

NOTA

INNOVAR, ¡ALGO MÁS QUE UN NUEVO PRODUCTO!

En el último tiempo, el tema de la innovación ha cobrado gran importancia tanto para organizaciones públicas como privadas. En el caso de la empresa, ésta es clave en el logro de una mejora en su competitividad y en la obtención de un mayor crecimiento dentro del mercado, lo que también impacta en el desarrollo económico de un país. A continuación se presentan los antecedentes generales relacionados con la Innovación:

La innovación es un tema muy actual: tiene relación con la capacidad creativa que pueda tener una empresa u organización. Responde a preguntas tales como ¿Qué nuevos productos o procesos es posible incorporar al mercado? o ¿Qué tan proactiva es la organización para captar nuevas oportunidades de mercado?.



La pregunta que surge, es entonces ¿Qué se entiende por INNOVACIÓN? y ¿Cuáles son sus principales implicancias?.

La palabra “Innovar” proviene del latín *innovare*, que significa “acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad”. La Real Academia Española, define la innovación como “*la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado*”.

Schumpeter en el año 1934, hace referencia a la innovación en relación a 1) la introducción en el mercado de un nuevo producto o proceso, que aportan elementos diferenciadores con los existentes hasta ese momento; 2) la apertura de un nuevo mercado en un país o región; y 3) el descubrimiento de una nueva fuente de suministro de materias primas o productos intermedios.

Según el Manual de Oslo (OCDE, 2005), en su tercera edición, la innovación se define como “*la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo*”.

La importancia de la innovación, para las empresas, radica en que es uno de sus principales factores de competitividad. Sin embargo, todavía para algunas empresas,

especialmente para las de menor tamaño, la innovación es sinónimo de complejidad y desconocimiento, tendiéndose a pensar que es exclusiva de las grandes empresas¹.

Las razones por las cuales una determinada organización decide innovar son múltiples; principalmente esta se lleva a cabo por necesidad de la empresa, ya que la innovación es clave en la determinación de su crecimiento sostenido y competitividad dentro del mercado. Algunas fuentes de innovación provienen del conocimiento del mercado, clientes, competidores, avances científicos; cambios en la población, en la cultura y en la percepción; por necesidad de un proceso; entre otras.

En tanto, las razones por las cuales una empresa decide innovar tienen que ver con lograr una mejora en la relación con el cliente, entregándole nuevos beneficios; lograr una mejor imagen de la empresa, mostrándola activa y moderna; establecer nuevas barreras de entrada para la competencia; contar con nuevos argumentos de ventas; además de representar la mejor oportunidad para aumentar la cuota de mercado, reducir los costes de producción e incrementar sus beneficios.

Si se hace referencia a los **tipos de innovación**, el Manual de Oslo (1997), distingue la:

1. **Innovación de Producto:** consiste en la creación de nuevos productos o servicios, o en la mejora de las características, prestaciones y calidad de los ya existentes;
2. **Innovación de Proceso:** implica la introducción de nuevos procesos de producción o la modificación de los ya existentes, su objetivo principal es la reducción de costes.

Cabe señalar, que la innovación de productos se considera una estrategia empresarial; en el sentido que permite ganar competitividad en el mercado mediante ahorros de costes de producción o distribución, o a través del aumento de las ventas o la fidelización de clientes. En ocasiones, este tipo de innovación de producto conlleva a innovaciones de proceso. Mientras que éstas pueden repercutir en innovaciones de productos, dado que implican el uso de nuevas maquinarias y equipos.

Otra clasificación, respecto a los tipos de innovación indica que es posible distinguir entre la innovación incremental, radical e innovación en management. La primera de estas tiene que ver con la creación de valor agregado sobre un producto ya existente, agregándole cierta mejora; la innovación radical hace referencia a un cambio o introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que no se conocía antes; y la innovación en management corresponde a aquellos que cambia sustancialmente el modo de llevar a cabo la tarea de *management* o que modifica de manera significativa las formas organizativas habituales; aportando avances en los objetivos organizativos.

1

En tanto, las principales **ventajas de la innovación** se relacionan con:

- Ahorro de costes; menores costos de fabricación, aumento de la productividad, disminución de materias primas, etc.
- Mejora en la distribución y venta; mejora el nivel de exposición y acceso al producto, se muestra una mejor calidad del envase, facilidad en la apertura; y el tiempo de reconocimiento es menor.
- Mejora la logística; existe menor espacio de almacenaje y se optimiza la carga, por ejemplo.
- Cambio de material; se privilegia el uso de material ecológico, más económico.
- El consumidor está más informado.
- Mejoras estéticas; tales como imagen externa del producto o marca, existen distintos tipos de envase y el embalaje es más atractivo.
- Ecología; disminuye el peso del embalaje, se eliminan componentes contaminantes y se utilizan materiales biodegradables.
- Mejora la protección del producto; la higiene es mayor, junto al grado de conservación del producto.
- Ergonomía²; se manifiesta en una mayor facilidad de montaje y desmontaje, rapidez en la identificación de sus funcionalidades y mayor facilidad de manejo.

