

Concepto de Innovación

Palabras clave

Innovación, Proceso innovador, Tipos de innovación, Medidas innovadoras, Empresa innovadora, Parámetros de innovación.

Objetivo

Este capítulo es una introducción a las bases de la teoría de la innovación. Después de leerlo podrá entender que es y que no es innovación, cuales son los tipos generales de innovación y como las empresas pueden medir la innovación. También se aprenderá que la innovación no es un privilegio de las grandes firmas.

Introducción

Todos los cambios humanos de los que ha sido testigo el mundo han sido el resultado de su tendencia a buscar algo nuevo y diferente. El desear probar algo diferente es una característica humana. No se acaban las nuevas ideas en el mundo, pero cuando esas ideas crean un valor, estas se transforman en innovación.¹ Las buenas ideas son inútiles a no ser que sean implementadas.

Chester Carlson inventó la fotocopia en 1938. La maquina fotocopiadora se inventó en 1948, pero pasó otra década hasta que los innovadores de Haloid-Xerox crearon una práctica fotocopiadora de oficina con tambor rotatorio.

A menudo, la innovación se ha producido a partir de una idea, concepto o producto previo, mejorándolo. En cualquier caso hay que resaltar la capacidad de pensar más allá de lo existente y crear un nuevo concepto.

¿Por qué acapara tanta atención la innovación actualmente? Porque el ritmo del cambio crece rápidamente. El mundo esta moviéndose de la era industrial hacia la era del conocimiento. En este continuo cambio del entorno global los avances estratégicos solo pueden provenir de ser líderes más que seguidores del cambio, y la única manera de que una empresa sea líder del cambio es a través de la innovación.

Todas las empresas necesitan ser innovadoras, porque la innovación es la savia de la vida de la que surgirá el porvenir.² La realidad, sin embargo, es que a la mayoría de las compañías, particularmente a las de pequeño y mediano tamaño (PYME), les resulta difícil entender qué es la innovación, cómo se puede gestionar efectivamente, y que la innovación no es solo un producto para las industrias de alta tecnología. Cualquier individuo, cualquier compañía, cualquier industria puede ser innovadora. Innovación es un proceso, no un objetivo.

¹ <http://ezinearticles.com/?An-Introduction-To-Innovation&id=276936>

² <http://www.innosupport.net/>, Module 1.3

Hay muchas teorías sobre este tema, sobre qué es innovación; cuales son las principales características de la innovación y sus diferentes tipos; cómo se puede gestionar la innovación; etc. El mundo no ha podido aún, y tal vez nunca pueda llegar a una única teoría de la innovación.

1.1 Innovación.

1.1.1 ¿Qué es innovación?



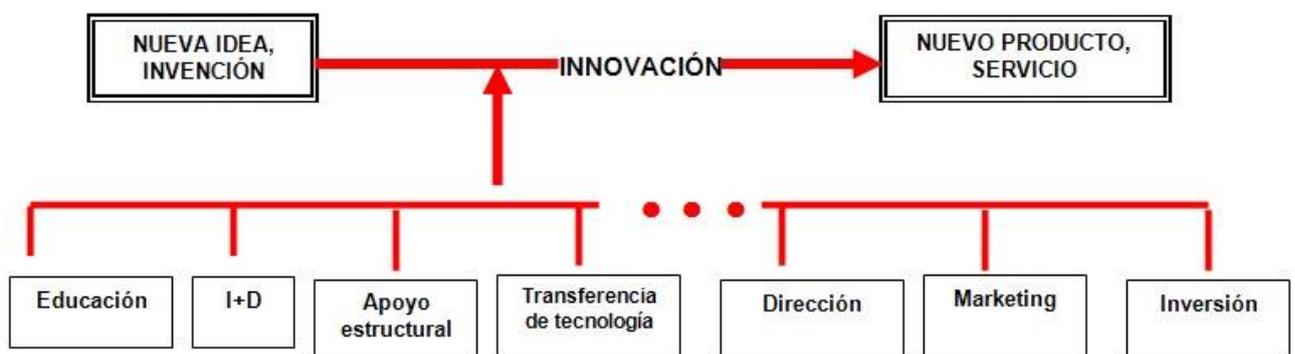
Antes de introducir la definición de innovación, es importante hacer una distinción entre innovación e invención.

Es importante aclarar que **innovación NO es invención**. Una innovación es la extensión de una invención. Si un inventor descubre “un gran hallazgo”, pero es incapaz de encontrar alguien que se lo produzca, “el gran hallazgo” permanecerá oculto para el resto del mundo.

