

Innovación y creatividad

Innovación y cambio

Clase 6



Ingeniería en ciberseguridad

La excelencia no se improvisa



Clase 6. Innovación y cambio

La innovación y el cambio son esenciales para el crecimiento y la adaptación de las organizaciones en un entorno dinámico.

Un enfoque eficaz para fomentar la innovación es el *Design Thinking*, un método centrado en el usuario que busca resolver problemas complejos mediante la empatía, la ideación y la experimentación (Vega, 2020). Este enfoque permite a las organizaciones comprender profundamente las necesidades de sus usuarios y crear soluciones innovadoras que no solo satisfacen estas necesidades, sino que también impulsan el cambio y el crecimiento sostenible.

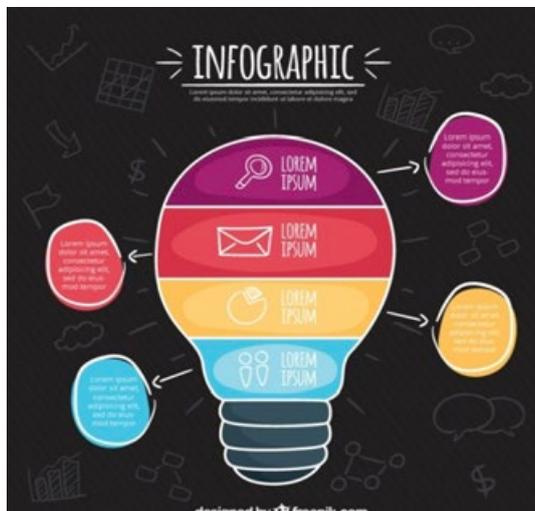
6.1. Tipos de innovación

En un mundo caracterizado por un cambio constante y acelerado, la capacidad de adaptarse y evolucionar se ha convertido en un elemento *sine qua non* para la supervivencia y la competitividad de cualquier entidad, ya sea empresarial, gubernamental o social.

En este contexto, la innovación emerge como un fenómeno de vital importancia que se manifiesta en diversas formas y expresiones. A nivel general, las actividades innovadoras se caracterizan según una serie de parámetros que nos permiten identificar sus diferentes tipologías y, a su vez, determinar las estrategias más apropiadas para gestionar cada situación.

Figura 17

Tipos de innovación



Nota. Ilustración diseñada por freepik

Normalmente, estas tipologías deben combinarse entre sí para caracterizar adecuadamente las estrategias innovadoras. En este sentido, podríamos hablar de las siguientes categorías: incremental, adyacente, transformacional y radical.

6.1.1. Innovación incremental y de competencia básica

Aquella que utiliza capacidades tecnológicas existentes y se apoya en modelos de negocio actuales. Tiende a generar ligeras mejoras en los productos y servicios, lo que puede impactar en los niveles de ingresos, promover una reducción de costos o permitir el acceso a nuevas tecnologías.

Las actividades innovadoras de tipo incremental tienden a asumir bajos riesgos, principalmente debido al conocimiento de los usuarios actuales. Además, los costos asociados suelen ser algo más bajos.

Ejemplos de innovación de competencia básica e incremental pueden ser una nueva generación del mismo modelo de coche o el lanzamiento de una nueva versión de un teléfono inteligente por parte de un fabricante de móviles.

Figura 18



Nota. Ilustración diseñada por freepik

6.1.2. Innovación adyacente

Esta innovación tiene como objetivo mercados cercanos (adyacentes) a los que ya está trabajando la empresa. Consiste en la aplicación de tecnologías consolidadas en un sector a otro cercano en el que no se estuvieran utilizando. También podemos llamar a estas actividades innovaciones laterales.

Desde el punto de vista del riesgo asociado, estas innovaciones presentan más riesgo que las incrementales, al moverse en un sector de mercado inicialmente desconocido para la compañía, aunque este riesgo se mitiga por el conocimiento previo y la experiencia en la tecnología o modelo de negocio utilizado.

Un ejemplo de innovación adyacente o lateral podría ser la aplicación de tecnología eléctrica ferroviaria al mundo del autobús eléctrico, o la aplicación de tecnología desarrollada para programas espaciales a otros entornos y productos, como el Velcro o el Teflón.

6.1.3. Innovación transformacional

Este es el tipo de innovación que lo cambia todo, transformando de manera significativa el statu quo y, por lo tanto, se basa en proyecciones con un alto nivel de riesgo. Aunque es cierto que suele generar un gran impacto, las posibilidades de no tener éxito también son elevadas, por lo que es necesario saber gestionar este compromiso.

Según si la transformación proviene de un cambio tecnológico, del mercado o de ambas a la vez, podemos diferenciar tres subtipos:

Innovación radical. Se centra en generar nuevas capacidades tecnológicas manteniendo el mismo modelo de negocio.

La innovación radical también conlleva un riesgo significativo; no se refiere tanto a la adopción del nuevo producto o servicio por parte del mercado, sino a los riesgos asociados con la I+D.

Ejemplos de innovación radical incluyen la invención de turbohélices para un fabricante de aviones o el desarrollo del cable de fibra óptica para las empresas de telecomunicaciones.

