

---

## GENERACIÓN Y CAPTURA DE IDEAS: UN RETO PARA LA INNOVACIÓN

**Jorge Hernán Mesa Cano – Coordinador Programa de Empresarismo**

---

Cuando se observan las ideas que han revolucionado el mundo, como lo han sido el invento de la rueda, el fuego portátil (en encendedores y fósforos), la máquina de escribir, la fotocopidora, etc., se encuentran alrededor de estas ideas una serie de elementos importantes a poner en consideración para aquellas personas que desean incursionar en los campos de la innovación y creación de nuevas empresas. Dichos inventos sufrieron una serie de transformaciones con el pasar del tiempo, fruto de personas que aprovecharon su experiencia o conocimiento para generar cambios en esas ideas iniciales; por eso a la rueda le pusieron radios, neumáticos, la convirtieron en engranajes, etc.

Así mismo, la prensa copiadora de James Wats sería, en 1780, fuente de inspiración para el inventor de la máquina de escribir o la pluma eléctrica de Tomas Alba Edison, la cual daría pie al surgimiento del mimeógrafo, y seguramente este sería uno de los puntos que analizó Chester Carlson; el inventor de la fotocopidora, para sacar adelante su prototipo de copiadora. En realidad, lo que pasó es que se necesitaron **ideas, personas, conocimiento y experiencias**, pero en la mayoría de estos casos, se requirió muy especialmente de alguien que pusiera esos desarrollos en el mercado y eso estuvo a cargo de empresarios que tenían o la facilidad de producir los inventos y tenerlos a nivel industrial o tenían los mercados cautivos para llevarles los productos desarrollados.

Para poder hacer posible lo anterior, se hizo indispensable contar con un **creativo** e inventor dispuesto a materializar su idea; así como también es fundamental contar con la disposición de **empresarios** atentos y abiertos a escuchar y potenciar las **ideas** de los inventores. Esta combinación es importante para que no le ocurra como a IBM o General Electric, que en su momento, desestimaron el potencial de la fotocopidora de Carlson y fue entonces cuando una empresa de fotografía vio lo que los otros empresarios no percibieron en la iniciativa: todo su potencial para crear una gran empresa, llamada Xerox.

### *Elementos indispensables en la generación y desarrollo de las ideas*

---

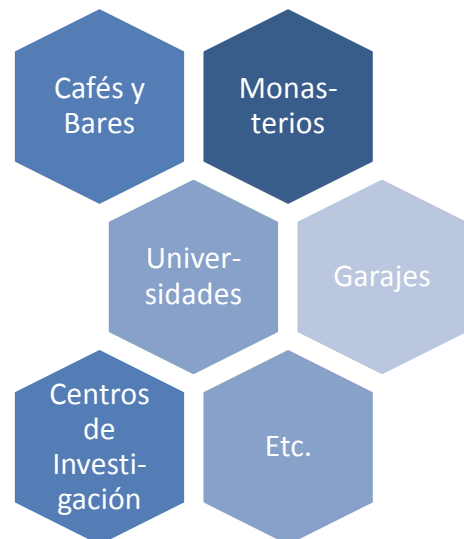
Hay una gran cantidad de inventos que nunca se convierten en innovaciones pues no alcanzan a llegar al mercado, evidenciando que para llegar a los clientes y posibles usuarios, se hace

necesario, como mínimo, contar con la presencia de un emprendedor, un inventor y una idea. Estos tres son las semillas que conducirán a potenciales frutos, así como lo son también otros ingredientes adicionales como la creatividad, la pasión y la confirmación de equipos de trabajo alrededor de una iniciativa.

Esto entonces nos lleva a plantear que en este proceso hay que trabajar sobre dos grandes dimensiones que son el emprendedor y la idea. Al primero hay que buscar la manera de agregarle competencias y habilidades que le permitan hacer que sus ideas se trasformen, pero a su vez se debe trabajar sobre las ideas mismas, las cuales hay que hacerlas crecer y madurar, para que al final se conviertan en productos, unidades de negocios o incluso en grandes empresas.

