



Innovem realment?

Tipus d'innovació

La prova del nou d'una innovació no és ni la seva novetat, ni la seva originalitat, ni el grau de tecnologia que aporta, sinó el seu èxit en el mercat.

Tot i que l'avenç tecnològic/científic és clau en gran nombre d'innovacions (i és imprescindible el seu desenvolupament i promoció), moltes de les innovacions que una empresa pot generar, no requereixen de tecnologia, perquè innovar també és buscar formes noves i diferents d'enfocar el negoci.

Les idees/projectes d'innovació (veure gràfic de la figura 1), les podem classificar en quatre categories:

Millores: simples adaptacions del ja existent. En definitiva, accions que permeten adaptar-nos a peticions de clients o modes, però que no ens diferencien al mercat.

Incrementals: Canvis que permeten ampliar la gamma dels productes/serveis, incorporar elements de nous, oferir noves funcions, etc., però no ens diferencia. El seu impacte en mercat ens permet mantenir-nos competint igual que abans.

Nous conceptes: productes, serveis, formes d'accedir a clients nous -inexistents fins a la data- que aporten diferències competitives respecte als competidors. Són diferències duradores a mitjà termini.

Ruptura: nous productes, serveis, tecnologies, formes d'accés a clients, etc., que aporten avantatges difícils de copiar que creen una veritable bretxa competitiva. Són diferències duradores a llarg termini.

PROPOSTA PER A LA INNOVACIÓ



Avaluar les seves iniciatives d'innovació Generar Carteres de Projectes Innovadors

L'empresa que realment desitja diferenciar la seva oferta al mercat no s'haurà de limitar a promoure iniciatives de millora i/o incrementals (que sempre són necessàries, tot i que en molts casos són les úniques) sinó que haurà de fomentar projectes potencialment generadors de nous conceptes, i per què no, de ruptura.

Figura 1

La innovació segons avanç tecnològic i impacte en mercat

