

Tirada: <b>49.455</b>	<b>Expansión</b>	Superficie: <b>20 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>17,68%</b>	Valor: <b>1.968,61 €</b>	Página: <b>12</b>
Difusión: <b>32.013</b>					
(O.J.D)	<b>Nacional</b>	<b>Diaria</b>			
Audiencia: <b>112.045</b>	<b>Economía</b>				
(E.G.M)	<b>2<sup>a</sup> Edición</b>	<b>21/11/2014</b>			
Ref: <b>5742616</b>					



OPINIÓN

**Enrique Dans**

## Innovación e isomorfismo

Una visita a la fantástica (y muy densa) exposición de Ferran Adrià en el Espacio Fundación Telefonica en la Gran Vía madrileña me lleva a reflexionar sobre la atención que desde hace ya algún cierto tiempo genera la llamada "industrialización de la innovación".

El tema se está convirtiendo en una de los grandes preocupaciones de muchas empresas en nuestros días. O al menos, de aquellas que son conscientes de la importancia crucial que ha adquirido la innovación: cómo mantener sus características punteras o de vanguardia frente a tendencia natural hacia la inercia organizacional.

El enemigo número uno se llama isomorfismo institucional: la tendencia de cualquier sistema a alcanzar el equilibrio adquiriendo cada vez más características de su entorno normativo. El isomorfismo se infiltra en las organizaciones procedente de todas partes: de la llegada de directivos y trabajadores de otras empresas de la industria, de la imitación más o menos consciente de la estrategia y los movimientos de empresas supuestamente líderes, del uso de determinadas herramientas, de procesos de homologación exigidos por la administración o por asociaciones de estándares de diversos tipos. Podemos hablar de isomorfismo normativo, mimético o coercitivo, pero el resultado es siempre el mismo: el dinamismo y la ruptura de reglas que en su momento hicieron de esa compañía "algo diferente" tiende a perderse, a diluirse, a sustituirse por una cultura más basada en la estabilidad.

Plantéese qué recursos y procesos contribuyen en su empresa a la innovación y cuales al isomorfismo. Mantener la cultura innovadora exige conocer al enemigo: luchar por todos los medios contra el isomorfismo. Y además, hacer que los procesos que alimentan la innovación se conviertan en una señal de identidad, en un valor de la organización. ¿El premio? Incalculable.

Profesor de IE Business School