

# Aterrizando el concepto de innovación en las PYMES



Hoy en día el porcentaje que representan las PYMES en el tejido industrial Español es, según datos oficiales del ministerio de industria, energía y turismo del gobierno de España, de un 99,9%, entendiéndose como tales las compañías que oscilan de 0 a 250 trabajadores. Dentro de las pequeñas y medianas empresas podemos realizar a su vez cuatro subdivisiones, las empresas sin asalariados (corresponde en su mayoría a personas físicas) con un porcentaje representativo dentro de las pymes de un 53,6%, las empresas de **0 a 9** trabajadores (microempresas) con un 42,2%, las empresas de **10 a 50** trabajadores (pequeñas empresas) representan un 3,5% y de **51 a 250** trabajadores (empresas medianas), quienes representan un 0,6% de las pymes.

Si comparamos estos datos con los de la UE, los porcentajes no presentan grandes variaciones, oscilando los mismos en cifras semejantes a las españolas.

Uno de los temas que en los últimos años mayor relevancia ha suscitado es la necesidad de implantar en las PYMES la famosa “**innovación**”, una palabra aparentemente sencilla pero que en nuestra opinión no ha sido bien interpretada por gran parte de las pequeñas y medianas empresas que conforman nuestra industria. Por ello, queremos aterrizar el concepto de innovación y su implantación en las pequeñas y medianas empresas españolas.

Hasta hace poco, la innovación se entendía únicamente como grandes inversiones en maquinaria de última generación con la mejor tecnología (innovación tecnológica), siendo estos grandes desembolsos de capital la única fórmula posible para innovar.

Actualmente gracias a las redes sociales, los diferentes posts sobre innovación, artículos de opinión, libros, así como la influencia de grandes eruditos en materia de empresa y gestión nacionales e internacionales se ha conseguido dar una imagen “más apropiada” sobre el concepto de innovación y su implantación en las pymes, dando lugar a los siguientes tipos:

- 1. Innovación en productos y servicios.**
- 2. Innovación en procesos (internos y externos).**
- 3. Innovación tecnológica.**

También se ha logrado diferenciar entre:

- 1. Innovación disruptiva:** Éxito comercial de un nuevo proceso, tecnología, producto o servicio que no existía antes, y
- 2. La innovación funcional** Mejora de los procesos, tecnología, productos o servicios actuales.

Por lo tanto podemos definir la “innovación” como ***la comercialización con éxito de un producto, servicio, proceso o tecnología.***

Queremos matizar que el éxito de la innovación puede ser también a nivel interno en la compañía. Mejorando un proceso interno o definiendo nuevos procesos o formas de gestionar el negocio podemos incrementar la productividad, eficiencia y eficacia de la compañía y por tanto lograr mejores resultados.

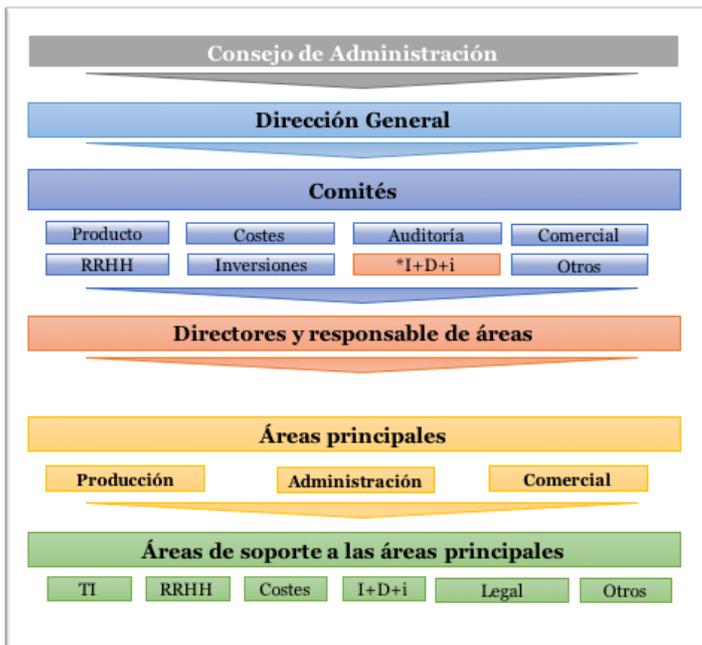
Ahora bien, una vez explicado el concepto de innovación en la empresa, ¿cuál es el punto de partida?, ¿qué tenemos que hacer?, ¿cómo empezamos?

