

Administración de Proyectos de Red

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Creatividad e innovación

◆ Teorías y modelos de la innovación.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950).

Destacado economista austro-estadounidense.

Ministro de Finanzas en Austria

Profesor de la Universidad de Harvard

- ❖ Teoría del desarrollo económico
- ❖ Teoría de los ciclos económicos



Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

Para Schumpeter, la fuerza fundamental, que mueve la producción capitalista y al sistema como un todo, la causante de sus procesos de transformación constante, es decir de su desarrollo económico, es el fenómeno tecnológico y con él, el proceso de innovación tecnológica.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

Innovaciones radicales, aquellas capaces de provocar cambios “revolucionarios”, transformaciones decisivas en la sociedad y en la economía. Por innovaciones radicales entiende:

- a. La introducción de nuevos bienes de consumo en el mercado.
- b. El surgimiento de un nuevo método de producción y transporte.
- c. Consecución de la apertura de un nuevo mercado.
- d. La generación de una nueva fuente de oferta de materias primas.
- e. Cambio en la organización de cualquier empresa o en su proceso de gestión.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

➤ Ejemplo: KODAK

A principios del Siglo pasado, **KODAK** había puesto en manos de cualquiera las cámaras fotográficas y de cine. Así, estas nuevas actividades se popularizaron rápidamente a nivel mundial, y la empresa, cuya sede se encuentra en la ciudad de **Rochester**, E.U., llegó a ser la principal **productora y comercializadora** de todo tipo de implementos usados por estas actividades, llegando a tener en su momento **195 edificios en la ciudad**, en los que trabajaban más de **30,000 personas... hasta que llegó la Revolución digital...**

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

“*Crear destruyendo*” (según Schumpeter) es el principio inevitable que impulsa el desarrollo de Negocios y Mercados.

Y como consecuencia el equilibrio y desequilibrio.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

EQUILIBRIO Y DESEQUILIBRO

➤ Consecuencia directa de la *Creación y la Destrucción*.

En el ámbito económico las situaciones de mercado se encuentran equilibradas:

Existen productos que satisfacen las necesidades del mercado, y los clientes consumen dichos productos regularmente de acuerdo a sus propias necesidades.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

EQUILIBRIO Y DESEQUILIBRO

- Pero aparece un producto nuevo, INNOVADOR. Satisface *mejor* las necesidades de los consumidores, tiene *mejoras sustanciales* que lo hacen más atractivo, solucionan *más problemas* y puede que hasta sea *más barato*.

DESEQUILIBRIO

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

Los consumidores compran más el nuevo producto, descienden las ventas de los productores que siguen fabricando y ofreciendo lo mismo, aparecen empresas nuevas que imitan el nuevo proceso de fabricación o las innovaciones que este ofrece...

El **Equilibrio** del mercado se restablece, se diluye la ventaja competitiva de la empresa Innovadora.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”



Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE SCHUMPETER: “CREAR DESTRUYENDO”

“Innovaciones e Innovadores son el motor del crecimiento económico... aunque por el camino destruyan empresas y marcas que parecían indestructibles”

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”

Everett **Rogers** (1931-2004).

Destacado sociólogo. Estadounidense.

Estudió agricultura y se doctoró en sociología y estadística.

Su tesis “La resistencia de los agricultores y granjeros de Iowa a las innovaciones en los procesos de producción.”

En 1962 publicó su libro “Diffusion of Innovations”

❖ Teoría de la difusión de innovaciones



Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”

En palabras de Rogers:

“Este modelo describe el proceso mediante el cual una innovación (definida como una idea práctica u objetivo percibido como nuevo por un individuo) es comunicada por medio de ciertos canales a través del tiempo a miembros de un sistema social...

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”

...El modelo clásico especifica:

- 1) Los estudios en el proceso decisión-innovación y la importancia relativa de varios canales en cada uno de los estudios;
- 2) la forma en la cual las características percibidas de las innovaciones afectan su tasa de adopción;
- 3) las características y el comportamiento de los adoptadores “tempranos” y “tardíos”;
- 4) el rol de los líderes de opinión en la difusión de innovaciones; y
- 5) los factores que intervienen en el éxito relativo de los agentes de cambio.”

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”

París, 28 de Diciembre de 1895.

Dos hermanos innovadores y emprendedores, de apellido Lumière, presentan su invención ante un público curioso en principio... **temeroso** en momentos, entusiasmado después... ¡fascinado al final!

