

¿CÓMO SE GESTIONA LA INNOVACIÓN ABIERTA EN LAS EMPRESAS?

• Omar Carrasco
Dr. en Ciencias Económicas

En virtud del incremento de la competencia y a los cambios exponenciales de la tecnología, las empresas cada vez más dependen de su habilidad para innovar para lograr una ventaja competitiva sostenible (Parida, Westerberg, & Frishammar, 2012). Es por ello que las empresas están cambiando su forma de actuar en sus procesos de innovación con el fin de desarrollar nuevos productos exitosos y así mejorar su rendimiento (Laursen & Salter, 2006; Spithoven, Vanhaverbeke, & Roijakkers, 2013).

La innovación abierta (IA) puede ser un camino para acelerar estos procesos, ya que es un modelo donde una empresa comercializa tanto sus propias ideas como las innovaciones de otras empresas y se focaliza en canalizar sus ideas al mercado a través de vías ajenas a sus negocios actuales (Chesbrough, 2003). La innovación abierta es "un proceso de distribución de innovación basado en flujos de conocimiento gestionados de forma intencionada a través de los límites de la organización" (Chesbrough & Bogers, 2014).

La figura 1 ilustra las diferencias entre el modelo de innovación cerrado y el abierto, basándose en las definiciones de Chesbrough (2003):

La figura muestra que, en forma tradicional, los procesos de innovación se representan a través de un embudo. En una organización las ideas y las tecnologías actuales comienzan por el extremo del embudo y por el otro extremo sale el producto o servicio final que irá finalmente al mercado. La literatura la define como un sistema lineal que se seleccionan las mejores ideas, se validan cada uno de los prototipos para obtener resultados efectivos.

Las empresas tanto de menor como de mayor tamaño aplican distintas prácticas de innovación abierta para atender a sus clientes de manera efectiva o abrir nuevos mercados, en virtud de tener un efecto positivo en la introducción de nuevos productos-servicios, con apuntando a lograr un mayor nivel de ingresos y mantener el crecimiento de las empresas (Van de Vrande, Jong,

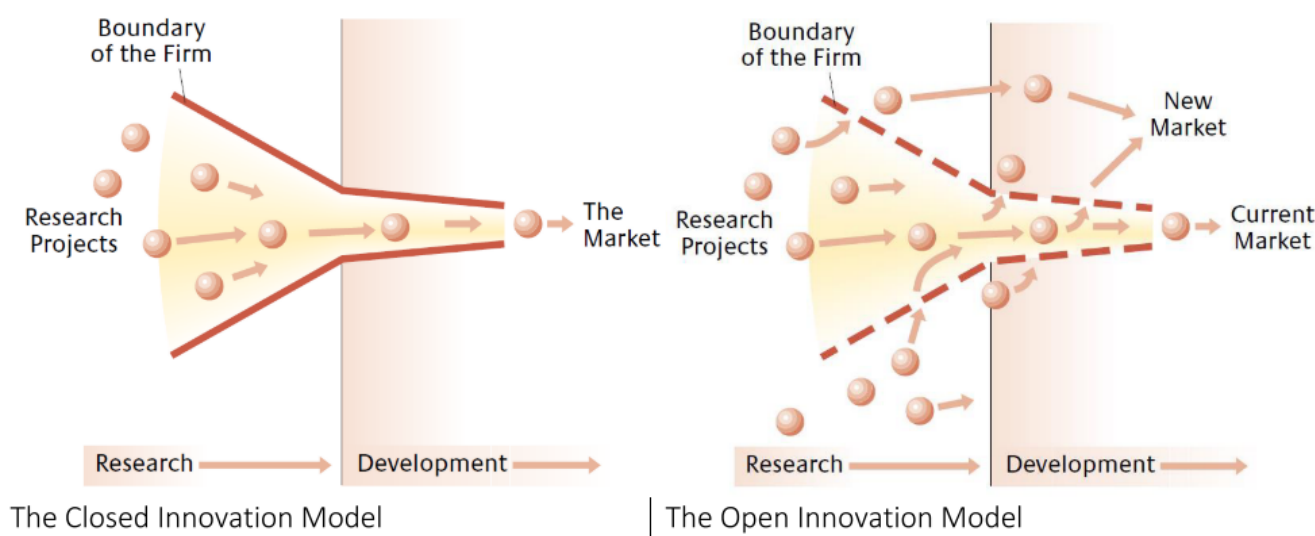


Figura 1

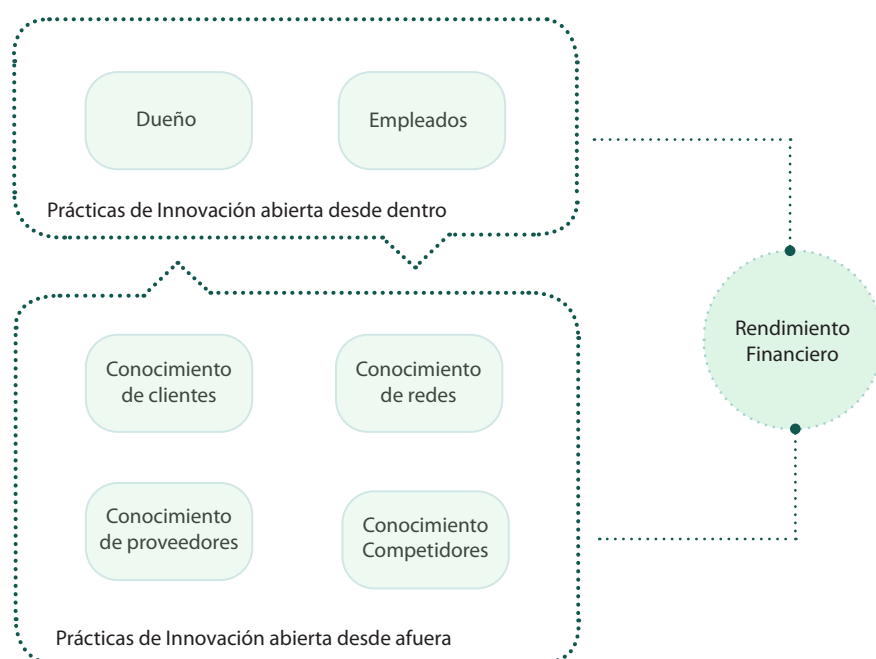
Modelos de innovación cerrada y abierta / Fuente: (Chesbrough, 2003) páginas 36 y 37.