Muchas pymes se plantean estas y otras muchas dudas acerca de la **innovación** y su implantación. Queda muy bonito explicar qué es la innovación, pero una vez conocida la teoría no es tarea sencilla implementarla.

El primer paso para poder instaurar en tu empresa la **innovación** es concebirla como un **proceso transversal** a todas las áreas de la compañía.

A continuación mostramos una estructura “estándar” de cómo se estructura una empresa. Obviamente, dependiendo del tamaño de las pymes es normal que muchos de los comités y áreas no estén definidas como tal. La finalidad es mostrar una imagen a partir de la cual dar unas ideas de cómo puede empezar a instaurar el proceso de innovación en tu empresa.

Estructura “estándar” de una compañía:



**Definición de los objetivos estratégicos:**

¿Se ha incluido el *proceso de innovación* como parte de la estrategia? ¿cuáles son los objetivos estratégicos en innovación?

**Creación de comités para la supervisión del cumplimiento de los objetivos estratégicos**

¿Cómo debe conformarse el *Comité de Innovación*? ¿Cuál es su función?

**Comunicación y dirección de las acciones a realizar para el cumplimiento de los objetivos**

¿Cómo comunicar los objetivos de *innovación* al personal? ¿cómo gestionar el tiempo de dedicación a la innovación? ¿cómo definir si se han cumplido los objetivos?

**Implementación de las acciones a realizar para el cumplimiento de las metas de la compañía**

¿Cómo integrar el *proceso de innovación* en el día a día de su actividad? ¿cuánto tiempo debo dedicar a la innovación?

**Pasos a seguir:**

- El requisito principal para instaurar el proceso de innovación en la compañía es que las dos primeras capas de la empresa acepten la necesidad de incluir en los objetivos estratégicos la implantación del proceso de innovación (Consejo de Administración y Dirección General). Sin la aprobación de ellos es **imposible** implantarla.
- Una vez aprobada por las dos primeras capas de la compañía la implantación del proceso de innovación es fundamental **definir y tener claros** cuales son los **objetivos** a cumplir en innovación. Para ello es necesario realizar un ejercicio de análisis de la compañía (ej: realizar un DAFO). Sugerimos que para realizar el DAFO tienen que participar los directores y responsable de las áreas (tercera capa) ya que son los que día a día lidian en la actividad de la empresa y gestionan a los equipos de trabajo.
- Una vez se tengan claros los **objetivos** que deben cumplirse en materia de innovación, hay que definir un **Comité de innovación**, el cual se encargará de supervisar el cumplimiento de los objetivos estratégicos en materia de innovación.
- Es fundamental que la **comunicación** de los objetivos de los directores y responsables de las áreas a los empleados sea clara y concisa. Los empleados de las áreas principales y de soporte deben entender cual es su rol y su función para la consecución de los objetivos de la compañía.
- Los directores y responsable de las áreas deben organizarse en el porcentaje de tiempo que dedican a la innovación y a su actividad diaria. Lo recomendable para iniciar es un 20% (innovación) 80% (actividad principal en la empresa).

**Recomendaciones:**

- Al iniciar el proceso de implantación de la innovación en la compañía sugerimos que seleccionemos objetivos concretos y no en exceso. Es mejor terminar un objetivo en materia de innovación que trabajar en 30 objetivos y no ver ningún resultado porque se ha dejado todo a medias.

2. En el caso de que la compañía no cuente con una metodología clara, puede optar por consultar a asesores externos especializados en innovación. Esta alternativa no tiene por qué suponer un importante desembolso de capital sino que es una ayuda para gestionar de una manera más eficiente, el incremento de las nuevas tareas que incluiremos en nuestro día a día. Los consultores externos a la compañía, pueden darnos además de la metodología, una visión objetiva sobre las metas que nos hemos propuesto implementar en innovación.
3. El comité de innovación en la mayoría de los casos no debe estar conformado por las dos primeras capas de la compañía (miembros del Consejo de Administración y Dirección General). Debe de estar integrado por los técnicos y responsables de las áreas encargadas de cumplir con los objetivos en innovación.
4. La formación del personal es fundamental para conseguir los nuevos objetivos que se propone la compañía.
5. Tener paciencia, si buscamos resultados a corto plazo, lo más seguro es que nos desesperemos y no se consigan los objetivos en innovación que nos hemos propuesto.
6. Involucrar al personal de la empresa, dejarles ser creativos. Muchas veces nos sorprenderemos de las ideas que pueden darnos para hacer crecer nuestro negocio.