



Ensayo de Estrategias e Innovación

Luciana Beladelli

10 years
doinGlobal™

Este documento fue realizado con los contenidos generados durante la Global Meeting organizada por doinGlobal: Ensayo de Estrategias e Innovación.

10 years
doinGlobal

doinGlobal es una institución de formación online que ofrece programas y maestrías con certificación internacional.

Identifica necesidades específicas de formación, crea alianzas con organizaciones y universidades expertas en cada área, y ofrece propuestas académicas con certificación internacional.

Crea entornos de encuentro, conexión y aprendizaje colaborativo entre profesionales apasionados por temas específicos que viven y trabajan en distintas culturas y contextos.

www.doinglobal.com

Ensayo de Estrategias e Innovación



Luciana Beladelli

Experta en Vinculación Tecnológica.

Más de 15 años de trayectoria en gestión de proyectos de innovación.

Experta en Vinculación tecnológica, transferencias de tecnología y desarrollo de empresas de base tecnológica.

Evaluadora y coaching de proyectos.

Actualmente es Directora de Vinculación de Centro Tecnológico CEPROCOR de Córdoba - Argentina.

BREVE MARCO TEÓRICO

La innovación. ¿Qué es? ¿Cómo se clasifica?

Muchas son las definiciones de innovación que se han divulgado en diferentes momentos del tiempo, evolucionando y adaptándose a los nuevos contextos actuales. En la definición propuesta en el Manual de Oslo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2018), trata sobre la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo, aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo, o a las relaciones externas.

Se trata de un fenómeno complejo de naturaleza interactiva entre diversos actores que conforman el sistema de innovación, y reviste una importancia sustancial para introducir ventajas competitivas en las organizaciones, en un contexto dinámico, de cambios adaptaciones, incertidumbre.

De acuerdo con Canizales Muñoz (2020), en las tendencias contemporáneas enmarcadas en la globalización, innovar es una tarea diaria, que se desarrolla a partir de un proceso dinámico, continuo, no estacional. Se trata de un proceso interactivo, cuyos resultados dependen de las relaciones entre las diferentes empresas, organizaciones y sectores, así como de comportamientos institucionales profundamente arraigados en cada historia regional o nacional (Johnson y Lundvall, 2003). Así, el proceso de innovación puede ser analizado como el resultado del aprendizaje colectivo, consecuencia de colaboraciones dentro de la empresa y entre ésta y otras Organizaciones (Cassiolato, et al., 2014). En el mismo sentido lo proponen Rojo Gutiérrez, et al. (2019), al considerar que la mirada de la innovación como un proceso coloca a la empresa como pieza clave, ya sea para desplegar actividades en la gestión de nuevas ideas o en la administración de los beneficios que genera, donde el foco de su importancia se concentra más que en el proceso, en su resultado.

Clasificación

Según OCDE (2018), según su naturaleza, se distinguen cuatro tipos de innovaciones: de producto, de proceso, comerciales y organizativas.

- Una innovación de producto es la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o en sus usos posibles.
- La innovación de proceso es la introducción de un método de producción o de distribución nuevo, o significativamente mejorado.
- Innovación comercial es la introducción de un nuevo método de comercialización que entrañe importantes mejoras en el diseño o presentación del producto, en su posicionamiento, en su promoción o en su precio. Tienen como objetivo satisfacer mejor las necesidades de los clientes, abrir nuevos mercados, o reposicionar un producto de la empresa en el mercado, para incrementar sus ventas.
- La innovación organizativa es la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas de la empresa.

Por otra parte, según su dimensión o impacto se clasifica en:

- Innovaciones radicales: son aquellas que constituyen una ruptura total de la manera de hacer las cosas; generalmente se basan en nuevos conocimientos científicos o de ingeniería; abren nuevos mercados, nuevas industrias; tienen un alto valor estratégico.

- Innovaciones Incrementales: se generan de forma paulatina, principalmente a partir de las ideas de ingenieros y personal de la producción y servicios o de las sugerencias de los clientes. Producen mejoras importantes en las tecnologías existentes, sin cambiar su esencia.
- Pequeñas mejoras: son aquellas que, aunque tienen un efecto económico o social, no presentan un cambio significativo sobre el nivel tecnológico original, tales como cambio de atributos en el diseño del producto o de la forma de prestar un servicio. Este tipo de innovación no es tratada en toda la literatura y frecuentemente cuando se menciona, se le llama pseudo innovación.

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

El Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología (OVTT), (s.f.), la presenta como el proceso de organizar y dirigir los recursos de la organización (humanos, materiales, económicos) con la finalidad de aumentar la creación de nuevos conocimientos, generar ideas que permitan desarrollar nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes, y la transferencia de esas mismas ideas a las fases de fabricación, distribución y uso.

De acuerdo con Orozco et al. (2017), la entiende como la capacidad gerencial sobre los recursos económicos y humanos, hacia la creación de nuevas ideas y conocimiento.

Complementariamente, AIN (2008), define a la gestión de la Innovación como la organización y dirección de los recursos tanto humanos como económicos, con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos, la generación de ideas técnicas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes, y la transferencia de esas mismas ideas a las fases de producción, distribución y uso.

Entre estos modelos, se destacan en las últimas décadas los modelos interactivos, en red, conocidos como de quinta generación y los modelos de innovación abierta. De acuerdo con Chesbrough (2003), la innovación abierta, es un modelo mediante el cual las empresas pueden hacer uso intensivo de conocimiento tanto interno como externo, con el objetivo de potenciar y acelerar su innovación interna y expandir los mercados para el uso externo de la innovación. Este enfoque ha adquirido gran aceptación, debido a que el proceso de innovación puede aprovechar las ideas, los talentos, las tecnologías y los recursos que se encuentran al exterior de las empresas (Chesbrough, 2003).

