

Opinión: Innovar implica deshacernos de lo viejo

31 de Enero de 2019

Compartir 0

0

0

0



Por Oriol Ros, director Global de Marketing de Latinia

Uno de los aspectos más controvertidos de la llamada Transformación Digital que viven hoy la mayoría de las industrias, y la financiera en particular, son las fronteras difusas y ambiguas a la hora de etiquetar qué es, o a partir de dónde y cuándo podemos considerar algo innovación. No faltan comunicados o promociones anunciando algo que posiblemente no merezca tan codiciado apelativo, en la medida este pasa por ser uno de los atributos que más valoran los clientes y el mercado en general.

Tendemos a considerar cualquier nuevo servicio o producto financiero como algo innovador, cuando no todo lo digital lo es. Hemos visto como algunas entidades, pensando especialmente en el público millennial, han comenzado a enrolar clientes a través de una selfie, lo que tiene como lógica evitar que el cliente se acerque a una oficina física, de la cual es cada vez más reacio. Esto ahorra tiempo, permite realizar el proceso de días a horas y es claramente mejor y más eficiente, pero solo eso, y esto es optimizar un proceso de negocio, nada más.

La auténtica innovación radica en deshacerse de la forma de hacer las cosas que una institución puede tener instalada desde hace 30, 50 o incluso 100 años. Las compañías deben atreverse a realizar un salto al vacío que determinará su innovación, sino estarán simplemente transformando.