

## Modelo de Marquis 1969

Pone a la idea como motor fundamental de las innovaciones, partiendo de una idea de un nuevo o mejor producto o proceso de producción y esta puede provenir de cualquier parte de la organización, no sólo del departamento de investigación.

La mayoría de las ideas innovadoras son aportadas por el departamento comercial basado en las sugerencias de los clientes.

La idea es una fuente y un receptor de diferentes elementos de desarrollo de producto. La “idea” debe cumplir con dos requisitos fundamentales: la factibilidad técnica y demanda potencial. Las dos son imprescindibles.

A partir de la idea se pone en marcha el proceso que examina el las posibilidades de la tecnología actual y si ésta no cumple los requerimientos, se puede hacer uso de la investigación aplicada e inclusive de la investigación básica.

En síntesis, la innovación formula la idea, valorando la factibilidad técnica y la demanda potencial del mercado; investiga, construye prototipos o plantas piloto; se obtiene la solución y se concluye con la fabricación, implementación y difusión mediante el marketing que la introducirá al mercado.



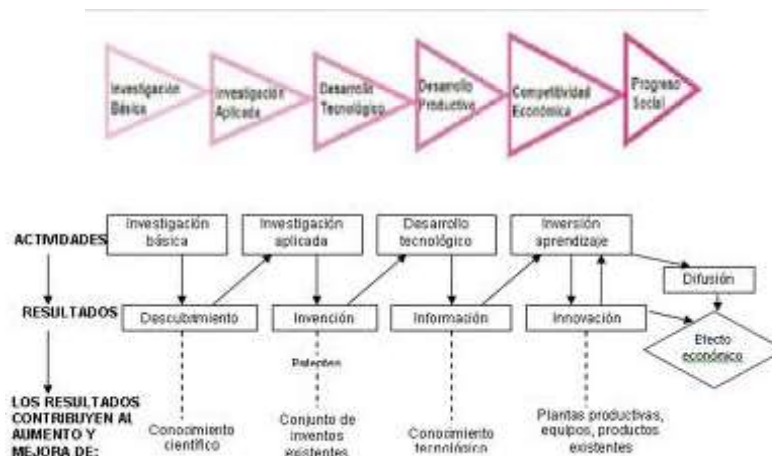
Innovación de Sistemas	Innovación Radical	Innovación Gradual
Planeación a largo plazo	Planeación a mediano plazo	Planeación a corto plazo
Implica Administración de Sistemas Complejos	Implica ventaja productiva	Implica Pequeños Cambios sin alterar en gran medida el equipo o procesos existentes
Grandes inversiones	Inversiones importantes	Inversiones significativas
Impacto Nacional o mundial	Impacto en el sector	Impacto inmediato en la empresa

Fuente Donald G. Marquis "The anatomy of successful innovations"  
 Technical Report  
 National Science Foundation, Vol 69, no. 17 1969

<http://modelosdeinnovacion.blogspot.mx/p/modelo-de-kline-1985.html>

## Modelo Lineal 1980

Se empieza con la descripción del proceso innovador. El proceso empieza con la investigación básica, pasa por la investigación aplicada y el desarrollo tecnológico y acaba con el marketing y el lanzamiento al mercado de la novedad. No siempre se realiza la investigación básica o aplicada, a veces se aprovechan resultados de investigaciones aplicadas ya existentes, o sólo se haciendo sólo la fase del diseño y lanzamiento del producto a partir de un replanteamiento de la forma.





## Modelo de Kline 1985

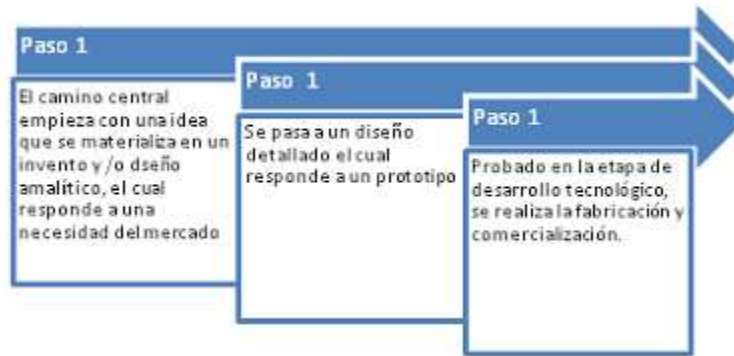


Combina el Modelo de Marquis y el Modelo lineal. . Este modelo refleja la complejidad del proceso innovador

