



COLINNOVACION TE CONECTA

¿QUÉ TANTO SE DE INNOVACIÓN?

*Boletín mensual que
tiene el propósito de
acercar a los
empresarios a la
realidad del Sistema
Nacional de Ciencia
Tecnología e
Innovación (SNCTI)*

En este boletín ayudaremos a responder a la pregunta, ¿Qué tanto se de innovación?, donde de manera concisa revisaremos los conceptos y destruiremos mitos sobre la innovación y su sustento en procesos creativos.

Este boletín ayudará a nuestros lectores a tener un concepto claro de las definiciones básicas de innovación, lo que ayudara a emprender y definir sus propuestas innovadoras.

Es así que este boletín introduce a los lectores a los conceptos básicos de la economía de la innovación basado en celebres autores y economistas que han marcado la historia de la innovación desde muchos años atrás.

El boletín finaliza con algunas conclusiones que cerraran esta breve introducción al mundo de la innovación.



DIRECTOR

Gabriel Alberto Zamudio

EDITOR

Gabriel Alberto Zamudio

CONSEJO EDITORIAL

Hermann Fuquen
Juan Carlos Salavarría
Claudia Sánchez

Colaboración especial
Juan Sebastián Toquica

IMPRESIÓN - WEB

COLINNOVACIÓN SAS.

COMUNICACIÓN

colinnovacion@gmail.com
contacto@colinnovacion.com

Colinnovación te Conecta

Edición 3 – Volumen 4

ISSN 2322-8733

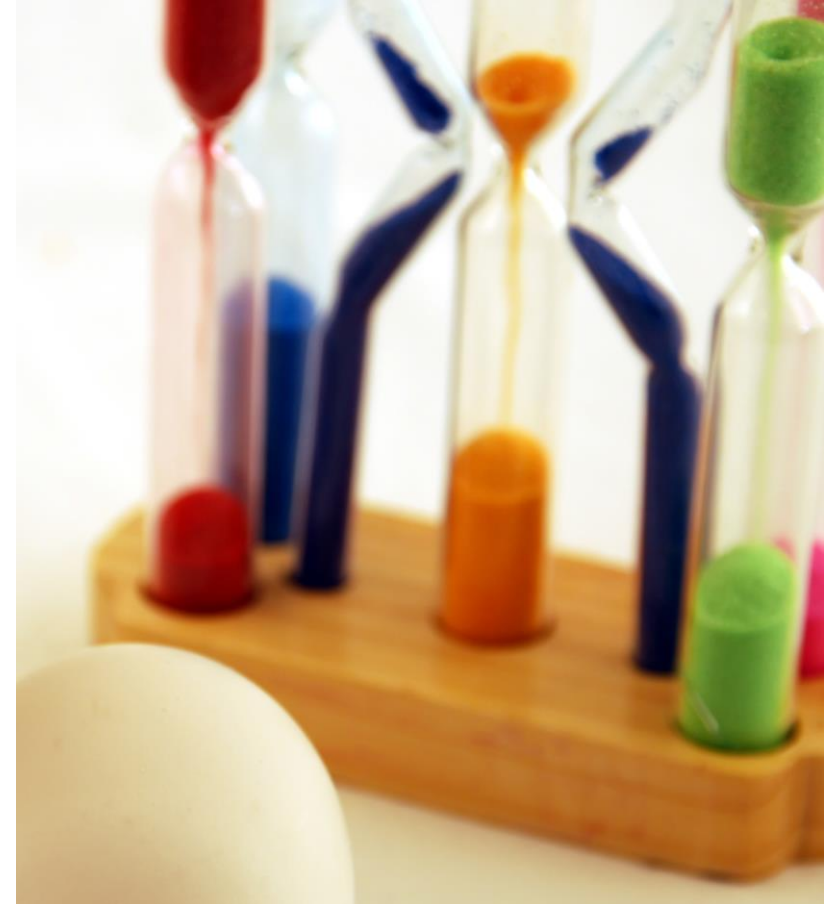
¿QUÉ ES INNOVACIÓN?

¿QUÉ ES INNOVACIÓN?

Mucho se ha hablado sobre la innovación, pero ¿qué es realmente este termino que no deja ser ambiguo y algo retórico?.

Nos basamos en la definición de Colciencias según su documento de [Tipologías Versión 3 -2014](#) donde se define la innovación como: “Una Innovación es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto, de un proceso, un nuevo método de comercialización en las prácticas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones externas.”.