Mientras que la invención se puede llevar a cabo en cualquier parte, por ejemplo, universidades e institutos de investigación, la innovación ocurre mayormente en las empresas, aunque podría ocurrir en otro tipo de organizaciones. Para ser capaz de transformar una invención en una innovación una empresa necesita habitualmente combinar varios tipos diferentes de conocimiento, capacidades, habilidades y fuentes. Por ejemplo, una firma puede necesitar conocimiento, habilidades y facilidades de producción, conocimiento de mercado, un buen funcionamiento de sistema de distribución, suficientes fuentes de financiación, etc.

Una de las principales características de la innovación muestra que la innovación es un proceso continuo.

Figura 1: Proceso de innovación



La definición de innovación propuesta por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Comisión Europea (CE) reza de la siguiente manera en las líneas generales para la recogida e interpretación del concepto de innovación (Manual de Oslo³).

³ Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data.



Una **innovación** es la implementación de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), o proceso, un nuevo método de mercado, o un nuevo método organizativo en prácticas empresariales, organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores.⁴

Esta amplia definición de innovación cubre una amplia gama de posibilidades de innovación.

El *mínimo* requerido para una innovación es que el producto, proceso, método de comercialización de organización sea **nuevo (o significativamente mejorado) para la empresa.**⁵



Una característica común de una innovación es que tiene que haber sido **implementada**. Un producto nuevo o mejorado está implementado cuando es introducido en el mercado. Un nuevo proceso, método de comercialización o de organización está implementado cuando se ha integrado dentro del funcionamiento de la empresa.⁶

Las actividades de innovación varían enormemente dependiendo de la empresa. Algunas empresas se comprometen en proyectos de innovación bien definidos, como el desarrollo y la introducción de un nuevo producto, mientras que otras básicamente se dedican a hacer continuas mejoras de sus productos, procesos o funcionamiento. Los dos tipos de empresas pueden ser innovadores: una innovación puede consistir en la implementación de un simple cambio significativo, o en una serie de cambios crecientes más pequeños que pueden llegar a constituir un cambio significativo.⁷



Una **empresa innovadora** es aquella que implementa una innovación durante un periodo de revisión.⁸

Para una mejor comprensión de lo que es y no es innovación, el Manual Oslo define aquellos cambios en las empresas que NO se consideran como innovación:

- El comercio de productos nuevos o mejorados no es una innovación del producto para la empresa mayorista, minorista, transportista o almacenadora.⁹
- El adquirir modelos idénticos de equipos de instalación, menores ampliaciones y actualización del equipamiento o del software existente, no son procesos de innovación. Nuevo equipamiento o ampliaciones, ambos deben ser nuevos para la empresa, e implicar una mejora significativa en presupuestos.¹⁰

⁴ Ibid., 146, p.46

⁵ Ibid., 148, p.46

⁶ Ibid., 150, p.47

⁷ Ibid., 151, p.47

⁸ Ibid., 152, p.47

⁹ Ibid., 204, p.57

¹⁰ Ibid., 199, p.56

- Las empresas comprometidas con la producción de sus clientes hacen únicos y a veces complejos productos conforme a las órdenes de los clientes. A no ser que dicho producto muestre unas características obviamente diferentes de los productos que la empresa haya producido anteriormente, éste no se considera un producto innovador.¹¹
- El cambio en el precio del producto o en la producción de un proceso como resultado exclusivamente del cambio del precio de los factores de producción tampoco es una innovación. *Por ejemplo, no se considera una innovación cuando el mismo modelo de PC se construye y vende en un precio más bajo simplemente porque ha bajado el precio de coste del chip del ordenador.*¹²
- No se considera innovación dejar de hacer algo, aunque esto mejore el rendimiento de la empresa. *Por ejemplo, no es una innovación cuando fabricante de televisores deja de producir estos y comienza a vender un combinado de televisión y lector de DVD; o cuando una agencia inmobiliaria o constructora deja de construir urbanizaciones para jubilados.* De forma similar, dejar de utilizar cierto método de organización o comercialización tampoco es una innovación.¹³
- En algunos tipos de industrias como la textil o la del calzado se producen cambios de temporada en los tipos de productos o servicios ofrecidos que pueden venir acompañados de cambios de imagen del producto en cuestión. Este tipo de cambios habituales de diseño no son innovaciones de producto, ni de comercialización. *Por ejemplo, la introducción en el mercado de un nuevo tipo de cazadora por un fabricante no será una innovación, a no ser que, la cazadora en cuestión haya mejorado sensiblemente sus características.* En cualquier caso, si el cambio de temporada es la ocasión para hacer un cambio fundamental en el diseño del producto, éste se considera parte de un intento de nuevo tipo de marketing que usa esta empresa por primera vez; en este caso hablaríamos de una innovación en el proceso de comercialización.¹³