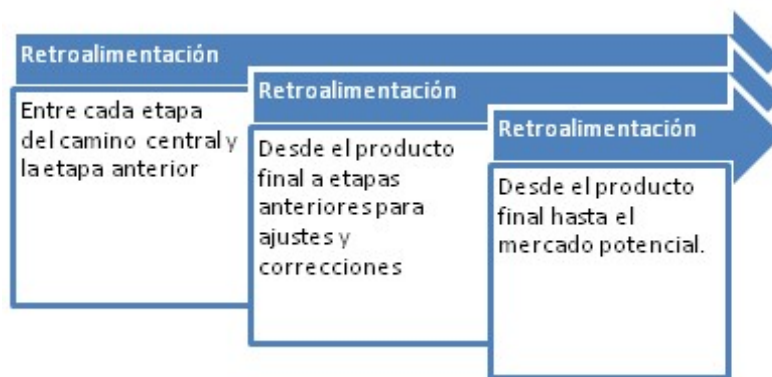
Es explícita la relación entre investigación e innovación. La fase de desarrollo se mira como un macro-proceso modular.

Este modelo propone 5 pasos o caminos que conducen a la innovación.

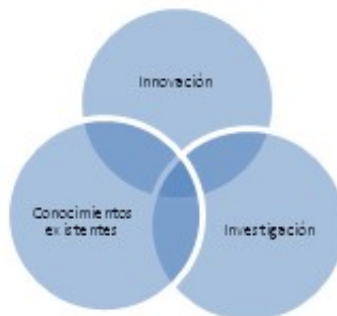
1. El camino central empieza con una idea que se materializa en un invento y /o diseño analítico, el cual responde a una necesidad del mercado.



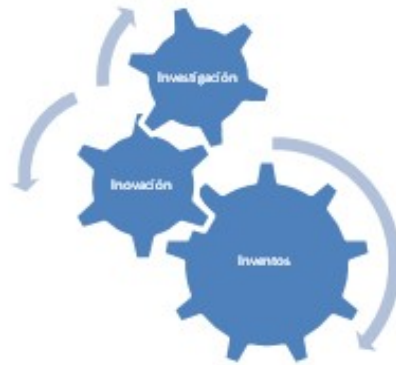
2. Existen diferentes retroalimentaciones



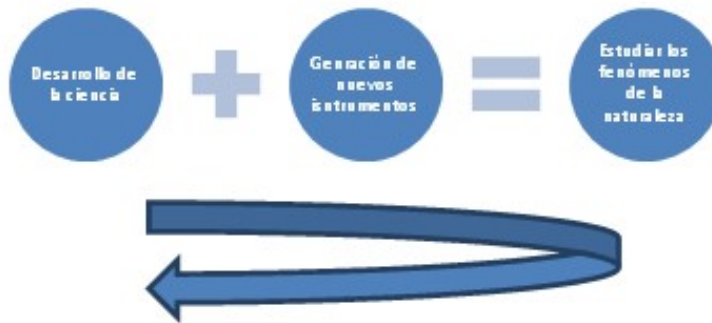
3. La conexión de la investigación a través de los conocimientos ya existentes.



4. Existe una conexión entre la investigación y la innovación: los descubrimientos de la investigación pueden dar lugar a inventos, los cuales se convertirán en innovaciones.



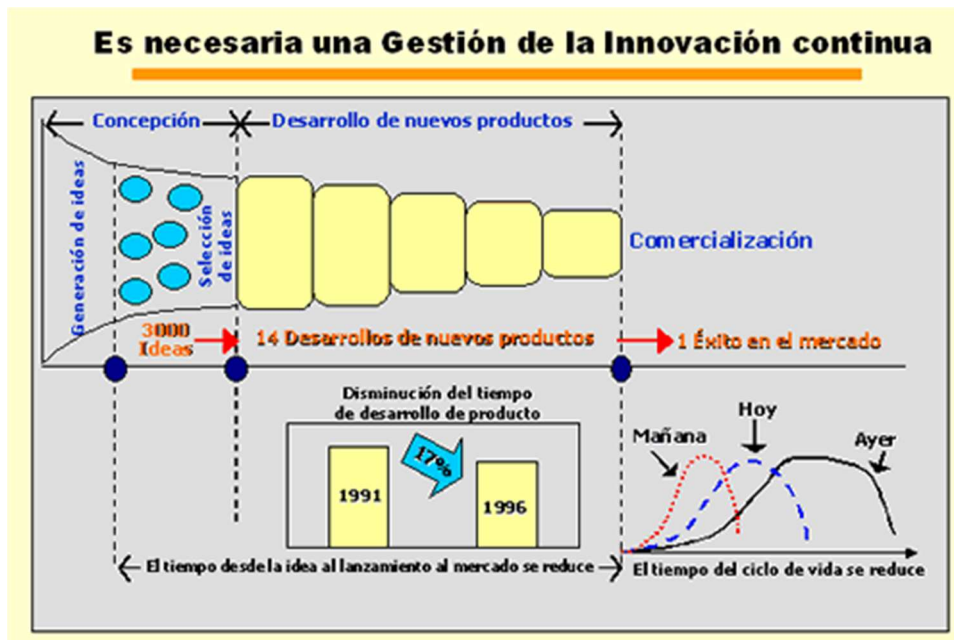
5. Hay conexiones directas entre productos y la investigación, Esto es claro al observar cómo el desarrollo de la ciencia ha promovido la generación de nuevos instrumentos para estudiar los fenómenos de la naturaleza