Esta definición a su vez fue adoptada por Colciencias del Manual de Oslo, documentos de la OECD y Euroestat.



¿QUÉ ES INNOVACIÓN?

Algo que podría complementar esta definición es el concepto de creación de valor:

En la teoría económica este es un concepto de amplia investigación, en este documento lo definiremos como que la innovación debe ser económicamente productiva y generar beneficios sociales y culturales (Tidd et al, 2005).



CREATIVIDAD = INNOVACION

Según la definición anterior, deberíamos tener claro que no es igual hablar de creatividad que de innovación. La creatividad hace referencia a liberar el poder de la mente para concebir nuevas ideas (Ver Boletín Ed. 3 Vol.3).

Por tanto, la creatividad suele ser una etapa previa a la innovación aunque no condicionada, ya que varias innovaciones han sido desarrolladas sin el proceso creativo, gracias a la dinámica del capital intelectual, donde:

Una persona puede obtener una idea y aplicarla en el mercado convirtiéndose en innovador pero no en creativo.



¿CÓMO CLASIFICAR LA INNOVACIÓN?

TIPOS DE INNOVACION

Existen muchos tipos de innovación definidos en la literatura. Por regla general se identifica la innovación por producto, proceso y servicio pero existen muchos otros enfoques.



Innovación en Producto: Cambios en los productos que una organización ofrece.

Innovación en Proceso: Cambios en los medios de creación y entrega

Innovación en Posición: Cambios en el contexto el cual los productos o servicios son introducidos.

Innovación en Paradigma: Cambios en los modelos mentales y marcos de operación en que una organización opera.

Tidd et al (2005)



Innovaciones Organizativas: Cambios en la práctica de la empresa, en la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas.

Innovaciones en Mercadotecnia: Puesta en marcha de nuevos métodos de comercialización.