1.1. 2 Por qué es importante la innovación

El éxito en la innovación está fuertemente ligado al rendimiento económico. La innovación es la llave maestra del crecimiento económico. También conlleva mayor beneficio para la sociedad. Ideas y descubrimientos mejoran nuestro nivel de vida. También nos lleva a mejores niveles de seguridad, mejor cuidado de la salud, mejor calidad en los productos, y productos y servicios más respetuosos con el medio ambiente. La innovación ha aumentado nuestra productividad mucho más allá que en las generaciones anteriores y ha

¹¹ Ibid., 201, p.56

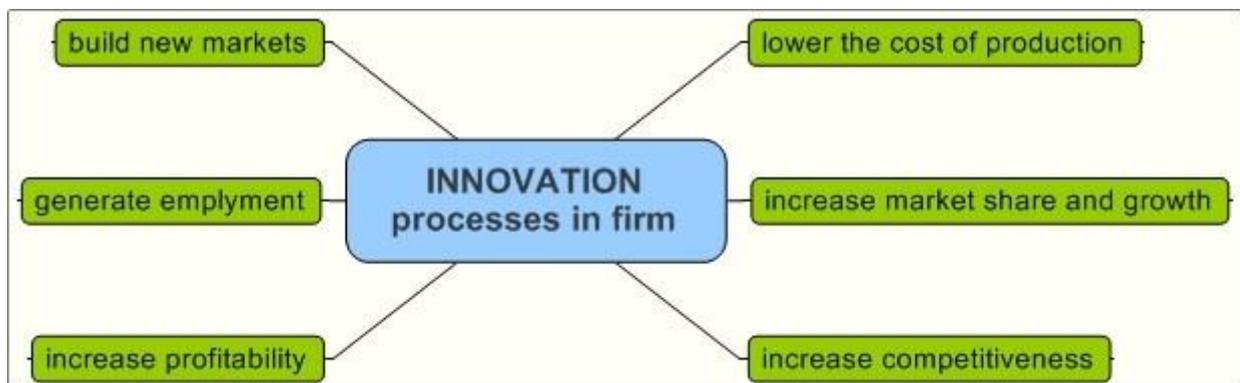
¹² Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 200, p.56 ¹³ Ibid., 198, p.56

¹³ Ibid., 203, p.57

cambiado básicamente nuestro modo de vida en todos los aspectos. Innovación y educación son ingredientes clave para nuestro éxito global en conocimiento económico.

Nuestro mundo en continuo cambio nos ofrece retos y oportunidades para la empresa. La innovación puede ayudar a que las empresas saquen el mejor aprovechamiento de ello. Cambiar las necesidades y aspiraciones de los consumidores, cambiar los competidores, cambiar la tecnología, cambiar el regulador ambiental exterior, y cambiar el espacio del mercado, cada vez más global y dinámico, todo esto genera nuevas oportunidades de innovar. La innovación puede bajar el coste de producción, construir nuevos mercados y aumentar la competitividad. La innovación puede guiar el rendimiento aportando rentabilidad, generando empleo y aumentando la distribución y el crecimiento del mercado.

La figura siguiente muestra las ventajas de realizar innovaciones en la empresa. Figura 2: Beneficios de la innovación para la empresa.



Sony saca 5000 productos nuevos al año. La vida útil prevista para un ordenador portátil es de tan sólo dos años. El periodo de evolución de los medicamentos ha disminuido de diez a cuatro años. Nunca se ha conocido una época en la que se produjeran más bienes y servicios como en la actualidad, o que las tecnologías fueran introducidas en el mercado tan rápidamente.¹⁴

Las empresas triunfadoras en los próximos diez años serán aquellas que se sumen a la innovación y la consideren como algo indispensable en la organización.



¡Si tú no estás innovando la competencia sí!

¡Si no innovas, sólo compites en precio!

1.1.3 Dónde podemos innovar

¹⁴ A CSC White Paper, European Office of Technology and Innovation. What Innovation Is. How companies develop operating systems for innovation, p.6

La innovación es la clave para ayudar a tu empresa a crecer, a renovarse en este mundo en continuo cambio. La innovación está estrechamente ligada al rendimiento económico, ya que, una innovación exitosa puede reducir el coste de producción de bienes y servicios, abrir nuevos nichos de mercado, introducir nuevos productos o servicios que transformarán su empresa en más productiva en un futuro.

Cualquier empresa, compañía, organización, o simplemente una persona puede ser innovadora.

La innovación no es exclusiva de las grandes empresas con recursos para emplear a gestores en innovación o cualquier otro tipo de personal especializado. La pequeña empresa es un buen caldo de cultivo para la creación en innovación. Muchos de los productos punteros del siglo pasado han sido producidos por pequeñas empresas y este sector continúa produciendo innovaciones drásticas.