Es importante, también, tener claro que las ideas no se crean y desarrollan en el vacío, estas, como muchas otras cosas, requieren de un **ecosistema** propicio para avanzar en su transformación. Así como las semillas requieren agua, fertilizantes y climas propicios, las ideas necesitan actores, incentivos y recursos que permitan la germinación de estas. De allí, que a través de la historia se hayan visto, entre otros sitios, lugares ideales para gestar y poner en marcha una idea, tales como las que se muestran en la gráfica.

A lo anterior habría que agregarle una serie de personajes que a través de la historia han posibilitado la puesta en marcha de muchas iniciativas; son entonces los reyes, las familias prestantes de la antigüedad (ej: los Medici), los inversionistas y los mismos empresarios, personajes que han impulsado y catapultado el mundo de las ideas y la invención.



### *Radars de las ideas innovadoras*

---

Cuando se analiza la manera como han surgido muchos emprendimientos, lo que se encuentra en común es que han partido de 4 factores claves o estratégicos:

- Problemas de los países, regiones o empresas
- Desarrollos tecnológicos
- Atención de necesidades específicas de un mercado
- Conexión de actores que se encontraban desintegrados

Según los estudios y análisis que he logrado hacer, es posible establecer las variables que dan soporte a una *idea ideal* y esto se ha ratificado en proyectos como Skudmart (una iniciativa de preparación y embellecimiento de cuerpos sin vida), Anicom (un proyecto de animatrónica y robótica); ambas iniciativas colombianas. Pero también son evidencia casos como Floralp (empresa suiza de quesos maduros en Ecuador), Kahuel (emprendimiento de holografía y animación 3D en Chile) y el instituto Montessori en el Perú (Academia de gastronomía y servicios complementarios para estratos bajos en dicho país). Esquemáticamente, lo que se puede tener de una idea ideal son cuatro variables claves, donde cada una de ellas posee dos dimensiones que a su vez posibilitan entre otras cosas lo siguiente:

- Validar si la idea está bien encaminada o no por parte de un emprendedor.
- Posibilitar la transformación de la misma idea usando adecuadamente las dimensiones que presenta el Radar de las Ideas Innovadoras en este caso.
- Configurar una iniciativa con alto potencial, teniendo muy claro los ejes sobre los cuales se debe trabajar.
- Convertir una idea común y corriente en un proyecto con alto potencial innovador.



A continuación se presenta la figura que representa estas variables y dimensiones propias para proyectos de alto impacto a nivel de Latinoamérica.

**El potencial de país** es un detonador para la puesta en marcha de muchas iniciativas, pues, como se indicaba anteriormente, un emprendimiento no se construye en el vacío; es vital el ecosistema que lo rodea, y por eso cuando se está en el Perú, el terreno está abonado para proyectos en

