

GUIA ORIENTADORA INNOVACIONES

Antes de comenzar a diligenciar el formato, es importante señor autor que efectúe la siguiente lectura de forma detenida:

“Una innovación se define (...) como un producto (servicio o bien) nuevo o significativamente mejorado introducido en el mercado, o un proceso nuevo o significativamente mejorado introducido en la empresa, o un método organizativo nuevo o significativamente mejorado introducido en la empresa, o una técnica de comercialización nueva o significativamente mejorada introducida en la empresa.

Una innovación es siempre nueva para la empresa. No es necesario que sea nueva en el mercado en el que la empresa opera.

Los cambios de naturaleza estética, y los cambios simples de organización o gestión no cuentan como innovación.

Tanto los servicios como los bienes que la empresa introduce al mercado son considerados como productos. Los servicios, a diferencia de los bienes, suelen ser productos intangibles o difícilmente almacenables y sus procesos de producción y comercialización pueden darse de manera simultánea.

El suministro de un servicio puede tener como complemento, o requerir como soporte, el suministro de un bien; y a la inversa.”

(DANE, 2016. Metodología general encuesta de desarrollo e innovación tecnológica en los sectores servicio y comercio -EDITS)

“Para que exista una innovación es indispensable que el producto o proceso tenga una o más características que sean significativamente diferentes de las contenidas en los productos o procesos previamente ofrecidos o utilizados por la empresa”.

(Minciencias, 2021. Tipología de Proyectos calificados como de carácter científico, tecnológico e innovación).

Recuerde que:

“Innovación de producto o servicio. Las innovaciones de producto representan cambios importantes en las características de los productos o servicios, e incluyen tanto aquéllos que son completamente nuevos, como los que han experimentado mejoras sustanciales. Su principal objeto es el proceso de desarrollo, escalamiento e introducción de nuevos productos o servicios para el sector, la región o el país, así como productos significativamente mejorados, es decir, que modifican alguna característica del producto de manera tal que tengan mejor desempeño.

Innovación de proceso. Las innovaciones de proceso son cambios significativos en los métodos de producción o distribución. Su principal objeto es la introducción de nuevos procesos para la producción de un producto o prestación de un servicio nuevo o significativamente mejorado, es decir, que modifican componentes del proceso para mejorar su desempeño en términos de reducción de costos e incremento de la capacidad.

La principal diferencia entre una Innovación de proceso y una de producto es que la primera está enfocada en el mejoramiento de la forma como se realiza el producto, mientras que, la segunda está enfocada en el mejoramiento de las características del producto.

Innovaciones organizativas. se refieren a la aplicación de nuevos métodos organizativos. Pueden ser cambios en las prácticas empresariales, en la organización del trabajo y en las relaciones externas de la empresa.

Innovaciones comerciales. Las innovaciones comerciales comprenden la puesta en marcha de nuevos métodos comerciales y pueden suponer cambios en el diseño y la presentación del producto, en la promoción y posicionamiento del mismo o en los métodos de fijación de precios.” (OECD / Eurostat, 2018. Manual de Oslo).

NO SE CONSIDERAN INNOVACIONES ENTRE OTROS:

- Dejar de usar un proceso, un método comercial, un método organizativo, o dejar de comercializar un producto. Dejar de hacer algo no es una innovación, aunque mejore los resultados de la empresa.
- Simple reposición o ampliación del capital. La compra de modelos de equipo idénticos a los instalados, o ampliaciones y actualizaciones menores del equipo y software existente, no son innovaciones de proceso.
- Cambios resultantes de variaciones en el precio de los factores. no es una innovación el cambio en el precio de un producto, o el cambio en su productividad que resulte exclusivamente de cambios en el precio de los factores de producción.
- Cambios periódicos, estacionales o cíclicos. En algunos sectores, como el textil y el calzado, existen cambios estacionales en el tipo de bienes y servicios ofrecidos, que pueden ir acompañados de cambios en la apariencia de los productos. Estos cambios de diseño rutinarios no son, generalmente, innovaciones de producto ni comerciales.
- Comercialización de productos nuevos o con una mejora significativa. Productos nuevos en los servicios de transporte de bienes o de distribución (venta al por mayor y al por menor, transporte y almacenaje). La comercialización de productos nuevos o mejorados no es normalmente una innovación de producto para el mayorista, la tienda minorista, o la empresa de transporte y almacenaje.
- Novedad y difusión. Por definición, todas las innovaciones deben contener cierto grado de novedad, nuevo para la empresa, nuevo para el mercado y nuevo para el mundo.
- No se consideran innovaciones la actualización de versiones de documentos (internos o externos) dentro de los sistemas de gestión de una empresa o entidad.
- No se consideran innovaciones la implementación de acciones correctivas o preventivas exigidas por normas técnicas de gestión.

REGISTRO DE INNOVACIONES

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título de la innovación (Conciso, claro, original e informativo)		
Tipo de innovación (señale sólo una opción con una "X"):		<input type="checkbox"/> En productos o servicios de la empresa. <input type="checkbox"/> En procesos de la empresa. <input type="checkbox"/> En la organización de la empresa. <input type="checkbox"/> En métodos de comercialización de la empresa
Fecha de creación de la innovación (día/mes/año)		
Nombre de la empresa		
Sector de la empresa donde se ha implementado la innovación		
NIT de la empresa		
Origen de la Innovación	Proyecto de investigación asociado (convocatoria interna o externa).	Título del proyecto:
		Nombre de la convocatoria:
	Estrategia de formación de capacidades en ciencia tecnología e innovación	Tipo de estrategia de CTEI <input type="checkbox"/> Semillero de investigación* <input type="checkbox"/> Grupo de estudio* <input type="checkbox"/> Grupo de trabajo* <input type="checkbox"/> Colectivo Académico* <input type="checkbox"/> Joven Investigador* <input type="checkbox"/> Trabajo de grado <i>*La estrategia debe estar debidamente registrada en la Dirección de Investigación e Innovación.</i>
		Nombre de la estrategia
Institución financiadora		
Disponibilidad (restringido/no restringido)		
La innovación tiene:		<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> Registro <input type="checkbox"/> Patente <input type="checkbox"/> Secreto Empresarial