La primera función de Cine en la Historia.

Una escena que se presentaba era “*La llegada de un tren a la estación*”, y la experiencia de ver cómo se aproximaba el tren de frente a los espectadores era tan vívida, que no faltaba quien saliera corriendo, pensando que efectivamente lo que veía era una locomotora a punto de arrollarlo.

Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”

“Cómo reaccionan los grupos sociales ante la llegada de nuevas invenciones e ideas que invariablemente producirán cambios en las estructuras internas de tales grupos.”

Lograr que los diferentes sectores de la sociedad (o toda ella) enfrenten la irrupción de innovaciones o nuevas creaciones en su dinámica

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”

Ventajas relativas: demostrar claramente qué ventajas ofrece sobre otros similares o ya existentes.

Posibilidad de observación: Sin necesidad de experiencias raras, permitir ver o sentir los beneficios.

Compatibilidad. Diseñadas para pasar a formar parte de la vida de los usuarios.

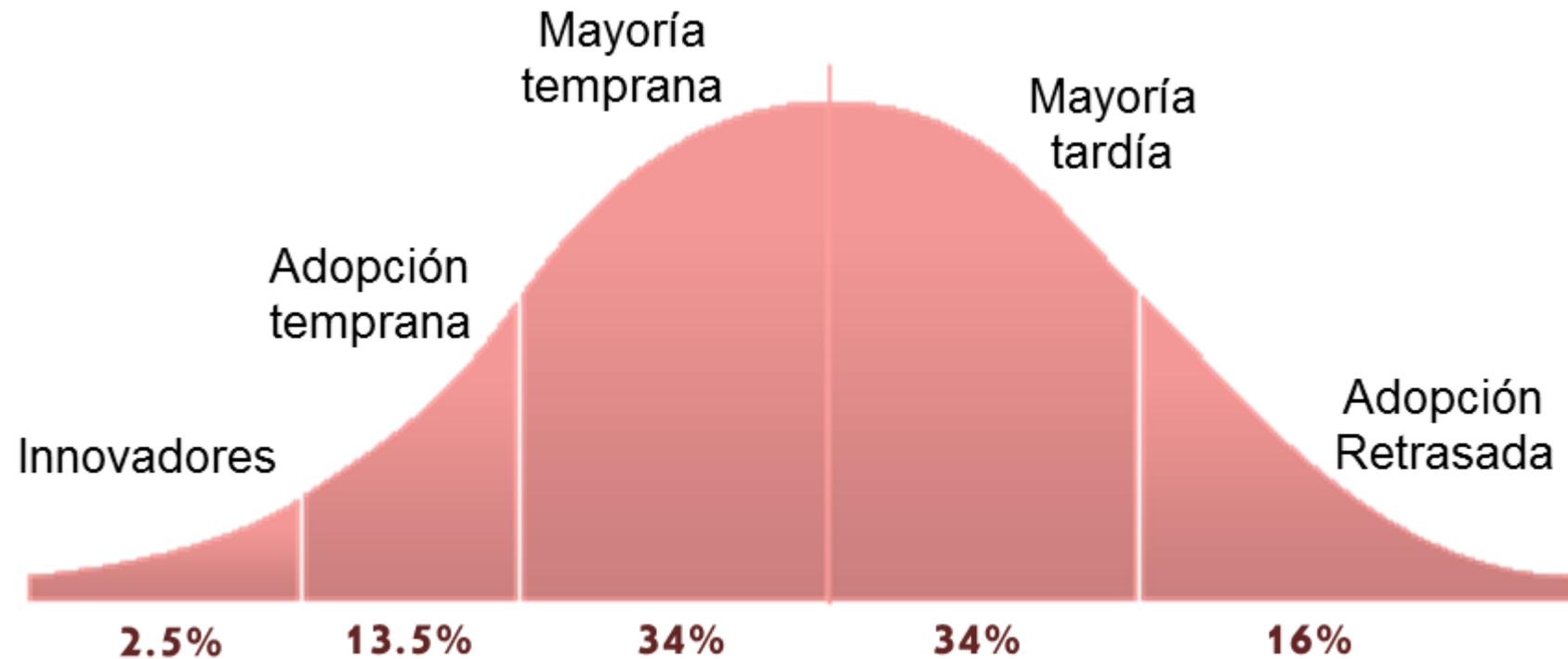
Complejidad. ¿Fuiste capaz de utilizar *todas* las funciones de tu primer teléfono inteligente desde el primer día?

