



JOSU SASETA

Hominex: Innovación para la innovación

El Plan de Impulso del Comercio, continúa sus actividades, Josu Saseta Director Asociado de Hominex, fue el encargado del taller sobre innovación que tuvo lugar en la Cámara de Comercio de Castellón.

Con el lema "Campañas de Innovación" Hominex, Start-Up española, ha desarrollado una nueva forma de gestionar la innovación. Josu Saseta explicó cómo han sistematizado el proceso de innovación basándose en el potencial creativo de las personas y las buenas prácticas internacionales en gestión de ideas, teniendo en cuenta que todo en las organizaciones es susceptible de ser innovado.

¿Cómo entienden la innovación en su empresa?

Nosotros no hemos inventado nada en este aspecto. Hemos recogido las corrientes, la comprensión y el significado que hay a nivel global. La innovación se entiende como la obtención de beneficios o valor de implantar ideas. Sin implantación no hay innovación y para que la innovación sea atractiva, ésta tiene que producir valor o beneficios.

Por otro lado, la innovación es un proceso basado en personas. Sólo las personas como seres creativos tenemos la capacidad de crear ideas y de llevarlas a cabo. También consideramos que la innovación es un proceso y que, por lo tanto, tenemos que ser capaces de innovar sistemáticamente. También creemos que la innovación tiene que estar integrada en el día a día las organizaciones; no podemos convertir la innovación en una tarea a realizar fuera del horario.

El último gran concepto que tenemos en cuenta es que todo es susceptible de ser innovado: procesos, mercado, productos, etc. puedes innovar en cualquier disciplina que te propongas. Es lo que llamamos innovación en sentido amplio. Por lo que es muy importante que una organización decida sobre lo que quiere innovar ya que dispone de recursos limitados. No solemos darle mucha importancia a si estamos hablando de pequeñas ideas, innovación incremental, o a grandes ideas, innovación más radical. La metodología y el software que desarrollamos permiten trabajar cualquier tipo de innovación.

¿Qué aporta Hominex en este sector?

Es una empresa que se ha creado con vocación global. Estamos ubicados en el Parque Tecnológico de Vizcaya desde donde aspiramos a convertirnos en uno de los tres principales proveedores internacionales en cinco años. En la actualidad estamos innovando el proceso de innovar a nivel internacional, puesto que el sector está en un momento decisivo en el que se puede decir algo. Hay multinacionales que han mostrado interés en nuestro producto y metodología y dentro de poco esperamos dar el salto a nuevos mercados.

Explíquenos qué nuevos retos permitirá enfrentar su software

Imagínate que para tus retos importantes en la organización fueras capaz de pedir a todos los profesionales que trabajan en ella que te aportaran ideas, y además de recogerlas, tienes la capacidad de seleccionar las de mayor valor, y además tienes la capacidad y los recursos para poder implementarlas. En estos momentos las metodologías de Campañas de Innovación, así es como llamamos a nuestra metodología, te permite, con la plataforma de innovación que hemos creado, realizar todo esto de forma eficiente y repetitiva multiplicando así los resultados.

¿Qué innovación concreta están ustedes llevando a cabo?

Nos dedicamos a una parte muy concreta de la gestión de innovación y hemos desarrollado una metodología que permite canalizar las ideas de las personas de forma eficiente para afrontar diferentes retos de la organización basándonos en el concepto de participación para innovar. Cuando decimos personas nos referimos a las personas de nuestras propias organizaciones, de las instituciones públicas y decimos también proveedores, clientes etc. aunque la complejidad de trabajar campañas de innovación abierta es mayor.

¿Cómo surgió la metodología de trabajo que ustedes han desarrollado?

Uno de los inventores fue el Director Asociado de Hominex, Jon Aristi. Trabajaba en Inglaterra y vio como los procesos de gestión de ideas más tradicionales como los sistemas de sugerencia o de participación del personal tenían carencias importantes. Se investigó y trabajó en cómo superar esas carencias metodológicas y se desarrolló una nueva forma de gestionar las ideas. Cambiando los conceptos se ha conseguido que funcione. Nuestra metodología, las Campañas de Innovación, permite arrancar desde la necesidad, alguien necesita las ideas, es lo que llamamos ideas bajo demanda. Cuando un directivo o una organización tienen un reto, puede abrir la participación a amplios grupos de personas para que les aporten ideas para, más tarde, seleccionar las de mayor valor e implantarlas. Las ideas tienen un promotor y se recogen en un tiempo limitado para que la participación no decaiga. La participación se abre a colectivos amplios con lo que obtenemos una mayor divergencia, es decir, una mayor riqueza de ideas diferentes. También se obtienen más ideas al tener un mayor número de personas creando ideas. Se trata de un tema de números, cuantas más ideas, al final resultan mejores ideas. También en este proceso se da lo que se llama fertilización cruzada, porque las personas tienen acceso a las ideas de los otros y se pueden inspirar en estas para crear nuevas ideas. Este es uno de los beneficios de la metodología de Campañas y otro es que se toma la innovación como un proceso social.