tres enfoques de la gestión de la Innovación (Instituto Fraunhofer, London Business School, Gobierno de Cataluña)

El Fraunhofer Technology-Development Group, de Stuttgart, Alemania (Kohn, 2003) tiene un planteamiento de la Gestión de la Innovación similar al formulado por la consultora Arthur D. Little: la empresa debe tener una estrategia y, dentro de ella, poner en marcha un proceso en tres etapas:

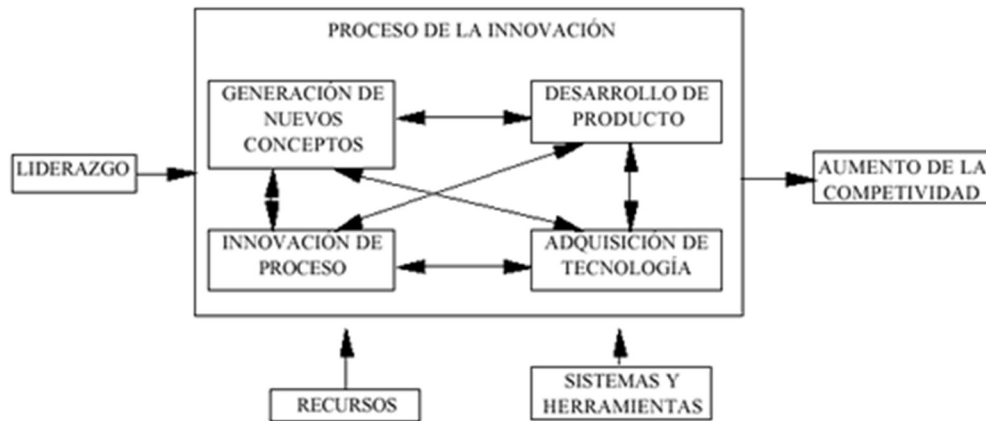
- Generar ideas
- Evaluar ideas
- Realizar ideas



**Figura 1. El proceso de la Innovación** Fuente: Fraunhofer TEG

La Figura anterior ilustra este proceso: a partir de las ideas generadas se seleccionan algunas de ellas, que se convertirán en proyectos de desarrollo. El proceso prosigue con la comercialización del producto que, si tiene éxito, se convertirá en una innovación. Todo ello en un contexto en el que disminuye el tiempo de desarrollo del producto -el llamado **time to market**- y el ciclo de vida del producto es cada vez más corto.

Chiesa, Coughlan y Voss (1996), de la London Business School, han propuesto un modelo basado en la idea de que el éxito en la innovación está relacionado con la buena práctica en cuatro procesos fundamentales: a) la generación de nuevos conceptos, b) el desarrollo del producto, c) la innovación de proceso, y d) la adquisición de tecnología. Estos procesos básicos requieren tres requisitos: recursos humanos y financieros, uso de los sistemas y las herramientas adecuados y el apoyo de la dirección. El resultado, como indica la figura, es la competitividad en el mercado. Este modelo está concebido para servir de base para la realización de auditorías sobre la innovación en las empresas.



**Figura 2. Modelo de Gestión de la Innovación**

Fuente: Chiesa, Coughlan y Voss, 1996

Una variante de este modelo ha sido adoptado por el CIDEM (Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial) del gobierno de Cataluña (llamado Generalitat de Catalunya), España.