Posibilidad de Ensayo. Diferentes pruebas y ensayos antes de que irrumpa en las vidas de los consumidores.



Teorías y modelos de la innovación.

MODELO DE ROGERS: “EL MIEDO A LO NUEVO”



Ciclo de Adopción de la Innovación

Teorías y modelos de la innovación.

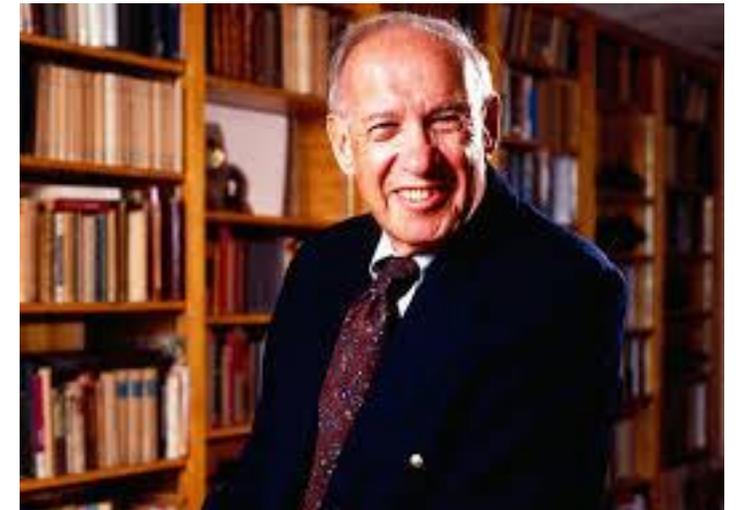
PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Peter Drucker (1909-2005).

Austriaco, de nacionalidad norteamericana por adopción.

Considerado el padre de la Administración (Management)

Pensador más influyente del mundo en el campo de la administración de empresas



Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

“La organización... no es una simple máquina... No tiene únicamente una dimensión económica, definida por los resultados de mercado. La organización, por encima de todo, es un ente social. Es un grupo de personas. Su objetivo... tiene que ser que los puntos fuertes de las personas sean eficaces y sus debilidades irrelevantes... es lo único que se puede lograr mediante las organizaciones, la única razón por la que existen las organizaciones y por la que es necesario que existan”

Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Entre los objetivos más relevantes de cualquier Organización, la Innovación juega un papel crucial. Es lo que define al verdadero empresario del que no lo es.

Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

La innovación es un asunto de disciplina sistemática, organizada y rigurosa. El logro de una actitud más que de una actividad. No es solo producción de cosas.

“abandonar lo de ayer, en vez de defenderlo” (Drucker, 2002).

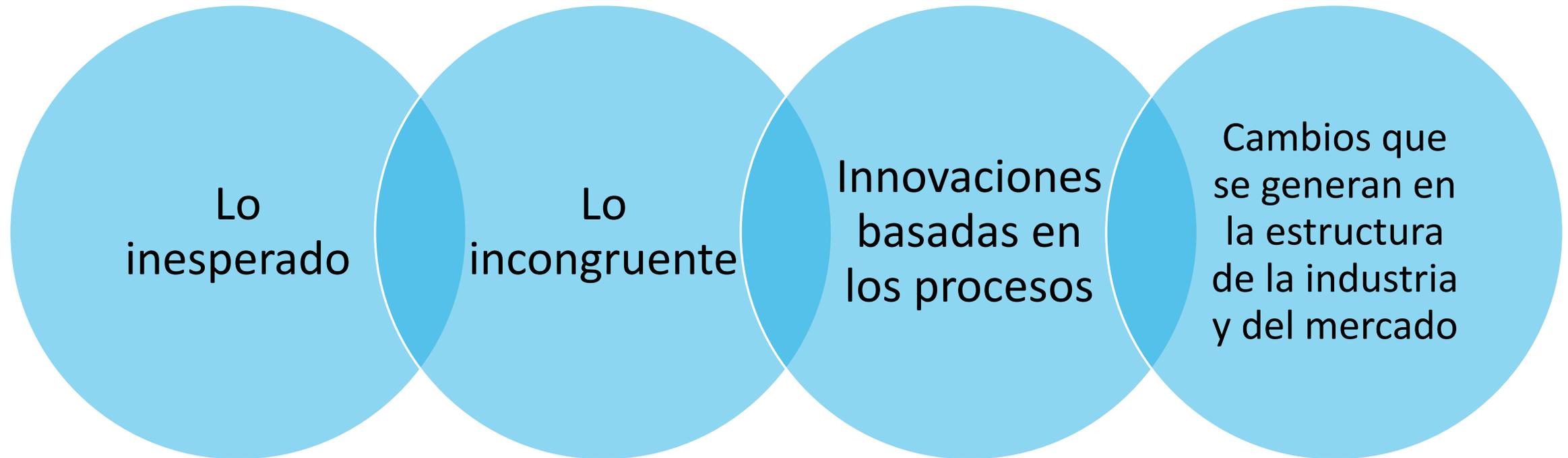
Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Para lograr sobresalir y no ser aplastado por la competencia un empresario debe poner atención a lo que sucede dentro de la empresa y fuera de la industria.

