

Enfoque Incremental-Radical

La definición de innovación

De acuerdo con Sáez (2021), si alguna vez te has parado a pensar qué objetos, ideas o personas son innovadoras, puede ser que se te vengan a la cabeza cosas como smartphones, robots aspiradores, coches eléctricos o incluso teléfonos móviles que se doblan. Y todos tiene algo en común: que son tecnológicamente muy avanzados.

Sin embargo, es habitual confundir la innovación en un contexto de grandes avances tecnológicos y pensar que algo innovador es aquello que es muy novedoso y que tiene una gran cantidad de tecnología disruptiva. Pero, mucho más lejos de la realidad, algo muy avanzado no tiene por qué ser innovador por sí mismo.

La verdadera innovación se define por el impacto que tiene un cambio en la experiencia final de uso por parte del cliente. Es decir, solo si un cambio mejora la experiencia final de uso por parte del cliente, entonces será un cambio innovador.

Es cierto que estos cambios suelen estar asociados a grandes innovaciones tecnológicas. En el caso del smartphone que se dobla, el tener una pantalla más grande mejora la experiencia por parte del usuario (puedes usarlo para leer mejor) y es un cambio que se ha dado gracias a la tecnología. Pero, como dijimos antes, esto no tiene por qué ser así.

Piensa en PillPack, una empresa de Estados Unidos que se encarga de analizar qué medicaciones tienes que tomar en cada hora y organiza tus pastillas en pequeños sobres con las horas indicadas de su toma. De esa forma, tú simplemente tendrás que tomar todo el contenido de un sobre a la hora indicada y no tendrás que preocuparte de nada más. Este invento es sumamente innovador (pues mejora la adherencia al tratamiento farmacológico al hacerlo mucho más simple) y a nivel técnico solo han juntado pastillas dentro de un sobre con una fecha y un nombre. Tan innovador que **Amazon** adquirió esta empresa por la suma de **753 millones de dólares**.

Enfoque Incremental-Radical

La propuesta de valor

Recuerda que los productos y servicios vienen al mundo para solucionar problemas. Ningún producto se compraría si no nos hiciese la vida más sencilla en algún aspecto. Cuanto más intenso sea el problema que resuelve, más éxito tendrá dicho producto.

Pues bien, la propuesta de valor es lo bien que resuelve tu producto un problema existente. Eso hará que **compren a tu producto frente al de la competencia.**

Ahora veamos los 3 tipos de innovación:

La innovación marginal

Este tipo de innovación consiste en **mejorar la propuesta de valor** que tiene un producto o servicio.

Tenemos el ejemplo del ColaCao. Su propuesta de valor es hacer nuestros vasos de leche (o de agua) más ricos y apetecibles con un buen sabor achocolatado.

¿Cómo hacemos un ColaCao innovador? Con el **ColaCao turbo**, que nos permite hacer la misma función pero **más rápido e incluso en leche fría.**



Enfoque Incremental-Radical

La innovación incremental

Como su propio nombre indica, la innovación incremental consiste en **incrementar la propuesta de valor** de un producto o servicio.

Si el producto antes hacía **A**, ahora conseguimos con el cambio que haga **A + B** y será así más atractivo para el cliente porque mejore su experiencia de uso. Ten en cuenta que no siempre que un producto haga más cosas, lo hace más atractivo.

Por ejemplo, pensemos en una funda para móviles. Su propuesta de valor es mantener tu smartphone seguro ante golpes y caídas. Podemos hacer **innovación incremental** aumentando su propuesta de valor como la funda de la siguiente imagen:



Si te das cuenta, ahora esta funda de móvil ya no solo protege a tus móviles de golpes y caídas, sino que también va a protegerte a ti contra amenazas del entorno a través de un pequeño taser.

Hemos ampliado la propuesta de valor de la funda. Ya no solo protege tu móvil (A), sino que protege tu móvil y te protege a ti (A+ B). **Es innovación incremental.**

Enfoque Incremental-Radical

Se considera **innovación incremental** cuando se crea un **valor sobre un producto que ya existe, añadiéndole nuevas mejoras**. Este tipo de innovación parte de una base conceptual ya existente, e **introduce ciertos cambios**, por norma general se trata de pequeñas modificaciones, que mejoran el producto en algún aspecto: puede ser una **mejora de su imagen** o apariencia, un **incremento de sus funcionalidades** o prestaciones que ofrece, o la modificación de algún aspecto a fin de **mejorar su eficiencia**.

Los pequeños cambios que se introducen en el producto tienen como fin **satisfacer a los consumidores y superar sus expectativas** al incrementar las funciones, o mejorar en algún aspecto el producto o servicio ofertado.

