

La Importancia de la Innovación

Acerca del autor

DR. RICARDO HIRATA OKAMOTO



Director de Keisen Consultores especializados en los campos de Planeación Participativa, Articulación Estratégica, Mejora Continua e Innovación, Ingeniería Kansei, Efectividad Organizacional y del Liderazgo Efectivo e Inteligente con el sistema SYMLOG®.

Divulgador y promotor incansable de la calidad y mejora continua en México en radio, Blog y redes sociales.

Cofundador de la Asociación Mexicana de Trabajo en Equipo (AMTE AC), profesor de maestría en diferentes universidades. Investigador invitado en la Universidad Internacional de Hiroshima y profesor invitado en la Universidad de Arizona en el Mel & Enid Zuckerman College of Public Health.

Miembro de la Japan Society for Quality Control y Miembro Senior de la American Society for Quality.

Ricardo Hirata Okamoto
Enero 19, 2022

Temática: Administración y Finanzas, Análisis y Traducción de la Voz del Cliente, Blogs y publicaciones, Calidad y Mejora Continua, Estrategia y Administración, Mejora Continua e Innovación, Planeación, Articulación y Consenso, Análisis Profundo de la Voz del Cliente (APVOC), Análisis y Traducción de la Voz del Cliente, Automatización, Cambio, Desarrollo de

Nuevos Productos, Disrupción, Estrategia, Kaikaku, Kakushin, Mejora e Innovación de Procesos

Innovación se refiere al desarrollo de **algo nuevo o algo diferente**, ya sea un **proceso, un método, un producto, un servicio, un mercado** con la característica de hacer realidad las ideas. Muchas personas utilizan **creatividad** como sinónimo de **innovación**, pero esto es incorrecto. La **creatividad genera ideas** y la **innovación las transforma en hechos** como ya los mencionamos, en productos, servicios, procesos, modelos, entre otros.

La innovación debe tener **propósitos o fines claros** en términos del **impacto que tendrá en algún indicador de desempeño**, es decir que se demuestra su impacto en las ventas, la calidad, los costos, la productividad, la eficiencia, el nivel de servicio, por mencionar algunos.

En otras palabras: La innovación es hacer las cosas en formas diferentes para producir un beneficio, es decir **generar valor** para alguien.

¿Por qué hay que innovar?

En el entorno actual, la respuesta es clara, tenemos que ser diferentes para ser competitivos, y esto derivado de que los mercados y sus consumidores quienes tienen necesidades más complejas son conocedores y más demandantes. Además, no podemos negar que hay demasiados productos y servicios compitiendo y “más de lo mismo” no es la mejor solución.

Tenemos que innovar porque tenemos que transitar del espíritu quejoso que nos guía a argumentar el **por qué no sirve, por qué no se puede o por qué va a fracasar**, y no nos damos cuenta de que el éxito está justamente en el pensamiento opuesto: **cómo lo hago, cómo tener éxito**, o bien el **cómo sí**.

Simplemente hay que innovar, porque NADIE nos va a esperar.

Categorías o Alcances de una Innovación

Mejora Continua

1. Cuando hay un **problema**, siempre se piensa en las diferentes **soluciones** y **alternativas** para corregirlo y prevenirlo atacando las **causas raíz** y utilizando el **enfoque de solución de problemas**. Las soluciones pueden ser innovadoras.
2. Asimismo, cuando hay un problema, otra de las alternativas está en disolverlo **realizando cambios** para hacer en forma diferente las cosas (ejemplo: rediseño de procesos, mejoras en el herramental, cambio en el diseño de producto). **Enfoque de innovación**.
3. La manera común de promover este tipo de innovación está en la **generación de sistemas de mejoramiento continuo e innovación** para que todo el personal se involucre ya sea en forma individual o en equipos.

4. Las empresas tienen un eslogan: **tengo personas innovadoras o hemos implantado soluciones innovadoras**.

Desarrollo de Nuevos Productos

1. Aquí la innovación está enfocada al **desarrollo de nuevos productos y servicios**, como un proceso que incluye diseño, ingeniería y comercialización.
2. En este nivel, el proceso clave está en el **desarrollo de algo totalmente nuevo** y que genere ventas por este concepto y sus métricas están relacionadas a las ventas provenientes de nuevos productos y porcentaje de nuevos productos que “pegan” en el mercado.
3. Las empresas tienen otro eslogan: **Tengo Procesos de Desarrollo de Productos Innovadores**.

Generación de Modelos de Negocio

1. En este tercer tipo o nivel, se habla de la innovación como la

generación no solo de productos o servicios, sino de un **modelo de negocio diferente y exitoso**, es

decir, de la arquitectura de negocios (nuevos o transformados).

2. Implica la **innovación en nuevos segmentos y enfoques de mercado**, canales de distribución, formas de contacto con el cliente, procesos clave, recursos clave y un elemento que no se consideraba en el pasado que se refiere a la definición de asociados clave, todo para la generación innovadora de ingresos, así como modelos diferentes en las estructuras de costos y la consecuente generación de utilidades.
3. Las empresas tienen un tercer eslogan: **Genero Empresas como Modelos de Negocios Innovadores**.

Es importante que al comenzar a innovar se le dedique tiempo, estar cerca de las necesidades del cliente y utilizar los problemas o deseos de dichos clientes y traducirlos en soluciones y modelos.

Contenido relacionado:

- [La innovación como elemento diferenciador de una estrategia de negocios exitosa](#)
- [La Diferencia entre Equipos y Métodos de Mejora & Innovación](#)

Como citar este artículo: Hirata-Okamoto, Ricardo, (19 de enero de 2022), *La Importancia de la Innovación*, Artículos y Blog de Keisen Knowledge, KEISEN Consultores, México, <https://keisen.com/es/>

Reserva de Derechos: Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Distribución. KEISEN CONSULTORES