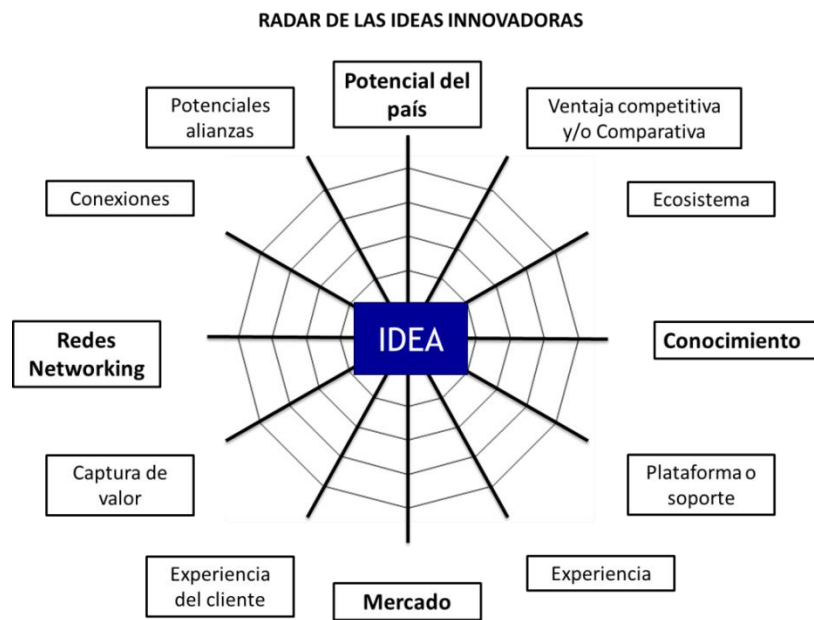
gastronomía, o cuando se ubica un emprendedor en Chile las ideas alrededor de la minería o de la producción agrícola serán las más llamadas a salir adelante. En Colombia no será raro encontrar iniciativas relacionadas con café, moda y salud. O si por alguna razón el emprendedor se ubica en España, lo indicado allí es realizar proyectos tecnológicos, de energías alternativas, etc. Son todos estos ejemplos de la importancia de no olvidar la teoría presentada por el señor Michael Porter, alrededor de las ventajas competitivas de los países.

Así como es vital el potencial de país, es fundamental el **conocimiento**, es difícil sacar adelante una iniciativa cuando el emprendedor poco o nada conoce de un tema, esto solo hace que la iniciativa parta con relación a sus competidores potenciales unos kilómetros más atrás y en esta maratón del desarrollo empresarial no es bueno conceder ventajas a sus competidores. Es importante entender que el conocimiento surge de un conjunto de datos, que luego se convierten en

información y cuando esta es ubicada o usada en un contexto determinado se transforma en conocimiento. Lo que se va a ver como común denominador en la materialización de una idea exitosa es **la captura, adaptación y uso del conocimiento en diversas formas, tamaños y magnitudes.**

Es importante reconocer además la importancia de conformar redes de contactos o **networking**, concepto que Bill Gates comprendió a la perfección, al aprovechar su pasantía realizada en la Casa Blanca para catapultar su iniciativa.

Estos tres conceptos mencionados, además de un pleno conocimiento de las necesidades del **mercado**, y la satisfacción de estas a través de una propuesta de valor, que sea verdaderamente percibida y apreciada por el cliente, conforman el **Radar de las Ideas Innovadoras**, el cual fragmenta cada una de estas cuatro variables en dos dimensiones cada una, posibilitando una mejor orientación para emprendedores innovadores.



