

La Innovación como Valor Empresarial

Factores relativos a los objetivos y los efectos de la Innovación*

Referidos a	Innovaciones de Producto	Innovaciones de Proceso	Innovaciones Organizativas	Innovaciones de Mercadotecnia
Competencia, demanda y mercados				
Reemplazar los productos progresivamente retirados	X			
Aumentar la gama de bienes y servicios	X			
Desarrollar productos respetuosos con el medio ambiente	X			
Aumentar o mantener la cuota de mercado	X			X
Introducirse en nuevos mercados	X			X
Aumentar la visibilidad o la exposición de los productos				X
Reducir el plazo de respuesta a las necesidades de los clientes		X	X	
Producción y Distribución				
Mejorar la calidad de bienes y servicios	X	X	X	
Mejorar la flexibilidad de producción o la prestación del servicio		X	X	
Aumentar la capacidad de producción o prestación del servicio		X	X	
Reducir los costes laborales unitarios		X	X	
Reducir el consumo de materiales y de energía	X	X	X	
Reducir los costos de diseño de los productos		X	X	
Reducir las demoras en la producción		X	X	
Cumplir las normas técnicas del sector de actividad	X	X	X	
Reducir los costos de explotación vinculados a la prestación de servicios		X	X	
Aumentar la eficiencia o la rapidez del aprovisionamiento y/o del suministro de los bienes o servicios		X		
Mejorar la capacidad en cuanto a tecnologías de la información		X	X	
Organización del lugar de trabajo				
Mejorar la comunicación y la interacción entre las distintas actividades de la empresa			X	
Intensificar la transferencia de conocimientos con otras organizaciones y el modo de compartirlos			X	
Aumentar adaptabilidad a las distintas demandas de los clientes			X	X
Establecer relaciones más estrechas con la clientela			X	X
Mejorar las condiciones de trabajo		X	X	
Varios				
Reducir el impacto medioambiental o mejorar la sanidad y la seguridad	X	X	X	
Respetar las normas	X	X	X	

* Página 124 del Manual de OSLO 3ra Edición