Vanhaverbeke, & Rochemont, 2009). Para llevar a cabo las prácticas de IA, las empresas requieren de una adecuada política de gestión de la innovación y contar con capacidades para desarrollarlas con éxito.

Prácticas de Innovación abierta

Si bien existen varias formas de gestionar la innovación abierta y no hay una lista unificada de tipologías de prácticas de innovación abierta, las actividades más habituales que se encuentran en la literatura, y basándose en el estudio de Van de Vrande et al. (2009) se pueden mencionar el inbound y outbound. El Inbound se construye a partir de cinco prácticas: 1) La participación directa de los clientes en su proceso de innovación, 2) Actividades desarrolladas sobre la base de redes externas para apoyar los procesos de innovación, pudiendo adquirir conocimiento externo o capital humano, 3) Participaciones en empresas nuevas o establecidas con el fin de obtener acceso a sus conocimientos o para obtener otras sinergias, 4) Compra de servicios de I + D de otras organizaciones, como universidades, organismos públicos de investigación, comerciales ingenieros o proveedores y 5) La compra o el uso de la propiedad intelectual, tales como patentes, derechos de autor o marcas registradas de otras organizaciones para beneficiarse del conocimiento externo. El Outbound se construye con dos prácticas: 1) Empezar un nuevo negocio procedente del conocimiento interno de la propia empresa, y 2) Aprovechar los conocimientos y las iniciativas de los empleados que no están involucrados en la I + D (por ejemplo, mediante la adopción de sugerencias, que les exima de aplicar las ideas o la creación de equipos autónomos para realizar innovaciones).

Así se muestra en la figura 2: relaciones de las gestiones



Los estudios empíricos muestran que estas prácticas afectan positivamente el rendimiento financiero de las empresas. También tiene implicaciones importantes para los empresarios, considerando que la innovación es muy importante para el crecimiento de las empresas, pero siempre va a tener riesgos para todos, tanto para los dueños como los colaboradores de la empresa. Obviamente que los tomadores de riesgos pueden afectar positivamente en la generación de ideas, mayores posibilidades de tener éxito y mejorar las capacidades de las empresas bajo la perspectiva de la gestión. Los empresarios al comprometerse con el aprendizaje de sus empleados pueden generar oportunidades en el mercado, cambios radicales en los productos mejorando así las capacidades de innovación de la empresa. La construcción de las capacidades de innovación implican un impacto positivo en el crecimiento para la empresa (Yang, 2012), generan ventajas competitivas, mejoran las prácticas de innovación inbound y outbound. Además, las empresas pueden mejorar las prácticas de innovación abierta inbound y con ello impactar positivamente en el rendimiento financiero de las empresas.

Mayor información puede ser leída en: Carrasco-Carvajal, O., & García-Pérez-De-Lema, D. (2021). Innovation Capability And Open Innovation And Its Impact On Performance In Smes: An Empirical Study In Chile. *International Journal of Innovation Management*, 25(04), 2150039. <https://doi.org/10.1142/S1363919621500390>

Agradecimientos

Este trabajo se llevó a cabo gracias al apoyo del Dr. Domingo García Pérez de Lema, catedrático de Universidad Politécnica de Cartagena, España. Departamento de Economía, Contabilidad y Finanzas.

Referencias

- Chesbrough, H., & Bogers, M. (2014). Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. *New Frontiers in Open Innovation*. Oxford: Oxford University Press, 1–37.
- Chesbrough, H. W. (2003). The era of open innovation. *Managing Innovation and Change*, 127(3), 35–41.
- Laursen, K., & Salter, A. (2006). Open for innovation: The role of openness in explaining innovation performance among UK manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27(2), 131–150. <https://doi.org/10.1002/smj.507>
- Parida, V., Westerberg, M., & Frishammar, J. (2012). Inbound open innovation activities in high-tech SMEs: The impact on innovation performance. *Journal of Small Business Management*, 50(2), 283–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2012.00354.x>.
- Spithoven, A., Vanhaverbeke, W., & Roijakkers, N. (2013). Open innovation practices in SMEs and large enterprises. *Small Business Economics*, 41(3), 537–562. <https://doi.org/10.1007/s11187-012-9453-9>
- Van de Vrande, V., Jong, D. J. P., Vanhaverbeke, W., & Rochemont, M. (2009). Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges. *Technovation*, 29(6–7), 423–437. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.10.001>
- Yang, J. (2012). Innovation capability and corporate growth: An empirical investigation in China. *Journal of Engineering and Technology Management*, 29(1), 34–46. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2011.09.004>