innovación que todas las organizaciones necesitan (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://hbr.org/2024/09/4-pillars-of-innovation-every-organization-needs>

Estudios anteriores han demostrado que las nuevas ideas se consideran arriesgadas y, a menudo, se rechazan. Una nueva investigación sugiere que este rechazo puede deberse a la falta de criterios compartidos o puntos de referencia a la hora de evaluar el valor de una posible innovación. En un nuevo artículo, los autores concluyen que cuanto más novedosa es la idea, más difieren las personas en su percepción de su valor. También descubrieron que el desacuerdo en sí mismo puede hacer que las personas vean las ideas como arriesgadas y que sean menos propensas a apoyarlas, independientemente de lo novedosas que sean. Para ayudar a los equipos a ponerse de acuerdo en lo que respecta a las nuevas ideas, sugieren recopilar información sobre los puntos de referencia de los evaluadores y desarrollar criterios que puedan conducir a debates más centrados.

3 mitos sobre el entorno de las transformaciones (en inglés)

Lo hemos visto en:

<http://digitaltonto.com/2024/3-myths-of-transformation-theater/>

Las investigaciones muestran que en 1975, el 83% de los activos de una corporación estadounidense promedio eran activos tangibles, como fábricas, maquinaria y edificios. Cuando los activos son tangibles, el cambio tiene que ver en gran medida con la comunicación de decisiones estratégicas tomadas desde arriba. De todos modos, hay poco que alguien pueda hacer para resistirse a ellas. Sin embargo, la misma investigación revela que en 2015, el 84% de los activos corporativos se volvieron intangibles, como licencias, patentes e investigaciones. El cambio ya no tiene que ver con tomar decisiones sobre activos estratégicos, sino con lo que la gente piensa y hace todos los días. No se puede intentar forzar o dominar ese tipo de cambio, es necesario atraerlo y empoderarlo.

Obstáculos para asociarse con empresas emergentes (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://knowledge.insead.edu/strategy/obstacles-partnering-start-ups>

Las empresas emergentes pueden pensar que las corporaciones las ven como una fuente de ideas innovadoras para mejorar sus operaciones internas. En realidad, las corporaciones ven a las empresas emergentes como una fuente de conocimiento externo no solo para mejorar las operaciones internas, sino también para ofrecer a los clientes corporativos nuevos productos y servicios. Comprender las necesidades de los socios es el factor más importante para el éxito de las colaboraciones. Sin embargo, muchas empresas, tanto emergentes como corporaciones, pueden no lograr comprender plenamente esta situación.

Una forma mejor de descubrir innovación y orientar el cambio (en inglés)

Lo hemos visto en:

<https://sloanreview.mit.edu/article/a-better-way-to-unlock-innovation-and-drive-change/>

Liderar la innovación no consiste en lograr que la gente te siga hacia el futuro, sino en lograr que creen el futuro contigo. Una transformación exitosa y autosostenible necesita compromiso e inclusión verdaderos. Esto se puede construir con éxito ayudando a todas las personas a comprender que tienen un papel esencial que desempeñar y fortalezas únicas que aportar que se complementan con las fortalezas de otras personas.