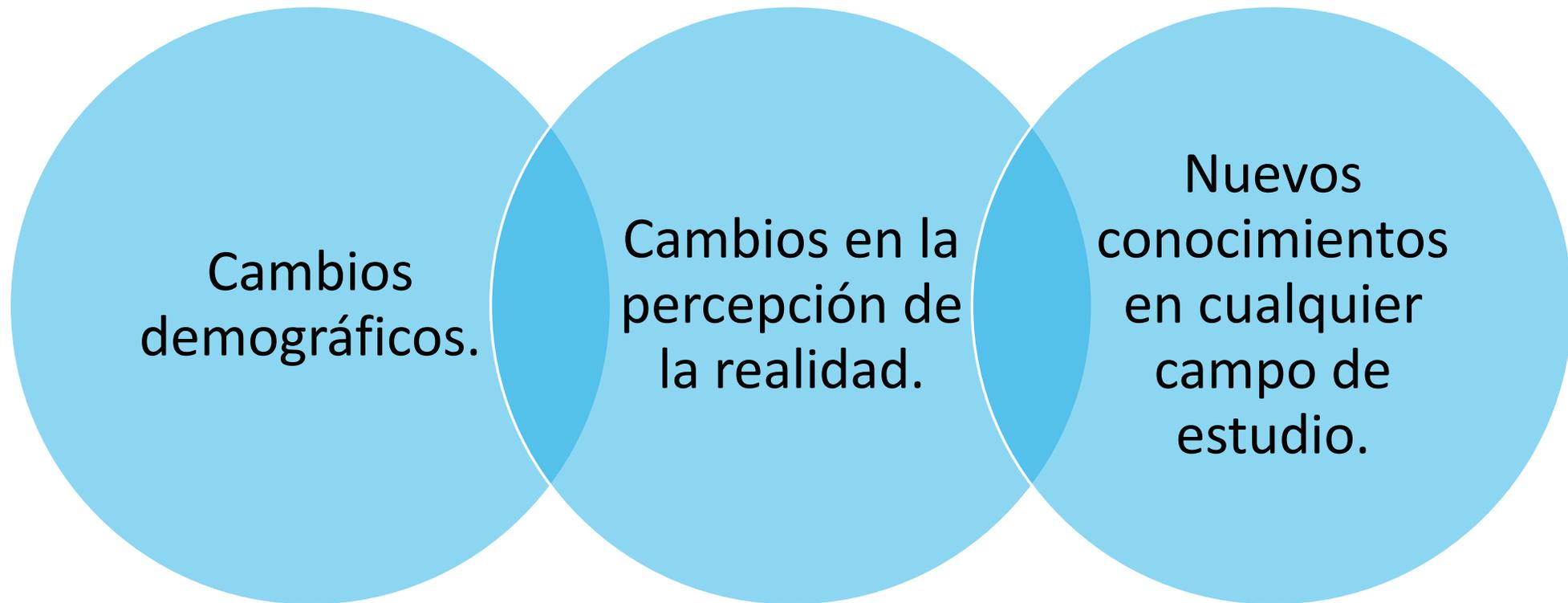
PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Lo que sucede *dentro de la empresa*



PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Lo que sucede *fuera de la industria*



Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Principios elementales de la Innovación

- La Innovación sistemática comienza con el análisis de las Oportunidades.
- Los innovadores deben salir, preguntar, observar, escuchar lo que el entorno tiene que decirles.
- Los Innovadores, usando todo su potencial mental, estudian las expectativas de los potenciales consumidores de la innovación que planean.

Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Principios elementales de la Innovación

- La Innovación debe ser simple. Así se garantiza su efectividad.
- La Innovación efectiva tiene que comenzar siendo pequeña y enfocada.... o puede llegar a confundir al consumidor.
- La Innovación debe tener como meta convertirse en la norma que dicta la pauta. No importa si logra desde el principio un gran éxito económico o si sus resultados son modestos... para empezar.

Teorías y modelos de la innovación.

PETER DRUCKER (INNOVACIÓN, INNOVACIÓN...SOLO INNOVACIÓN)

Principios elementales de la Innovación

- La Innovación es esfuerzo, más que genialidad. Si creemos que para innovar debemos tener la mente de Einstein, ya podremos sentarnos a esperar.
- La Innovación es fruto del talento y del genio, pero no va a suceder si no agregamos a estos elementos el trabajo duro y el esfuerzo tenaz y enfocado. Sin lo segundo, ni el genio ni el talento podrán sacar adelante ninguna innovación, por pequeña o modesta que sea.

Teorías y modelos de la innovación.

Teoría de Clayton Christensen: “Innovación disruptiva”

Clayton M. Christensen (1952-).

Académico norteamericano.

Profesor de la Universidad de Harvard.

❖ Teoría Innovación Disruptiva



Teorías y modelos de la innovación.

Teoría de Clayton Christensen: “Innovación disruptiva”

En esta época es imprescindible para las empresas innovar productos, procesos y formas de comercialización.

“Llega un punto en el que los productos han sido objeto de tanta innovación, que poco a poco van quedándose en el mercado como productos que sólo aquellos consumidores que están dispuestos o que tienen el potencial económico para pagar los sobrepagos que implica el proceso los compran.”

Teorías y modelos de la innovación.

Teoría de Clayton Christensen: “Innovación disruptiva”

“Llega un momento en que los productos ya son tan avanzados que algunos sectores de consumidores ya no pueden adquirirlos, quedando estos grupos como nichos de oportunidad para que empresas menores, con menos recursos, sin tanta tecnología, ni presencia vayan atendiendo sus necesidades, ganado poco a poco terreno dentro del segmento o sector de que se trate.”

Teorías y modelos de la innovación.

Teoría de Clayton Christensen: “Innovación disruptiva”

La estrategia de la Innovación disruptiva es:

- ✓ Ir poco a poco ganando sectores de mercado con tecnologías menos sofisticadas, con productos de menor costo e incluso con menos beneficios.
- ✓ Estos productos, a la larga, al aumentar su aceptación, van a producir un desplazamiento de los líderes.

Teorías y modelos de la innovación.

Teoría de Clayton Christensen: “Innovación disruptiva”

Las empresas *disruptoras*:

- Deben estar alertas y preparadas para reconocer cuáles son los sectores de consumidores “desdeñados” o “no atendidos” por los grandes.
- Crear innovación y estrategias que, sin ocuparles mayores recursos o sofisticación tecnológica, les permitan ir apoderándose poco a poco de esos “no atendidos”, abarcando poco a poco los segmentos de mercado tanto como para finalmente llamar la atención de todos.

Creatividad e innovación

Gracias por su atención

Actividad 3

Elabora un ensayo de una cuartilla máximo, donde expliques brevemente cada una de las Teorías y Modelos de la Innovación.

Trabajo de investigación y exposiciones

Tema: Tendencias en redes.

De acuerdo a lo estudiado en el tema de creatividad e innovación. Investiga acerca de los productos o servicios que están marcando tendencia en el área de redes.

[Ver documento con especificaciones.](#)

Creatividad e innovación

Bibliografía

DRUCKER, (2008). “Hacia la nueva organización”. Barcelona: Deusto.

Rojas de Escalona, Belkys (2007). La creatividad e innovación en las Organizaciones. Sapiens. Revista Universitaria de Investigación, 8(1), undefined-undefined. [fecha de Consulta 27 de Agosto de 2019]. ISSN: 1317-5815. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=410/41080108>

Hernández Arteaga, I.; Alvarado Pérez, J. C. & Luna, S. M. (2015). Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 44, 135-151. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/620/1155>

Rojas Morales, María Eugenia, La creatividad desde la perspectiva de la enseñanza del diseño, Universidad iberoamericana, México (2007)