



¿Innovamos realmente?

Tipos de innovación

La prueba del nueve de una innovación no es ni su novedad, ni su originalidad, ni el grado de tecnología que aporta, sino su éxito en el mercado.

Aunque el avance tecnológico/científico es clave en gran número de innovaciones (y es imprescindible su desarrollo y promoción), muchas de las innovaciones que una empresa puede generar, no requieren de tecnología, porque innovar también es buscar formas nuevas y diferentes de enfocar el negocio.

Las ideas/proyectos de innovación (ver gráfico de la figura 1), las podemos clasificar en cuatro categorías:

Mejoras: simples adaptaciones de lo ya existente. En definitiva, acciones que permiten adaptarnos a peticiones de clientes o modas, pero que no nos diferencian en el mercado.

Incrementales: Cambios que permiten ampliar la gama de los productos/servicios, incorporar elementos de nuevos, ofrecer nuevas funciones, etc., pero no nos diferencia. Su impacto en mercado nos permite mantenernos compitiendo igual que antes.

Nuevos conceptos: productos, servicios, formas de acceder a clientes novedosas -inexistentes hasta la fecha- que aportan diferencias competitivas respecto a los competidores. Son diferencias duraderas a medio plazo.

Ruptura: nuevos productos, servicios, tecnologías, formas de acceso a clientes, etc., que aportan ventajas difíciles de copiar que crean una verdadera brecha competitiva. Son diferencias duraderas a largo plazo.

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN



Evaluar sus iniciativas de innovación Generar Carteras de Proyectos Innovadores

La empresa que realmente desee diferenciar su oferta en el mercado no deberá limitarse a promover iniciativas de mejora y/o incrementales (que siempre son necesarias, aunque en muchos casos son las únicas) sino que deberá fomentar proyectos potencialmente generadores de nuevos conceptos, y por qué no, de ruptura.

Figura 1

La innovación según avance tecnológico e impacto en mercado

