

Recensión: El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en la empresa

José Castillo Bermudez
Editorial Libros de Cabecera, Barcelona. España
jocasbe92@gmail.com

Referencia/ reference:

Castillo, J. (2022). Recensión: El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en la empresa. *Yulök Revista de Innovación Académica*, 6 (2), 105-107. <https://doi.org/10.47633/yulk.v6i2.474>

El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en la empresa es un libro práctico que acerca la innovación a las personas que quieren empezar a innovar —tanto en empresas, como en startups, como en universidades— y necesitan entender en toda su extensión qué es la innovación, cómo funciona y las últimas tendencias en su desarrollo.

Los autores

El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en la empresa es el resultado del esfuerzo de un grupo de más de 30 profesionales de la innovación, que desde sus diferentes campos de conocimiento y acción han aportado su experiencia en el tema.

En el momento más duro del confinamiento por la pandemia de la Covid-19, estos profesionales decidieron unirse bajo la asociación de Gen Innovación para crear un libro, talleres y otros materiales con el objetivo de compartir y difundir las mejores prácticas en innovación. Estas personas se ubican en empresas españolas, multinacionales, asociaciones y universidades. La elaboración del libro fue coordinada por Alexander Phimister y Albert Torruella.

El libro

Desde principios del siglo XX, ha existido una creciente discusión académica sobre el rol de los emprendedores y la innovación en el crecimiento económico. Schumpeter (1934) definió al emprendedor como un agente de innovación y el motor alrededor del cual se da el proceso de cambio. Asimismo, Schumpeter asignó al emprendedor el rol de innovador por encima del de inventor, pues lejos de crear algo nuevo solo encuentra maneras distintas



de hacer las cosas. A lo largo de los años, numerosos académicos han reseñado, criticado, desarrollado y perfeccionado esta teoría en el campo de la economía y los negocios (ver Nicholas, 2003; Ziemnowicz, 2013). Sin embargo, existe otra vertiente de literatura sobre el tema que se aleja de lo estrictamente teórico y académico para enfocarse más en la práctica. Esta literatura escrita desde la trinchera, es decir, desde el día a día de la gestión empresarial, ha llevado la voz cantante durante los últimos veinte años con numerosas publicaciones de carácter divulgativo (ver Drucker, 1985; Christensen, 1997; Dyer et al., 2011). El libro de la innovación: Guía práctica para innovar

en la empresa es un aporte a la literatura de la segunda vertiente, pues se propone crear una guía práctica desde la experiencia profesional de sus autores más que desde los fundamentos teóricos de la innovación. Puede argumentarse que el libro ya es una innovación per se, pues los autores apuestan por una metodología de construcción de conocimiento colaborativa y multidisciplinaria. Escrita durante los meses más duros del confinamiento derivado de la pandemia de la COVID-19, esta guía propone al lector pensar en la innovación como una herramienta para hacer frente a las situaciones de incertidumbre que las empresas enfrentan al día y en las que enfrentarán a futuro. Dividida en cinco partes, la guía busca abordar la innovación desde diferentes perspectivas como el concepto, la estrategia, la implementación, y los diferentes tipos de innovación (interna y abierta). Su estructura en forma de manual permite al lector leerlo de principio a fin o bien enfocarse en un capítulo determinado que resuelva

una necesidad específica. A continuación, se realizará un breve recorrido sobre cada una de estas perspectivas y el aporte que el libro hace en cada una de ellas.

Parte I: Concepto

Esta es la parte más teórica (si no es que la única) del libro. Hace un repaso de los diferentes tipos de innovación identificados por la teoría del management y las implicaciones de cada uno. Los autores establecen un marco de referencia para estos conceptos que permite al lector pasar estos conocimientos a la práctica por medio de modelos de aplicación de la innovación.

Parte II: Estrategia

Es en esta segunda parte en donde la guía se empieza a leer como un manual de uso. Entre otros temas tratan la medición de la innovación y la financiación de la innovación.

Parte III: Implementación

Esta parte hace hincapié en la importancia de los equipos y la cultura empresarial para la correcta implementación de una estrategia de innovación. A través de un caso práctico sobre una empresa multinacional, los autores resaltan la idea de que ninguna organización puede afrontar un proceso de innovación si este valor no es parte de su cultura.

Partes IV y V: Innovación interna vs. Innovación abierta

Las partes IV y V de la guía comparan los dos principales tipos de innovación (interna y abierta). Dentro de la innovación interna, los autores hacen un repaso sobre el rol del intraemprendimiento y el aprovechamiento del potencial que los empleados tienen para contribuir a la innovación. Asimismo, los autores hacen una revisión básica de la innovación basada en retos y sus procesos. Una de las fortalezas de ambas partes son los casos de éxito presentados. Destaca entre ellos el caso de InGenius, la aceleradora de ideas de Nestlé que se basa en el potencial de su fuerza laboral (más de 300,000 empleados alrededor del mundo) para fomentar el intraemprendimiento y aprovechar la creatividad de los empleados en la generación de nuevas ideas y desarrollo de productos.

La parte V muestra las más recientes tendencias de colaboración entre empresas consolidadas y las startups, con fórmulas muy imaginativas para sacar las mejores sinergias.

Anexos

Los anexos dan un aporte definitivo al libro, porque facilitan información sobre los instrumentos de financiación pública en Europa y España; el ejemplo de una aceleradora y corporate venturing del sector legal; y un compendio de herramientas y recursos para desarrollar la innovación.

Conclusiones

El libro de la innovación es una guía ambiciosa y práctica dirigida a las personas que trabajan en departamentos de innovación o que están interesadas en aplicar procesos de innovación en sus empresas y spin-of. Sus aportes son numerosos, pues no solo hace una condensación teórica de la literatura académica sobre innovación, sino que proporciona al lector un acercamiento a la puesta en práctica de esta teoría. Hablar desde la trinchera y desde la experiencia complementa, y de alguna forma también contrasta, el mundo teórico y el mundo práctico. La concepción misma de este libro es un ejemplo de uno de los temas tocados: la innovación abierta y colaborativa, pues su creación requirió del trabajo conjunto de un número importante de personas compartiendo su conocimiento.

Referencias

- Christensen, C. M. (1997). *Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (management of innovation and change series)*. Harvard Business Review.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Harper & Row.
- Dyer, J., Gregersen, H. B., & Christensen, C. M. (2011). *The innovator's DNA: mastering the five skills of disruptive innovators*. Harvard Business Press.
- Lassen, A. H., & Laugen, B. T. (2017). *Open innovation: on the influence of internal and external collaboration on degree of newness*. Business Process Management Journal, 23(6), 1129–1143. <https://doi.org/10.1108/bpmj-10-2016-0212>
- Nicholas, T. (2003). *Why Schumpeter Was Right: Innovation, Market Power, and Creative Destruction in 1920s America*. The Journal of Economic History, 63(4), 1023–1058. <https://www.jstor.org/stable/i337112>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard Economic Studies.

Shayah, M. H., & Zehou, S. (2019). *Organizational culture and innovation: A literature review*. Proceedings of the 2019 3rd International Conference on Education, Culture and Social Development (ICECSD 2019), 344. <https://doi.org/10.2991/icecsd-19.2019.58>

Ziemnowicz, C. (2013). Joseph A. Schumpeter and Innovation. In E. G. Carayannis (Ed.), *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship* (pp. 1171–1176). Springer.