

Estamos en tiempos de profunda fascinación con lo nuevo. Lo novedoso, lo no conocido o no visto es lo que atrae. Tal preferencia forma parte de una fascinación mayor: la fascinación por el cambio. Son tiempos en los que el cambio parece constituir un fin en sí mismo. Cómo se origina esta preferencia por lo novedoso no es fácil decirlo. Pudiera venir de una búsqueda cada más intensa de una mejor manera de satisfacer cualquier necesidad: afeitarse, complacer el paladar, escribir o leer con mayor eficiencia, almacenar gran cantidad de información, prolongar la vida sexual, ser más cautivante, viajar más rápidamente, comunicarse a larga distancia, escuchar música, etc., etc., etc. Pero también pudiera venir de un condicionamiento progresivo y creciente de quienes producen bienes o servicios que les permita hacer más dinero vendiendo cada vez más cosas, posiblemente a un costo de producción menor, para satisfacer más necesidades, y así han creado un gusto especial o preferencia por lo nuevo.

Sea cual fuere la explicación —el consumidor prefiere algo nuevo o a quien produce le conviene hacerlo, o ambas razones— el hecho es que la innovación constituye un foco de atención central de las organizaciones contemporáneas que anhelan ser líderes en su industria o campo de actividad. Sobran, entonces, las razones para investigar sobre lo que hace a una organización innovar y sacarle provecho a sus innovaciones, sea para hacer más dinero o para cumplir su función social. Este número de *Debates IESA* presenta cinco trabajos sobre discusiones muy actuales de tan atractivo tema. En ellos se habla, entre otras cosas, de qué hace innovadora a una empresa, cómo organizarla y gestionarla para que sea innovadora exitosa y produzca dinero a sus accionistas, cuáles son las trampas o dificultades más frecuentes, cuáles ejemplos de empresas innovadoras venezolanas vale la pena mencionar, qué es eso de innovar en organizaciones cuyo fin es cumplir una función social.

Es comprensible que quien lea estos trabajos diga: «quiero ser innovador» o «quiero que mi empresa sea innovadora». Sin embargo, también es posible que alguien diga: «eso de ser innovador es muy complicado». Pero, en cualquier caso, es muy difícil que el tema de la innovación no despierte el interés de un emprendedor o gerente de estos días. La razón es la siguiente: buena parte de lo que se recomienda a una empresa contemporánea que quiera ser innovadora, en lo que se refiere a su gerencia, es recomendable para cualquier organización, empresarial o no, que quiera tener éxito en el entorno competitivo, cambiante y hasta volátil del mundo actual, sea porque es cada vez más competitivo o menos predecible. Por ejemplo, estar pendientes de lo que ocurre en el entorno, de lo que quiere el consumidor o puede interesarle, ser flexibles, ocuparse de lo que fomenta la creatividad o de lo que motiva a los empleados, premiar la iniciativa de individuos o grupos, estimular la experimentación y el trabajo en equipo, ser menos jerárquicos, constituyen rasgos de lo que se considera hoy «buena gerencia». Quien lo dude piense en lo que significa para una empresa encerrarse en sí misma, no escuchar al cliente, ser inflexible, castigar la creatividad y la experimentación, premiar solo los logros individuales, ser jerárquica, lejana de los colaboradores, sus necesidad y motivaciones. Incluso, la misma concepción del gerente-líder que hoy se propone está más cerca de quien hoy lidera-gerencia haciendo de la innovación su actividad central, que del gerente tradicional concentrado en que se cumplan al pie de la letra unas normas claramente establecidas hace años por sus predecesores.

Estamos, entonces, ante un tema fascinante y útil, que puede tener impacto muy positivo aun en organizaciones que no «dan la vida» por la innovación, tal vez, lamentablemente, muchas. ■

- *Debates IESA* tiene como finalidad promover la discusión pública sobre la gerencia y su entorno, mediante la difusión de información y la confrontación de ideas. Es publicada trimestralmente por el Instituto de Estudios Superiores de Administración, en Caracas, Venezuela.
- *Debates IESA* está dirigida a quienes ocupan posiciones de liderazgo en organizaciones públicas o privadas de toda índole. El objetivo es propiciar la comunicación entre gerentes, funcionarios públicos, políticos, empresarios, consultores e investigadores.
- En *Debates IESA* tienen cabida los artículos que examinen temas de actualidad, análisis de políticas públicas y empresariales, aplicaciones de las ciencias administrativas y hallazgos de las ciencias sociales. Son bienvenidas, también, las exposiciones de teorías y modelos novedosos, reseñas de publicaciones y críticas o discusiones de artículos publicados en ésta u otras revistas.
- *Debates IESA* es una revista arbitrada. El editor enviará una copia anónima de cada artículo a dos árbitros, quienes emitirán alguno de los juicios siguientes: el artículo debe publicarse tal como está, requiere cambios o no debe publicarse.
- Los artículos publicados en *Debates IESA* no expresan consenso alguno, ni la revista se identifica con corrientes o escuelas de pensamiento. Además, los autores pueden estar en desacuerdo. No se acepta responsabilidad alguna por las opiniones expresadas, pero sí se acepta la responsabilidad de darles la oportunidad de aparecer.