¿Qué herramientas utilizan las Campañas de Innovación? ¿Qué resultados concretos obtenemos con estas herramientas?

La metodología en sí está soportada en una herramienta colaborativa de gestión de ideas bajo tecnología web que se llama Plataforma de Innovación de Hominex. También se suele combinar la herramienta con sesiones presenciales de creación de ideas.

En la herramienta puedes encontrar los roles que se necesitan para gestionar el proceso con éxito. Por ejemplo, la persona que liderará la implantación las ideas es lo que se denomina "promotor o promotora" y es quien lanza la campaña de

recogida de ideas. La herramienta también te permite enfocar la temática; el tema del enfoque es muy importante. Si consigues enfocar un reto muy genérico un mayor número de personas será capaz de entenderte y crear ideas de valor. Por ejemplo si pedimos ideas para evitar el calentamiento global estamos en un nivel de abstracción muy grande y por lo tanto al intentar crear ideas nos resulta muy complejo aportar ideas prácticas de valor. Sin embargo, si lanzamos una campaña con un enfoque claro como, por ejemplo, pedir ideas para reciclar más en tu casa mucha más gente será capaz de generar ideas y aportará ideas de valor; al final el reto es el mismo.

La urgencia y la caducidad de los retos de innovación, ya sean oportunidades o problemas, son características importantes que hay que tener en cuenta, aspecto que la herramienta contempla. La idea es que tenemos que ser capaces de obtener las ideas en intervalos relativamente cortos de tiempo.

Otro aspecto que se contempla es el tipo de dinámicas de participación que se dan en los procesos de innovación que es similar al de una campana de Gauss, va creciendo hasta que se estanca y decae, es antes de ese momento cuando se para la participación y pasamos a evaluar.

Es más práctico y pragmático que los que existían hasta ahora y los beneficios se ven a corto plazo. Hoy en día en muchas organizaciones las buenas ideas se pierden en el camino.

El plan de impulso del Comercio, que están desarrollando las Cámaras de la Comunidad Valenciana, esta principalmente enfocado al comercio ¿Qué dificultades encuentran, en la práctica, las pymes para ser innovadoras? Según el tamaño y el sector de la pyme los retos son diferentes, aunque todas pueden innovar exactamente igual, las barreras vienen de la falta de recursos para innovar y que en empresas muy pequeñas la gente esta muy enfocada a la tarea del día a día. Aunque hay muchas pymes muy innovadoras, la inercia hace que muchas empresas tanto pequeñas como grandes a las que les ha ido bien en el pasado se planteen por qué han de cambiar. Otros problemas son el no enfrentarse a la innovación con una metodología y el carecer de recursos para externalizar ciertas actividades.

En ese sentido es importante destacar las actividades de promoción de la innovación que están haciendo entre las PYMES las Cámaras de Comercio, las agencias de innovación, la Escuela de Organización Industrial (EOI) y múltiples organismos intermedios diseminados por toda España cuya labor supone un paso adelante importante en la dotación de recursos y conocimientos para poder superar algunas de las barreras que indicaba.

¿Su tecnología sería efectiva en la PYME? ¿De qué forma se podrá hacer uso de esta herramienta?

En cualquier empresa que quiera sistematizar su proceso de innovación sería efectiva. En este momento estamos negociando con Microsoft y NTT para ofrecer nuestros servicios en un nuevo modelo de negocio SaaS - Software as a Service. La idea sería alquilar nuestra plataforma para campañas de innovación concretas internas, con clientes, con proveedores, etc. y de esa manera dar la posibilidad a las PYMES y otras organizaciones que han mostrado interés de beneficiarse de la utilización de la herramienta sin comprar el producto en propiedad.

¿Qué empresas están comprobando ya su funcionamiento y beneficios? Entre otros, IKUSI que, después de lanzar una campaña de innovación, está en proceso de adquirirlo, el Grupo Ingeteam ha implantado ya la herramienta en dos de sus empresas y también hemos lanzado una Campaña de Innovación con el Ayuntamiento de Vitoria – Gasteiz sobre innovación en transversalidad, todo un ejemplo para administraciones municipales, un proyecto muy interesante en el que se han recogido las ideas de 200 de sus técnicos con el apoyo de 20 de sus

directores. Este proyecto ha sido un hito puesto que actualmente no hay proyectos de este tipo a nivel internacional que sepamos. Las administraciones públicas y municipales tienen un gran potencial de innovación en el servicio a sus ciudadanos y deberían de ser conscientes de que pueden innovar.

Hay sectores como el de entidades financieras (bancos, cajas de ahorro y aseguradoras) y el sector turístico y hotelero, que podrían también obtener grandes beneficios, por lo que esperamos trabajar dentro de poco con ellos.