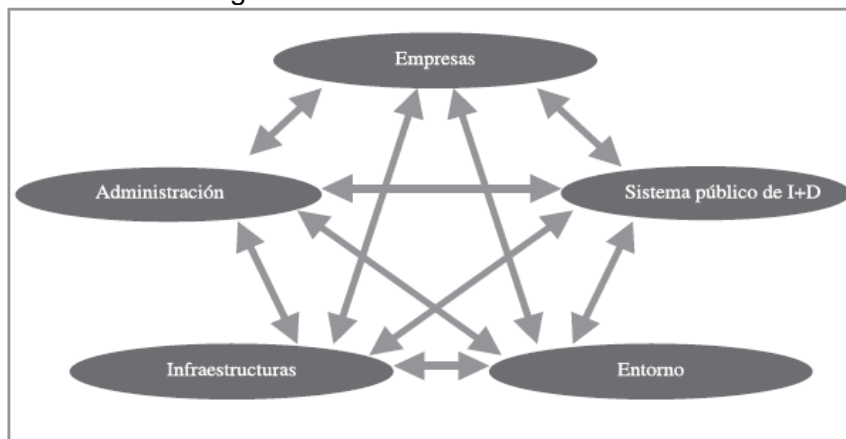
A pesar de todas las bondades, descritas anteriormente, existen ciertas **barreras a la innovación**; entre ellas:

- Factores económicos (altos costes o la ausencia de demanda),
- Factores específicos (carencia de personal experto o de conocimiento)
- Factores legales (reglamentaciones o normas fiscales)
- Cultura poco favorable al cambio
- Escaso espíritu emprendedor
- Aversión al riesgo
- Lentitud administrativa
- Rigidez laboral
- Insuficientes fuentes de financiación

Por último, se hará referencia al **Sistema de innovación**. Este sistema se define como «el conjunto de elementos que, en el ámbito nacional, regional o local, actúan e interaccionan, tanto a favor como en contra, de cualquier proceso de creación, difusión o uso de conocimiento económicamente útil»³.

La siguiente figura, muestra los distintos elementos que componen el sistema de innovación; se encuentra la empresa, las administraciones públicas (con sus diferentes niveles), el sistema público de I+D, las infraestructuras de soporte a la innovación y el entorno.

Figura 1: El sistema de innovación.



Fuente: COTEC

En el **caso de Chile**, el Gobierno (administración pública) juega un rol destacado en tema de innovación. Por ejemplo:

En el año 2005, se creó el **Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad**, este es un organismo público-privado que actúa como asesor permanente del Presidente de la República; su objetivo consiste en asesorar a la autoridad en la identificación y formulación de políticas referidas a la innovación y la competitividad, incluyendo los campos de la ciencia, la formación de recursos humanos y el desarrollo, transferencia y difusión de tecnologías.

Entre sus principales acciones, se indica 1) la definición de una Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad, basada en tres pilares de la innovación: capital humano, ciencia e innovación empresarial. 2) Publicación de la "Agenda de Innovación y Competitividad 2010-2020", documento que plantea un conjunto de acciones y políticas

que permitirían al país mejorar su crecimiento potencial y acercarse a la meta de alcanzar el desarrollo hacia 2020. Esta agenda articula propuestas de acciones y políticas en torno a cinco ejes: fortalecimiento de la innovación empresarial; desarrollo de capital humano en todos los niveles; generación de capacidades de ciencia base con orientación estratégica; fortalecimiento del desarrollo de la llamada Tercera Misión en las Universidades; y consolidación de una institucionalidad adecuada para el fomento de la innovación.

Por otra parte, la División de Innovación del Ministerio de Economía, creó el **Portal Innovación.cl**⁴; que nace con la misión de coordinar las distintas instituciones públicas vinculadas a la implementación de planes y programas contenidos en la Política de Innovación, definida por el Comité de Ministros para la Innovación (CMI); además, se encarga de la ejecución del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC).

Este sitio apunta a la creación de una cultura pro innovación, propicia la interacción entre los distintos actores involucrado en la innovación y permite la creación de redes. Se estructura en tres sitios: 1) *Innovación en Chile*, donde se da a conocer la Política de Innovación del país; apoyo a quiénes la promueven, desde el sector público y privado, pone a disposición de los usuarios la Política, documentos, casos y experiencias y columnas, entre otros aspectos; 2) *Comunidades*, dirigido a los innovadores/emprendedores/científicos/estudiantes que están interesados en conocer testimonios de innovación, buenas prácticas, obtener información de lo que está sucediendo en Chile y el mundo, ser invitado a seminarios, charlas o talleres, recibir contenidos de valor, y establecer contacto con otras personas; 3) *Financiamiento*, orienta respecto a la obtención de financiamiento que ofrece el Estado para investigar, estudiar, emprender e innovar.

Según el Portal Innovación.cl, la innovación es el resultado de un proceso interrelacionado de ideas, personas y proyectos, que revela la importancia del trabajo en red para una promoción efectiva de la innovación en Chile. De este modo, las empresas se ven obligadas a incorporar el conocimiento y el desarrollo tecnológico necesario para mejorar su productividad y competitividad a través de la innovación.

También, el sitio destaca el concepto de ecosistema de innovación; el cual se compone de una red coordinada de actores, entre los cuales se encuentran investigadores/as que desarrollen nuevos conocimientos; académicos/as que formen a nuevos profesionales e investigadores, empresarios/as, emprendedores/ras que vean las oportunidades y transformen el conocimiento en riqueza/valor, y el Gobierno que debe asegurar las

4 www.innovación.cl

condiciones favorables de entorno y proveer bienes y servicios que faciliten el funcionamiento de esta red.

Referencias

Innovación y competitividad empresarial. Módulo informativo. Programa de Bonos Tecnológicos. Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información. Gobierno de Canarias.

<http://www.innovacion.cl>

<http://es.wikipedia.org>

<http://www.cynertiaconsulting.com>

<http://www.cnic.cl>