# Lenovo: Inversión a largo plazo es clave para ir de la innovación disruptiva a la realidad comercial

La innovación es parte del corazón de la empresa. Las inversiones a largo plazo en innovación son esenciales para poder transformar las ideas disruptivas en realidades comerciales, sostuvo Rodrigo Helo, director del segmento SMB en América Latina de Lenovo.

**«En Lenovo logramos traducir las inversiones en innovación disruptiva a realidades comerciales, para esto la clave está en la inversión a largo plazo», afirmó durante su participación en el e-Summit Perú Digital 2022**, organizado por la CCL.

Explicó que una inversión tiene normalmente una curva J, ya que en la parte inicial se invierte sin generar retorno, pero luego las inversiones van generando ganancias: una vez que se canalizan dentro del proceso comercial, se generan los ingresos.

«Toda compañía tiene la capacidad de generar nuevas ideas, pero hay que tener un horizonte de trabajo y unas inversiones fuertes de mediano plazo que lleven estas **tecnologías** a los mercados. Realmente, el momento clave de la innovación en Investigación y Desarrollo (I&D) no está tanto en la generación de la idea sino en cómo la comercializamos»,

señaló.

Manifestó que en Lenovo comienzan incubando una idea disruptiva, luego hacen que la idea sea productiva, que resuelva problemas; para luego pasar a un estadío de transformación y de performance financiero. «Estos son los pasos dentro del proceso de innovación que nos permiten llevar una idea a la realidad».

## Fases de innovación

Helo explicó cuáles son las fases de innovación que **Lenovo** utiliza para llevar a cabo sus procesos. La empresa considera tres horizontes de trabajo: El horizonte 1 que corresponde a la innovación de las categorías actuales, es decir, cómo mejorar los productos y servicios. Por ejemplo, cómo hacer computadores más potentes o un software más seguro, de modo que la tecnología actual esté siempre innovando.

En el otro extremo está el horizonte 3, que corresponde a las innovaciones futuras, las disruptivas, que se van a comercializar en tres o cuatro años. Son escenarios futuros que no son todavía llevados a la práctica.

«La clave es poder transitar al horizonte 2, es decir, cómo hacemos que las inversiones disruptivas pasen de un horizonte 2 de mediano plazo y se conviertan en innovaciones que se puedan comercializar», expresó en el **e-Summit Perú Digital 2022,** que se realizó el 15 y 16 de junio.