Mesa, Jorge. 2012

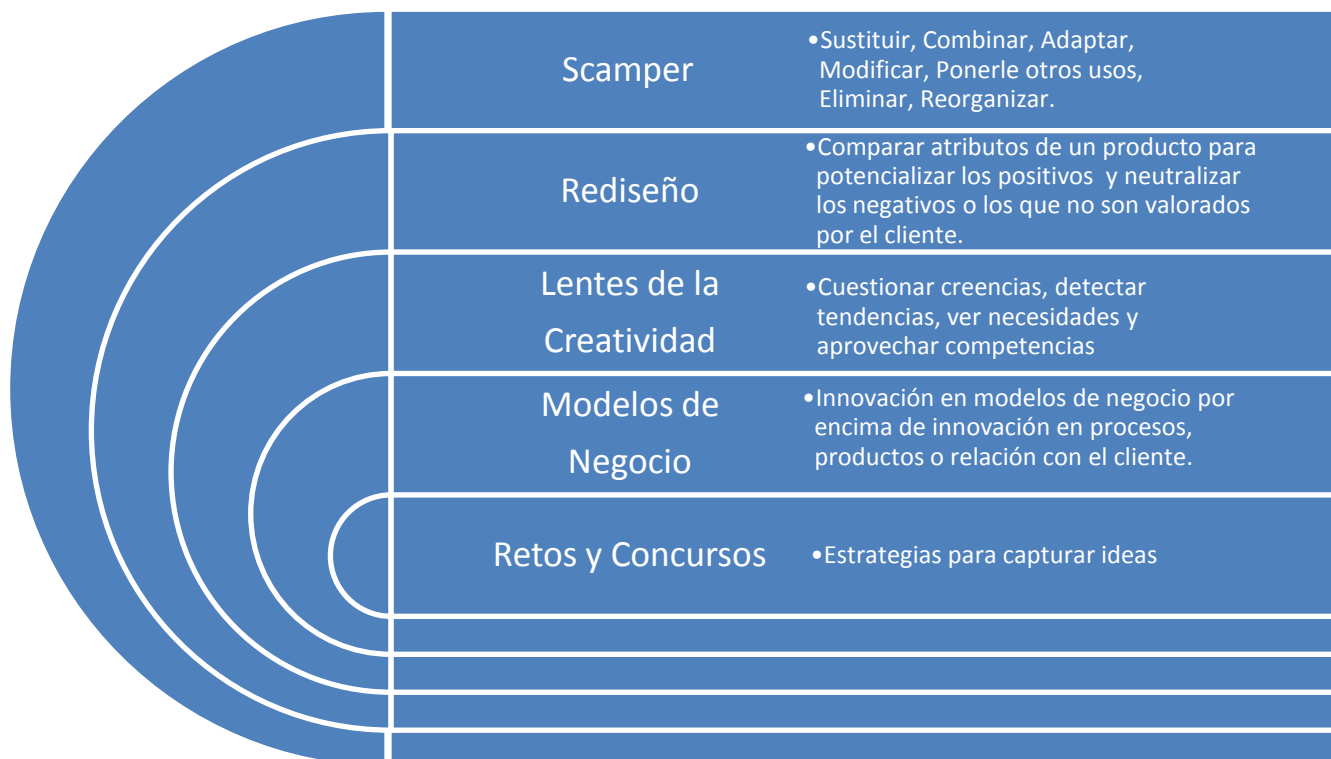
Fuente: Desarrollo del autor de este escrito (Jorge Hernán Mesa Cano)

### **Metodologías para la Generación de Ideas**

---

Si analizamos el punto de partida de este Radar, nos daremos cuenta de que el foco inicial es una idea de negocio, la cual, en ocasiones, puede no ser la súper idea, para lo cual se hará necesario el

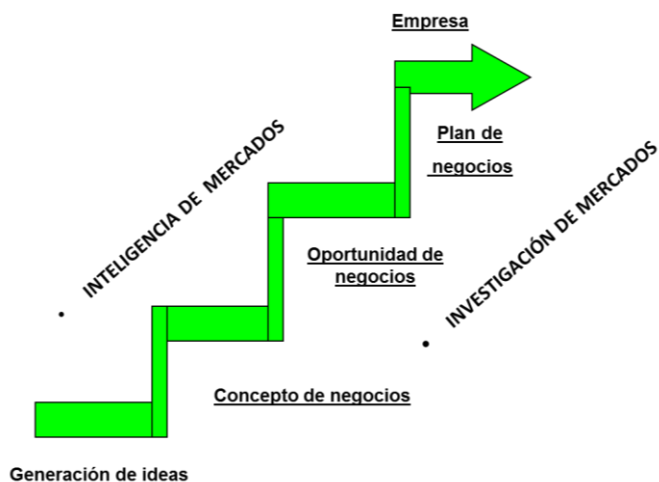
uso de diversas metodologías que posibilitan el surgimiento de muchas, variadas e inusuales ideas de negocios, productos, etc., entre las cuales se recomiendan las siguientes:



Estas metodologías permiten no solamente la Generación de Ideas, sino la transformación de estas a Conceptos de Negocio; que son en últimas, lo que debe ofrecerse para que el cliente perciba el valor real del producto o servicio. Una clara comprensión del Concepto permitirá que este se convierta en una Oportunidad, luego en un Plan de Negocio, para terminar en la conformación de una empresa.