1.1.4 Cómo empezar a innovar

Hay una manera simple, práctica y efectiva de empezar a innovar. Se basa en seguir cuatro pasos con el objetivo de crear un acertado y estratégicamente bien enmarcado programa para crear un resultado innovador. Estos pasos resumidos, y las acciones y herramientas necesarias para desarrollar estos pasos se explicarán a continuación en la presentación Flash y en diversas partes de esta guía. Figura 3: Cuatro pasos para actuar de manera innovadora

1.2 Resumen de los puntos clave

La innovación es un proceso continuo, en el que se crea una nueva idea, se transforma en un concepto para desarrollar un nuevo o singularmente mejorado producto o servicio para su comercialización. La innovación no es una invención. Como podrá recordar, los tipos principales de innovación son **innovación del producto, innovación de un proceso, innovación de la comercialización e innovación organizacional**. Por su novedad, los tipos de innovación se pueden clasificar en acrecentadores, radicales, y rompedores. Según las empresas la estrategia en innovación se puede dividir en dos grupos: **innovación abierta y cerrada**. Dependiendo del enfoque, la innovación se clasifica como **de arriba abajo** o **de abajo arriba**. Finalmente, ahora que usted está familiarizado con la teoría, es importante medir la innovación usando unos **parámetros** con el fin de analizar la capacidad de la empresa para la innovación.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de Oslo, 3ª Edición. (2005). Guía para recoger e interpretar datos de innovación. OCDE Eurostat, Paris.

Gerard H.(Gus) Gaynor (2002). Innovation by Design: What It Takes to Keep Your Company on the Cutting Edge. American Management Association, AMACOM.

Mark Stefik and Barbara Stefik. (2004). Breakthrough Stories and Strategies of Radical Innovation. The MIT Press Cambridge, Massachusetts, London, England.

The Boston Consulting Group (2006). Measuring innovation 2006. The Boston Consulting Group Inc., Boston, USA.

McGraw-Hill. (2004). Innovation and imagination at work, 2nd Edition. Australian Institute of Management.

(2005). Innovation handbook. A road map to disruptive growth. Harvard Business School Publishing.

A CSC White Paper, European Office of Technology and Innovation. What Innovation Is. How companies develop operating systems for innovation.

InnoSupport Innovation Guide, Capítulo 1.3, visitada el 30 de Julio de 2008
<<http://www.innosupport.net/>>

EzineArticles.com

<<http://ezinearticles.com/?An-Introduction-To-Innovation&id=276936>>, visitada el 2 de Julio de 2008.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), OECD Headquarters, Paris, France

<<http://www.oecd.org/>> visitada el 28 de Junio de 2008

RealInnovation.com, CTQ Media LLC

<<http://www.realinnovation.com>>, visitada el 28 de Junio de 2008.

InnovationPoint, InnovationPoint LLC, USA

<<http://www.innovation-point.com/index.htm>>,

Product Lifecycle Management, John Stark Associates

<<http://www.johnstark.com/in2.html>>, visitada el 28 de Junio de 2008.

InnovationTools, Autor of website - Chuck Frey
<<http://www.innovationtools.com/>>, visitada el 28 de Junio de 2008.

The TRIZ Journal, CTQ Media LLC
<www.triz-journal.com/arvives/2003/03/d/04.pdf>, visitada el 2 de Julio de 2008.

Información adicional

Páginas web

<http://es.wikipedia.org/wiki/Innova%C3%B3n> visitada el 29 de enero de 2009.

www.monografias.com/trabajos15/innovacion-tecno/innovacion-tecno.shtml visitada el 29 de enero de 2009.

<http://www.ratri.es/Subidas/DescargasPublicas/Ideas%20Basicas%20sobre%20Innovacion.%20Cotec.pdf> visitada el 29 de enero de 2009.

<http://www.getec.etsit.upm.es/docencia/ginnovacion/ginnovacion.htm> visitada el 29 de enero de 2009.

GLOSARIO

Innovación - es la implementación de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), o proceso, un nuevo método de mercado, o un nuevo método organizativo en prácticas empresariales, organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores.

(Fuente: Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data)

I+D – Investigación y Desarrollo

Empresa innovadora – es aquella que implementa una innovación durante un periodo de revisión.

(Fuente: Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data)

Parámetros de innovación - son medidas a nivel de empresa, para clasificar la capacidad de la empresa en innovación y los récords de éxito se pueden valorar sobre la base de distintas razones.

(Fuente: <http://www.innovationtools.com/Articles/EnterpriseDetails.asp?a=146>)