A partir de aquí se realizan una serie de **procesos creativos enfocados a conseguir unos fines determinados**. El producto comienza a modificarse gracias a una serie de procesos y a un gran abanico de **técnicas creativas**, como el brainstorming, sinéctica, palabras al azar, mindmapping, etc., que permiten hallar nuevas posibilidades **innovativas**.

No obstante, hay que tener presente que esta innovación no es permanente, viene determinada por un tiempo y un espacio. Esto hace que las empresas deban estar continuamente investigando e innovando, para lanzar nuevos productos al mercado.

Existen muchos ejemplos de productos de innovación incremental, como la incorporación de las cámaras de fotos y video a los teléfonos móviles o las continuas mejoras que ofrecen los ordenadores hoy día, con una tecnología mucho más avanzada.

Este tipo de innovación suele ser utilizada por las grandes compañías que cuentan con una reputación y necesitan conservarla. Estas, incorporan nuevas funcionalidades o introducen mejoras continuas en sus productos para satisfacer a sus clientes, incluso sorprenderlos. Sin embargo, el riesgo que corren es bajo, pues no se trata de una transformación radical de un producto.

La innovación incremental permite, por tanto, obtener mejores resultados a las empresas y grandes beneficios, a la vez que se genera progreso.

Enfoque Incremental-Radical

Por otro lado, este tipo de mejoras repercute en los procesos de producción, provocando un incremento de la eficiencia de estos procesos.

Como inconveniente, cabe resaltar que las empresas que solo se centran en la innovación incremental, corren el riesgo de quedarse desfasadas si no son capaces de adaptarse a los rápidos y constantes cambios que caracterizan a los nuevos mercados.

Innovación radical o disruptiva

De acuerdo con Business School (2021). Enfrentada a la innovación incremental, encontramos la **innovación radical**. Ésta se produce cuando se incorpora al mercado un producto o servicio que en sí mismo es capaz de **generar una categoría que no se conocía antes, provocando cambios revolucionarios en la tecnología**. Representa un punto de inflexión para las prácticas existentes, ya que se enfoca en la base de un concepto absolutamente nuevo.

Las innovaciones radicales crean un **alto grado de incertidumbre**, modifican severamente la estructura de los sectores en que surgen, alteran las posiciones competitivas de las empresas establecidas y en muchos casos, provocan la aparición de nuevas industrias.

Este tipo de innovación proviene de procesos en los cuales las oportunidades se hacen visibles en un instante, quizá como un cúmulo de experiencias, deseos, condimentos y una buena dosis de casualidad. **La creatividad vuela sin ataduras de tiempo ni espacio**.

Como ejemplos representativos de innovación radical, cabe destacar varios. En primer lugar, el de **Amazon**, que visionó el negocio de la venta virtual de libros. En segundo, **Apple**, que se adelantó a Sony en el posicionamiento de reproductores MP3. La aparición en el mercado del teléfono móvil también puede considerarse una innovación radical.

En muchas ocasiones las empresas consolidadas son más cuidadosas con las innovaciones disruptivas y suelen ser los **emprendedores** los que se lanzan a este tipo de innovación.

Como principales ventajas, cabe resaltar que son las que **generan los avances**, transforman los mercados y nuestro modo de vida. La innovación radical facilita la evolución y posibilita la apertura de nuevos mercados, de nuevos nichos de trabajo.

Enfoque Incremental-Radical

Las empresas que consiguen lanzar un nuevo producto transformador, no cuentan con rivales que les hagan competencia, aunque deberán tener cuidado, porque si el producto tiene éxito, pronto aparecerán competidores.

Decantarse por la innovación disruptiva tiene ciertos inconvenientes. Así, por ejemplo, suele ser más complicado encontrar apoyo financiero para emprender el proyecto y puede tardar en encontrar su sitio dentro del mercado, en especial si las estrategias que pone en marcha para darse a conocer y captar clientes no es muy eficaz.

Ambos tipos de innovación son imprescindibles. Uno empuja hacia el avance y transforma la sociedad, mientras que el otro mejora estos productos de manera progresiva.

La innovación radical

De acuerdo con Sáez (2021), este es el tipo de innovación que seguro más conoces. La innovación radical consiste en **la creación de una propuesta de valor completamente nueva** de un producto o servicio.

Esto es debido a que es una invención con un tremendo impacto que resuelve un problema del que quizá no éramos conscientes y nos damos cuenta una vez que usamos el producto o servicio. Algunos ejemplos son el **teléfono, el primer coche, los ordenadores personales y el internet**.

Sáez, J. (2021). Qué es la Innovación. Ejemplos y Tipos: Radical, Incremental y Marginal.
Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-innovacion-innovacion/>

EAE Business School. (2021). Innovación Incremental vs. Innovación radical: Ventajas e Inconvenientes. Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/innovacion-incremental-vs-innovacion-radical-ventajas-e-inconvenientes/>