2. INFORMACIÓN SOBRE LOS AUTORES DE LA INNOVACIÓN

Nombre	
CC.	
Correo	
Afiliación institucional	
Grupo de investigación / Facultad	

Nombre	
CC.	
Correo	
Afiliación institucional	
Grupo de investigación / Facultad	



Nombre	
CC.	
Correo	
Afiliación institucional	
Grupo de investigación / Facultad	

3. INFORMACIÓN DE LA INNOVACIÓN

Resumen de la innovación efectuada (no mayor a 350 palabras)	
Resumen de la innovación, estableciendo entre otros: innovación efectuada, situación problemática resuelta, metodología aplicada y resultados obtenidos. Máximo 350 palabras.	
Descripción del bien, servicio, producto, proceso, relaciones organizacionales, técnicas de comercialización u otro aspecto de la organización, justo antes de generar y aplicar la innovación, haciendo énfasis en las situaciones problemáticas que existían en ausencia de la innovación (estado del arte):	
Se sugiere usar información institucional oficial para validar este acápite del documento.	
Descripción del bien, servicio, producto, proceso, relaciones organizacionales, técnicas de comercialización u otro aspecto de la organización, después de generar y aplicar la innovación, haciendo énfasis en la resolución de las situaciones problemáticas que existían previa a la innovación.	
Se sugiere respaldar esta información con evidencias oficiales.	
Novedad de la innovación: la innovación es un producto, bien, proceso, u otro (señale sólo una opción con una "X"):	
a) nuevo	<input type="checkbox"/>
b) mejorado, en comparación al producto, bien, proceso u otro existente antes de aplicar la innovación.	<input type="checkbox"/>
Explique de forma clara la respuesta:	
La innovación implementada en la empresa (señale sólo una opción con una "X"):	
a) Ya existía en el mercado nacional y / o internacional.	<input type="checkbox"/>
b) No existía a nivel nacional, pero sí en el internacional.	<input type="checkbox"/>
c) No existía dicha innovación ni a nivel nacional ni a nivel internacional.	<input type="checkbox"/>
Explique de forma clara la respuesta con evidencias tangibles y confiables:	
Impactos económicos de la innovación en organización. Estos impactos se pueden evidenciar en (señale los que más se adecuan a la innovación efectuada):	
a) Mejora en la calidad de los servicios o bienes.	b) Ampliación en la gama de servicios o bienes.
c) La empresa ha mantenido su participación en el mercado geográfico.	d) La empresa ha ingresado a un mercado geográfico nuevo.
e) Aumento de la productividad.	f) Reducción de los costos laborales.
g) Reducción en el consumo de energía eléctrica u otros energéticos.	h) Reducción en el uso de materias primas o insumos.
i) Reducción en el consumo de agua.	j) Reducción en costos asociados a comunicaciones.



k) Reducción en costos asociados a transporte.		l) Reducción en costos de mantenimiento y reparaciones.	
m) Disminución en el pago de impuestos.		n) Aprovechamiento de residuos en los procesos de la empresa.	
p) Mejora en el cumplimiento de regulaciones, normas y reglamentos técnicos. Incluye cumplimiento de normas de reducción de vertimientos o emisiones tóxicas y de mejora de las condiciones de seguridad industrial.		q) Otros. (¿cuáles?):	
Explique de forma clara la respuesta con evidencias tangibles provenientes de fuentes confiables:			
Referencias			
Se requiere la utilización del sistema APA (American Psychological Association) sexta edición para las citas de referencia.			

4. RESPONSABILIDAD DE LOS FIRMANTES

El diligenciamiento del presente formato acredita que cada uno de los firmantes manifiestan bajo la gravedad de juramento la veracidad de la información registrada. En el evento en que se llegaren a generar derechos de propiedad intelectual, la información contenida en el presente será derecho probatorio. Los firmantes asumen de manera consciente las obligaciones y responsabilidades derivadas de dicho procedimiento y, de las etapas posteriores al mismo. De igual modo, reconocen que ostentan la titularidad de los derechos morales de autor, en observancia de las disposiciones contenidas en la Ley 23 de 1982 y en las normas concordantes que la modifiquen o adicionen.

5. FIRMAS

(Debe ser firmado por los registrados tanto en el numeral 2 (autores) como en el numeral 3(inventores) del presente documento)

NOTAS

Documentos para subir en el CVLAC de la Innovación en Proceso y Procedimiento

- o Certificado de implementación en pequeñas, medianas y grandes empresas (expedido por el representante legal de la empresa). En caso de innovación realizada adjuntar. En caso de innovación interna realizar la solicitud a la Dirección de Investigación e Innovación.

Documentos para subir en el CVLAC de la innovación en Gestión Empresarial

- o Certificado de implementación expedido por representante legal de la empresa donde realizó la innovación.
- o Certificación del producto por parte de la entidad que pertenece al SNCT+I. Realizar la solicitud a la Dirección de Investigación e Innovación, anexando el documento de la innovación, el certificado de la empresa donde se realizó la innovación.
- o Documento especificando tamaño según la Ley
- o Registro Tributario