Innovación disruptiva. Es aquella que, apoyada en sus capacidades tecnológicas actuales, es capaz de lanzar nuevos modelos de negocio a un mercado existente o crear uno nuevo. La innovación disruptiva tiende a introducir cambios creativos en un producto, servicio, proceso o tecnología.

Los modelos de innovación disruptiva presentan un mayor riesgo, principalmente debido al desconocimiento sobre cómo reaccionarán los usuarios actuales o potenciales ante los nuevos productos.

Ejemplos de innovación disruptiva incluyen la visualización de video bajo demanda para los videoclubs o los modelos de viajes compartidos para los taxistas.

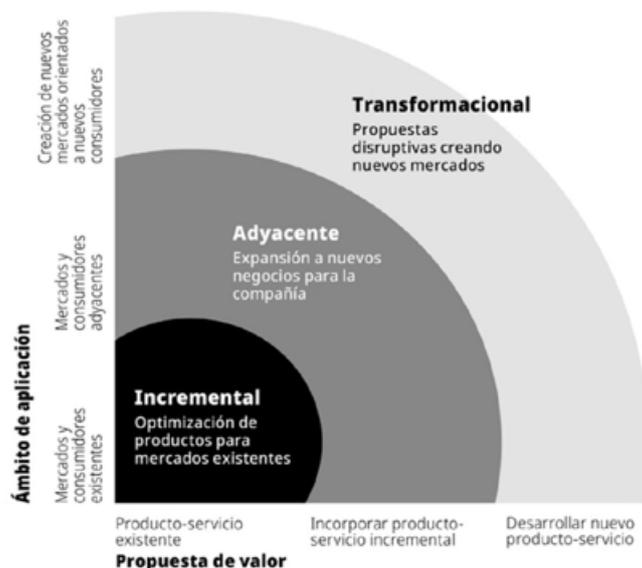
Innovación estructural. Esta categoría de innovación es la más transgresora, ya que exige que las compañías creen nuevos modelos de negocio y adopten nuevas capacidades tecnológicas. La innovación estructural requiere una gran disposición al riesgo, ya que implica asumir riesgos de mercado al crear un modelo de negocio nuevo, mientras se adoptan nuevas capacidades tecnológicas.

Un ejemplo de innovación estructural es el cambio de los periódicos en papel al periódico digital, ya que transforma el modelo de negocio (al dejar de venderse a través del quiosco) y exige nuevas capacidades tecnológicas para toda la organización.

Figura 18

Matriz de ambición de la innovación

Figura 2: Matriz de ambición de la innovación



Nota. Gen Innovación (2021)

6.2. Design Thinking

Para comprender mejor el surgimiento y la importancia del *design thinking*, es esencial considerar el contexto actual, marcado por usuarios cada vez más exigentes. Hoy en día, los usuarios presentan una diversidad y complejidad en sus gustos e intereses. En este entorno de cambio acelerado, los procesos tradicionales de trabajo resultan menos eficientes para generar negocio.

Para abordar estas nuevas necesidades, surge el *design thinking*, junto con otras metodologías ágiles como *lean startup*, *agile* o *scrum*, todas caracterizadas por su enfoque iterativo y la rapidez en los procesos.

En el *design thinking*, la agilidad y la gestión del riesgo se basan en una premisa constante: validar cada paso y decisión con el usuario, en lugar de esperar hasta el final del desarrollo del producto o servicio, como se hacía en el enfoque tradicional. La iteración implica que el diseño del producto, servicio o proceso no sigue un camino lineal; es posible retroceder a una fase anterior después de validar con el usuario si se está yendo en la dirección correcta.

Aquí radica la esencia del *design thinking*: el usuario está en el centro del proceso, y todas las decisiones deben responder a sus necesidades o deseos, evitando diseñar basándose en hipótesis no validadas.

Referencias

Design Thinking España. (2024, marzo 31). *Descubre la metodología Design Thinking de forma clara y sencilla*. <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/>

Gen Innovación. (2021). *El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en tu empresa*. Libros de Cabecera, Digitalia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/110976>

Torres, H. (2019). *Tipos de innovación: Una guía práctica*. Editorial Innovación.

Vega, R. (2020). *Design Thinking: Innovación centrada en el usuario*. Editorial Innovar.

Glosario

Innovación disruptiva: Tipo de innovación que introduce cambios radicales en el mercado, creando nuevos productos o servicios que transforman la industria y desplazan a los líderes establecidos. Esta innovación altera significativamente la forma en que los consumidores, industrias y mercados funcionan, a menudo creando nuevos segmentos de mercado y oportunidades de negocio (Christensen, 1997).

Empatía: Primera fase del proceso de Design Thinking que implica comprender profundamente las necesidades, deseos y desafíos de los usuarios finales. A través de la empatía, los diseñadores pueden identificar problemas ocultos y generar soluciones innovadoras que realmente resuelvan las necesidades de los usuarios, asegurando que las ideas sean relevantes y efectivas (Brown, 2008).



La excelencia no se improvisa

síguenos