Este proceso deberá entonces estar acompañado de dos grandes componentes que son; la *inteligencia de mercados*, la cual

### PROCESO DE TRASFORMACIÓN DE LAS IDEAS



permitirá convertir la idea en oportunidad de negocio, y la *investigación de mercados* para consolidar esta oportunidad en una verdadera empresa.

Profundizando en la metodología de Retos y Concursos, encontramos ejemplos exitosos alrededor del mundo, como el Global Challenge de MIT, el CIDAC en México, Start-Up en Chile, y otros concursos en Colombia como lo son Ventures, TR35 y Wayra, entre otros. En la Universidad EAFIT contamos con nuestro propio **Concurso de Iniciativas Empresariales\***, en el que pueden participar estudiantes, egresados, empleados y miembros de grupos de investigación. En este, los concursantes encontrarán apoyo a lo largo del Concurso a través de talleres, en los cuales se promueve la generación de ideas innovadoras, la conformación exitosa de equipos de trabajo, incluso la orientación en aspectos más formales como la manera ideal de presentar la iniciativa empresarial a potenciales inversionistas.

La Universidad EAFIT, con el objetivo de brindar espacios para el desarrollo de la cultura emprendedora y el progreso del país, cuenta adicionalmente con diferentes eventos que integran emprendedores, creativos y empresarios. El Encuentro de Emprendedores y Creativos es uno de esos espacios, donde los actores pueden compartir sus conocimientos, habilidades y capacidades para innovar. En un futuro cercano se contará con el programa **SILEX**-Soluciones Innovadoras para el Logro de la Excelencia, donde se busca brindar un espacio para que, a través de la integración Empresa-Universidad- Emprendedores-Creativos, se brinden soluciones innovadoras a diferentes problemáticas que enfrentan las compañías y la sociedad en general.

Las ideas surgen de diversas fuentes y las personas y las compañías deben disponer de mecanismos para poderlas atrapar y desarrollar, pero a su vez esto implicará que las personas también sufrirán transformaciones y deberán colocarse al nivel del desarrollo de las mismas, esto es posible a través de la educación y formación de las personas, o con la conformación de equipos de trabajo multidisciplinarios, que sean capaces de enfrentar los retos que conlleva la puesta en marcha de una idea de negocio.

### **Conclusiones y aprendizajes de la Cátedra de Innovación Empresarial José Gutiérrez Gómez:**

---

- Las ideas se generan en un contexto donde es ideal contar con el creativo o inventor, el inversor o promotor de la iniciativa, pero es esencial la mano de un emprendedor que las transforme en realidad.
- Una idea ideal cuenta con 4 variables claves que son:
  - Aprovechamiento del potencial del país

- Conocimiento profundo sobre el tema
- Redes de contactos o networking
- Satisfacción de las necesidades del mercado
- La generación de las ideas y su posterior transformación deben ser acompañadas por una serie de metodologías que hacen posible la evolución de estas hacia un nivel superior, pasando de idea a concepto, luego a oportunidad, para culminar en un plan de negocio o en una empresa en marcha.
- Las ideas no nacen innovadoras, por eso usando metodologías como Scamper, Rediseño, Lentes de Creatividad, etc., se logra convertir una iniciativa sencilla y elemental en un proyecto con alto valor.

*\*Para ampliación acerca del Concurso de Iniciativas Empresariales EAFIT 2012 visita la página web:*  
[www.eafit.edu.co/concursoiniciativas](http://www.eafit.edu.co/concursoiniciativas)

Documento elaborado por: Jorge Hernán Mesa Cano  
Coordinador del Programa de Empresarismo  
Universidad EAFIT