Archivos del futuro

CARLOS TRIBINO
CONSULTOR EN INNOVACION Y BRANDING
CTRIBINO@MAC.COM

En la corriente crisis, más de un empresario se encuentra en un *Catch-22* o *Trampa 22*, término anglosajón proveniente de la novela de Joseph Heller del mismo título, que se refiere a paradojas o encerronas, en que cualquier alternativa nos acaba perjudicando. El libro se desarrolla durante la II Guerra Mundial, donde el protagonista intenta descifrar el significado de *Catch-22*, una misteriosa regla militar que comprueba que la gente loca es la más sana y la de mejor criterio es la que ha perdido la cabeza, evitando así que los pilotos de guerra escaparan de sus obligaciones militares por declararse en estado de demencia.

En el actual ambiente económico, es normal cuestionar hasta nuestro propio criterio. Estamos en un *Catch-22* donde se polarizan la obligación de innovar para competir y la necesidad de recortar costes para sobrevivir. Son muchas las empresas que han ajustado ya sus presupuestos de I+D+i y sus plantillas de investigadores, más las que quedan por venir. Y paradójicamente, es cada vez más importante la necesidad de innovar.

Existe la posibilidad de lograr ambos objetivos, y hay quien lo ha hecho o lo está haciendo con excelentes resultados. A través de los años las empresas generan un sinfín de ideas de enorme valor. Lo cierto es que el valor es relativo; una mala idea hace 5 o 10 años puede ser una excelente idea hoy. Las inversiones en I+D frustradas o los lanzamientos de nuevos productos fracasados pueden resultar exitosos en un futuro. La tecnología es muy dinámica y cambia, así como los gustos o necesidades del consumidor. Una tecnología imposible años atrás podría funcionar hoy complementándola con otros avances tecnológicos. Y un producto o servicio que no encontraba clientes en los ochenta, podría generar listas de espera en el mercado actual.

Pero ¿cuántas empresas muestran la disciplina de revisar sus archivos de ideas, conceptos o planes? ¿Cuántas saben lo que tienen acumulado en los portátiles o mentes de sus empleados? ¿Cuántas se proponen recurrir a ellos en vez de proponerse nuevas inversiones? Sospecho que pocas. En un momento donde carecemos de recursos para la innovación, ésta es una excelente iniciativa para salir de la encerrona.

Durante la recesión norteamericana de principios de los ochenta, 3M lanzó uno de las mayores innovaciones de su historia. Las omnipresentes notas *Post-it®*, que han afectado hasta nuestra manera de comunicarnos, fue una tecnología inventada en el año 1968, cuando un científico buscaba formas de mejorar adhesivos de acrilato en las cintas. Sin embargo, la tecnología no vería la luz hasta que fuera rescatada de los archivos por el investigador Art Fry en 1980. Fry buscaba una solución para otros usos y presentó la misma fórmula a consumidores de otra época en un producto muy distinto: la nota *Post-it®*.

En la crisis de principios de los noventa, la agencia publicitaria DDB buscaba maneras de rejuvenecer al renombrado portavoz de Café de Colombia, Juan Valdez, con el fin de atraer públicos más jóvenes, no muy aficionados al producto ni a la marca. En un momento de recortes presupuestarios, la agencia recurrió a los antiguos archivos de vídeo de la marca de los años cincuenta y sesenta. El resultado fue una serie de spots televisivos en blanco y negro con un atractivo auténtico y *retrocool*, que resonaba con la audiencia joven como un vídeo de la MTV. Los costes de producción se redujeron a tiempo de edición y derechos musicales. La campaña entera costó menos del 10% de un solo comercial de aquel entonces.

En la actual crisis, y más allá de la simple supervivencia, las automovilísticas enfrentan el desafío de reducir el gasto energético así como las emisiones de carbono. Recientemente, Ford ha recurrido a sus archivos para utilizar viejas tecnologías (algunas de los años cuarenta), para rediseñar el modelo Explorer 2011. Combinando acero de peso liviano y motores de inyección directa, estiman que podrán lograr consumos de gasolina de unos 13 km por litro, casi dos veces más eficiente que los Explorers de principios de década y un 20% más que algunos híbridos. Adicionalmente, planean introducir turbocompresores, una tecnología de unos 100 años, para lograr mayores rendimientos, y una técnica de ahorro energético de los años noventa llamada *stop-start* (parar-arrancar), que apaga el motor cuando el coche está parado en un semáforo y se autoenciende cuando el conductor toca el acelerador. Si bien el gigante de Detroit ha demostrado más compromiso en innovar que determinación en implementarlo, merece la pena notar que estas tecnologías tienen ahora una mayor aceptación en el mercado, con un consumidor que está dispuesto a pagar más por ellas.

> “Con los años las empresas generan un sinfín de ideas de enorme valor; una mala idea hace 5 o 10 años puede ser una excelente idea hoy”

La novela de Heller ilustra, de alguna manera, cómo el sentido de supervivencia y una paradoja puede forzarnos a ser más ingeniosos para salir adelante. Tal vez tenía algún mensaje para los empresarios de la época. La publicó en EE UU durante la recesión de 1961.

CincoDías

Director Jorge Rivera

Subdirectores José Antonio Vega y Juan José Morodo

Redactores Jefes Fernando Sanz (Especiales), Ángeles Gonzalo (Finanzas), Rafaela Perea (Diseño), Gonzalo Garteiz (Cierre), Nuño Rodrigo (Mercados-5D-Cinco Sentidos)

Secciones Cristina Garrido y Cecilia Castelló (Empresas), Carmen Monforte (Energía), Antonio Ruiz del Árbol (Telecomunicaciones), Marimar Jiménez (Cinco Red), Arantxa Corella (Buen Gobierno), Bernardo Díaz (Economía), Juan Ferrari (Opinión), Miguel Rodríguez y Natalia Sanmartin (Mercados-5D-Cinco Sentidos), Marian Palacios (Suplementos), Federico Castaño (Política), Paz Álvarez (Empleo y Directivos), Kirru Artea (País Vasco) y Óscar Laguarda (Infografía)

Corresponsales Ana B. Nieto (Nueva York) y Bernardo de Miguel (Bruselas)

Director Cincodías.com Jorge Chamizo.**Jefe sección** Alfredo García

Gerente María Frías
Adjunta a Gerencia Marta Moldes
Operaciones José Luis Gómez
Producción Ángel Martín **Distribución** Mónica Roldán **Marketing** Eduardo Díaz
Suscripciones Alberto Alcantarilla **Sistemas** Javier Álvarez

Depósito legal: M-7603-1978. Difusión controlada
Edita Estructura, Grupo de Estudios Económicos, S.A. Gran Vía, 32. 2ª planta. 28013 Madrid. Teléfono 915 386 100.