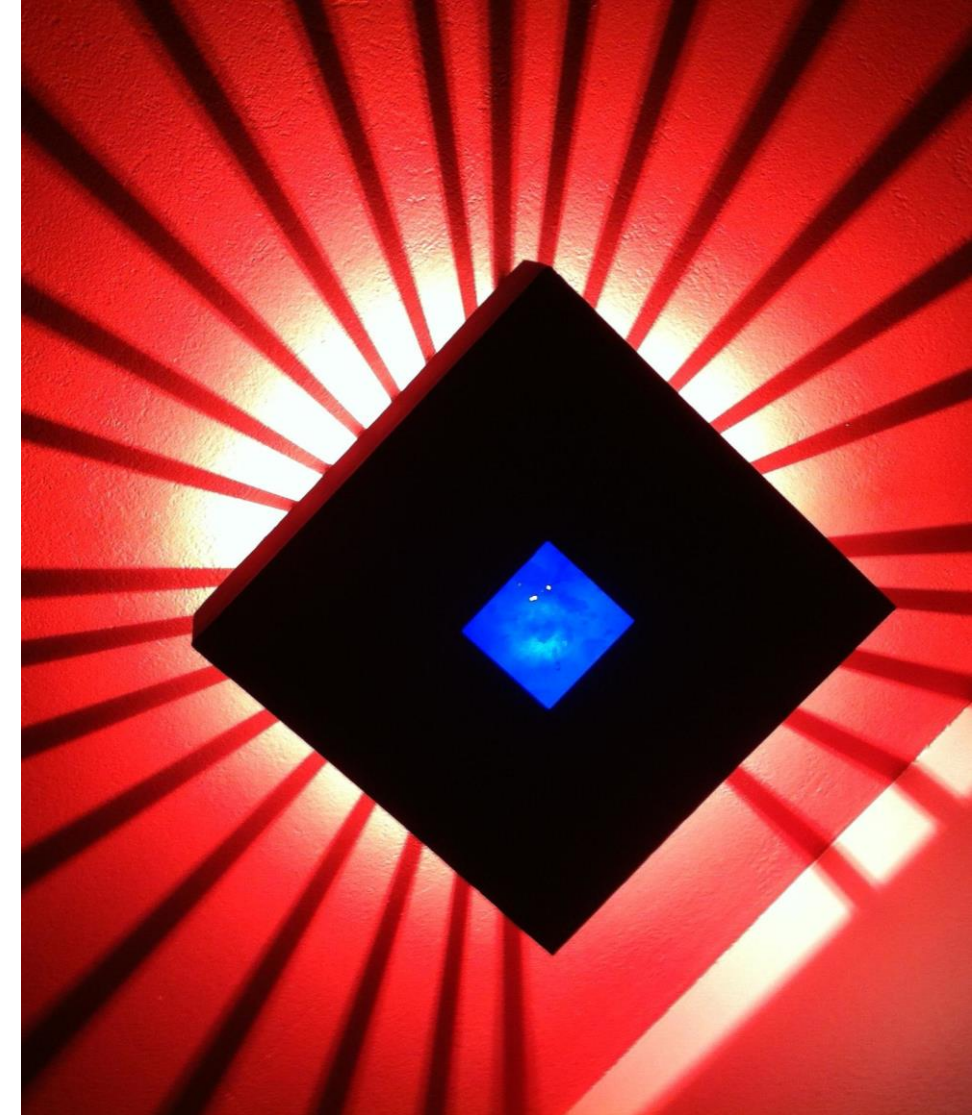


Manual de Oslo
(2005)

INNOVACION INCREMENTAL Y RADICAL

Según Schumpeter reconocido economista al que se le atribuye las primeras definiciones de innovación, las *innovaciones radicales* contribuyen con grandes cambios en el mundo, mientras que la *innovaciones incrementales* complementan el proceso de cambio continuo.

Por tanto ambos niveles de innovaciones son igual de importantes. La innovación radical es poco frecuente por el esfuerzo e impacto que debe generar, por tanto no es común; mientras que la innovación incremental es más frecuente y tiende a generar cambios durante el tiempo, lo que ha evolucionado la mayoría de tecnologías que usamos actualmente.



EL DILEMA...

EL DILEMA DEL INNOVADOR - INNOVATION DILEMMA

El dilema del innovador propuesto por Christensen (1997), evalúa porque empresas exitosas con estrategias corporativas adecuadas fallan en sus objetivos de innovación. Generalmente, estas compañías han cumplido la premisa de tener en cuenta y cerca de su operación al cliente final. Este autor analiza la industria fabricante de discos duros de memoria para demostrar como muchas empresas fallaron aun cuando poseían las capacidades tecnológicas para ser exitosas.

Este dilema se ha presentado cuando las empresas no ven mas allá de los requerimientos presentes de sus clientes y quedan estancados en su posición tecnológica. Al emerger nuevas tecnologías, es difícil decidir por cambios y al depender solo de los requerimientos de los clientes no se pueden crear nuevas necesidades o percibir un panorama mas amplio para innovar.





Destrucción Creativa

Existe una constante búsqueda para crear algo nuevo, lo cual simultáneamente destruye las reglas previas y establece nuevas, todas motivadas por la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos.

Joseph Schumpeter

- La innovación es un concepto que aunque no tiene un consenso general si se ha logrado determinar la condición de ser introducida en el mercado como factor para ser calificado de tal manera. Existen muchas definiciones y la literatura día a día crece, gracias a la importancia que ha conseguido como pilar fundamental para el desarrollo económico de las naciones, por tanto la discusión seguirá siendo amplia y enriquecida con nuevos aportes y experiencias.
- Existen muchos obstáculos para la innovación, como lo muestra el “Dilema de la Innovación” y muchos otros artículos y libros, el riesgo para los nuevos innovadores es alto y no es suficiente muchas veces con satisfacer y monitorear las necesidades del cliente. Sin embargo, para los que logran consolidar la innovación, la recompensa suele ser sustantiva y genera importantes impactos a la sociedad.

CONCLUSIONES

- Christensen, C. M. (1997). The innovations dilemma. Harvard Business School Press, Boston.
- COLCIENCIAS. (2014), Tipologías de proyectos calificados como de carácter científico y tecnológico e innovación. Consejo nacional de beneficios tributarios. Version 3.
- COLINNOVACION (2014) Boletín Mensual – COLINNOVACION TE CONECTA. Edición 3 Volumen 3. Disponible: <http://www.colinnovacion.com/colinnovacion-te-conecta/>
- OCDE, E. (2005). Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2005). Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change.

BIBLIOGRAFIA



Empresa Colombiana de Innovación

COLINNOVACION SAS

contacto@colinnovacion.com

Teléfonos: 57 (1) 6725048 – 5261088

Skype: colinnovacion

Carrera 20 No 184 – 48 local 4

Bogotá, Colombia.

<http://colinnovacion.com/>

Síguenos en:



y



Desde el ciclo de la innovación, no existe en el mercado ninguna firma de consultoría especializada que pueda brindarles una experiencia específica en el sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación (SNCTI) como la de **COLINNOVACIÓN S.A.S.**