En línea con lo anterior, Chesbrough, (2020), propone que, para obtener resultados valiosos de la innovación, las empresas deben abrir sus procesos de innovación, sus flujos de conocimiento, y el conocimiento interno no utilizado debe fluir abiertamente a otros, para generar nuevos ingresos y oportunidades comerciales futuras.

La innovación, como estrategia en las organizaciones.

En efecto, la innovación es un concepto cada vez más difundido y que su adopción se orienta a crear valor (económico y/o social), hacia el interior de las organizaciones, como así también en el impacto de sus acciones hacia el entorno. Sin embargo, no todas las organizaciones abordan el proceso de la misma manera ni obtienen los mismos resultados, y, en este aspecto la estrategia de adoptar y gestionar el proceso de la innovación es clave para orientar los mejores resultados que una organización pueda obtener, buscando, de alguna manera crear una cultura hacia la innovación.

Una estrategia de innovación es el proceso de dirección y gestión de proyectos basados en ideas innovadoras. Es decir, es el vínculo entre el concepto de mejora novedoso y la estrategia comercial que define los objetivos clave, las prioridades y el ritmo de crecimiento. En este sentido, el diseño de una estrategia de innovación adecuada a la organización es clave para generar un ámbito propicio para convertir problemas en oportunidades, a partir de soluciones creativas, creadoras de valor.

La estrategia de innovación debe ser inspiradora para toda la empresa y ambiciosa. Su proceso de elaboración ha de ser abierto, tiene que ser una estrategia adecuada en el tiempo en el que se desarrolla y adaptable y capaz de evolucionar con el tiempo.

Se presentan algunos disparadores para orientar una estrategia de innovación desafiante, a largo plazo, que oriente a crear y sostener organizaciones competitivas, buscando esencialmente,

- A.** Crear valor para el cliente/usuario,
- B.** Aumentar la cuota de mercado,
- C.** Acceder a mercados nuevos,
- D.** Aumentar la rentabilidad,
- E.** Adaptar la organización a los cambios del entorno.

Implementar una estrategia de innovación desde la empresa, requiere:

- Identificar la importancia de la innovación en la organización,
- Identificar una visión sobre el propósito de la innovación,
- Trasladar la visión a objetivos y metas concretas,
- Definir cuáles son los focos o tipos de innovación que persigue la empresa a corto mediano y largo plazo,
- Contar con un presupuesto que haga que esta estrategia sea posible,
- Comunicar la estrategia en toda la organización y alentar la participación de todas las áreas,
- Elaborar un plan de forma abierta,
- Promover la participación de proyectos colaborativos,
- Facilitar la capacidad de evolución a lo largo del tiempo,
- Fomentar la creatividad, alentar la toma de riesgo, no castigar el fracaso,
- Sistematizar el proceso de innovación.

Hacia la cultura innovadora: El proceso de madurez

La orientación de la cultura de una organización hacia la innovación puede requerir un proceso gradual identificando y fortaleciendo los siguientes aspectos:

- 1.** Queremos Innovar: Desafíos, ideas, proyectos, gestión de proyectos
- 2.** Más proyectos: Generar proyectos en paralelo, generar recursos, más participantes
- 3.** Sistema de Innovación: Gestión de procesos, sistematización
- 4.** Cultura Innovadora: El propósito

Bibliografía y referencias

Asociación de la Industria Navarra, AIN. (2008). Guía Práctica: La Gestión de la Innovación en Ocho Pasos. Agencia Navarra de Innovación, ANAIN.

Canizales Muñoz, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. Revista Innova ITFIP,6(1), 50-69. <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/78/163>

Cassiolato, J. E., Pessoa de Matos, G.P. y Lastres, H. M.M. (2014). Innovation Systems and Development. En Currie-Alder, B., Kanbur, R., Malone, M. D. y Medhora, R. International Development: Ideas, Experience, and Prospects. (pp. 566-581). Oxford University Press.

Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press.

Chesbrough, H. (2009). Innovación Abierta (1ª ed.). Plataforma Editorial.

Chesbrough, H. (2020). Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business (1ª ed.). Oxford University Press.

Drucker, P. (1985). The Discipline of Innovation. Harvard Business Review (67-72). development.13-28. Aalborg University, Denmark. Working Paper.

OCDE (2018). Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación. (4ª ed.). Comunidad de Madrid.

Orozco Barrantes, J., Ruiz Mejías, K., Corrales-Mejías, R. (2017) Manual para la Gestión de la Innovación. (1ª ed.) Estados Unidos: Global South Press Inc.

OVTT (s.f.). Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología. <https://www.ovtt.org/>

Johnson, B. y Lundvall, B. (2003). National systems of innovation and economic Rojo Gutiérrez, M.A., Padilla Oviedo, A., Riojas, R.M. (2019). La innovación y su importancia. Revista Científica UISRAEL 6(1), 9-21. <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/67>

Páginas web:

<https://www.neodatameat.com/la-estrategia-innovacion-la-empresa/>

<https://www.ikusi.com/es/blog/innovacion-empresarial/>

<https://www.crehana.com/ar/blog/negocios/disenar-estrategia-de-innovacion/>

<https://www.obsbusiness.school/blog/pasos-para-el-desarrollo-de-una-estrategia-de-innovacion>

doinGlobal™

doinglobal.com