

## Actitud frente a la innovación

La innovación supone una actitud de mejora continua, huir de la comodidad de “nosotros hacemos las cosas bien” o “nuestros clientes están satisfechos” porque, tal como suele decir Albert Einstein, lo bueno se puede mejorar, lo mejor se puede perfeccionar.

Por otro lado, la actitud hacia la innovación se refiere a la disposición y apertura que tienen las personas para generar, aceptar y aplicar ideas nuevas y creativas en su entorno laboral, personal o social. Esta actitud está estrechamente relacionada con la creatividad, que es la capacidad de pensar de manera original, encontrar soluciones diferentes, conectar ideas de forma divergente (no convencional) y validarlas desde la perspectiva del conocimiento científico.

Según LinkedIn, “la creatividad es la habilidad blanda más valorada por las empresas a la hora de contratar nuevos empleados”, mientras que Adobe destaca que “las empresas que invierten en creatividad son más propensas a diferenciarse en el mercado por su capacidad innovadora, lo que resulta en el establecimiento de conexiones más exitosas con sus clientes”.



## ¿En qué innovar?

Las definiciones que se desarrollan a continuación fueron extraídas del Manual de Bogotá:

### **Innovación en productos (o servicios)**

Es aquel que introduce características nuevas o significativamente mejoradas en su diseño, funcionalidad, materiales o tecnología, con el objetivo de satisfacer mejor las necesidades de los usuarios o abrir nuevos mercados. Esta innovación puede ser el resultado de la aplicación de conocimientos científicos, técnicos o creativos, y debe representar un avance tangible respecto a productos anteriores.

### **Innovación en procesos**

Es la introducción de cambios significativos en los métodos, técnicas, herramientas, flujos de trabajo o sistemas utilizados para producir bienes o servicios. Estos cambios pueden incluir la adopción de nuevas tecnologías, la reorganización de actividades, la automatización de tareas o la implementación de prácticas más sostenibles. La innovación de proceso no se limita a la producción industrial; también puede aplicarse a sectores como servicios, logística, salud o educación.

### **Innovación en comercialización**

Se refiere a la implementación de estrategias, métodos o herramientas nuevas o significativamente mejoradas para promocionar, distribuir, vender o posicionar un producto o servicio en el mercado. Este tipo de innovación no altera el producto en sí, sino que se enfoca en cómo se presenta, se entrega o se conecta con los clientes, con el objetivo de aumentar su atractivo, accesibilidad o percepción de valor.



**UNAH**  
UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE HONDURAS

## Conceptos básicos de innovación

"Es en la crisis donde nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias"

ALBERT EINSTEIN



Dirección de Investigación  
Científica, Humanística  
y Tecnológica



**VRA**  
Vicerrectoría  
Académica

## ¿Qué podemos entender por innovación?

El término “innovar” etimológicamente proviene del latín innovare, que quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades. Debes tomar en cuenta que su abordaje y concepción está marcado por la perspectiva del análisis económico, del cual el economista Schumpeter (1939), fue uno de los primeros teóricos en emplear el concepto de innovación como explicación del crecimiento y de los ciclos económicos surgidos durante los años 30 y 40.

### *La innovación también ...*

En una aproximación más cercana se puede entender como el proceso de convertir y transformar las ideas creativas y originales, teniendo como base el conocimiento científico y tecnológico.

Se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas socioproduktivas, de tal forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad en general.



## El camino hacia la innovación

El camino hacia una innovación se divide en cuatro etapas: identificación de una necesidad, definición de nuevas ideas o soluciones, implementación y validación del mercado. El camino inicia con la identificación de una necesidad o problema a satisfacer en un segmento determinado (por ejemplo, de un país, una región, un pueblo, etc.).

- A partir de la necesidad identificada, se trabaja en la definición de nuevas ideas o soluciones que la satisfagan, para lo cual se recurre a la creatividad y el uso del conocimiento científico.
- Una vez definidas esas nuevas ideas o soluciones, comienza la fase de la implementación, en la que se llevan a la práctica y posteriormente al mercado.
- La etapa más importante es la del mercado porque “la innovación se configura cuando ha sido validada por el mercado”.

### ¿Qué significa esto?

Para que una innovación se configure, el mercado debe determinar si la iniciativa o el emprendimiento ha logrado solventar la situación problemática generando valor social, económico y productivo. Para eso se verifica si la innovación ha generado beneficios para la organización y valor para el cliente.



## ¿La innovación genera cambios?

La innovación debe generar un antes y un después. Entonces la capacidad de adoptar cambios es condición necesaria para innovar. Por consiguiente, cuando se introduce una innovación esencialmente se está produciendo un cambio.

Por ejemplo: innovar es modificar o cambiar un proceso o producto en la cadena agroalimentaria, sin dejar de satisfacer las necesidades de los consumidores o para satisfacer nuevas necesidades.

### Pero, ¿cómo generamos valor agregado?

La generación de valor agregado se produce mediante la creación de algo nuevo que es transformado o incorporado en algo por lo que el cliente está dispuesto a pagar.

Ahora, si una organización adquiere una idea o invención de otra institución y la comercializa exitosamente, ¿es una organización innovadora? La respuesta es NO, porque sólo está adaptando y replicando algo ya existente; por lo tanto, no incorpora las características inéditas o incrementales de agregación de valor, novedad y originalidad que son propias del principio innovador.

### ¿Cómo vemos la innovación desde la perspectiva de la competitividad y productividad de los países?

Un país que logre crear valor o incrementar el valor de su producción tendrá más posibilidades de posicionarse competitivamente en un mundo caracterizado por cambios bruscos y competencia de ámbito global, que continuamente pone en jaque los modelos de negocios de las empresas y los planes de desarrollo de los países. Innovación y

competitividad están estrechamente ligadas y son la base del progreso económico y social de los países.

## Organizaciones innovadoras y organizaciones con potencial innovador

¿En qué se diferencian unas de otras? Se diferencian en la etapa en que se encuentran en el camino hacia la innovación. Las organizaciones innovadoras son aquellas cuyos proyectos han sido validados por el mercado y, por ende, han configurado una innovación, porque ya han superado la prueba del mercado.

Las organizaciones con potencial innovador, en cambio, son aquellas en que, si bien realizan actividades orientadas a la innovación, el proceso de configuración de una innovación se encuentra en las fases previas a la de la validación del mercado o aún no ha pasado la prueba del mercado.

Para...	La innovación significativa...
Los consumidores	Productos de mejor calidad y mayor cantidad, servicios más eficientes, mejores estándares de vida.
Las empresas	Capacidades más competitivas y reinención del modelo de negocio.
Los empleados	Estandarización y automatización de procesos y tareas, traducándose en desempeño productivo.
La economía en su conjunto	El incremento de la productividad y la prosperidad de la población en su conjunto.

## ¿Sabías qué?

La UNAH concibe la innovación como pilar estratégico y transversal, que se alinea a las bases de la Investigación Científica, Humanística y Tecnológica. Por ello, la VRA-DICIHT asume un rol protagónico a lo interno de la UNAH de establecer y dinamizar un marco estratégico y objetivo que busca transformar los descubrimientos de la investigación en soluciones tecnológicas concretas, configuradas en nuevos productos, procesos o servicios, o la mejora de los existentes. Este enfoque busca materializar resultados tangibles con características altamente innovadoras, que generen un impacto real y efectivo en la resolución práctica de los desafíos actuales del país.

