

La Pizza: Una historia de la innovación

Introducción

I. Historia de la Pizza

II. Lecciones de la Innovación

III. Cifras y ejemplos

IV. Quien es Xavier Sala i Martín

V. El Test de la Innovación

Basado en la conferencia del profesor Xavier Sala i Martín, titulada '**Tres soluciones a la crisis: competitividad, competitividad y competitividad**' celebrada en la Sede de la Fundación Barrié en Vigo, el 9 de junio de 2010, dentro del ciclo Lecciones de Economía.

Introducción

El factor innovación: la increíble historia de la pizza

Una de las palabras que más se utiliza en los últimos años al hablar de las empresas y organizaciones es INNOVACIÓN: empresas innovadoras, negocios innovadores, proyectos innovadores, escuelas innovadoras ...

Todo el mundo parece entender a qué se refiere el concepto.

Pero, ¿sabemos realmente qué es la INNOVACIÓN?



Si quieres comprobar cuánto sabes de innovación, haz el test del final sin mirar las soluciones y vuélvelo a hacer tras leer esta unidad.



Según la real academia de la lengua.....

INNOVAR es: “mudar o alterar algo, introduciendo novedades”.

INNOVACIÓN es: “la acción y efecto de innovar”; y “la “creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”.

El profesor Xavier Sala i Martín, en una conferencia impartida en la Fundación Barrié en Vigo, en 2010, explicó que la innovación es “satisfacer una nueva demanda” o “satisfacer de una nueva manera una demanda que ya existe”.



I. La historia de la pizza

Pan y tomate: El pan de pizza existe desde tiempos inmemoriales, desde los fenicios; pero no será hasta el Descubrimiento de América cuando se disponga del segundo ingrediente básico de la pizza: el tomate.



La pizza empezó a tomar forma de pizza en ITALIA, concretamente en Nápoles. La primera pizzería del mundo se fundó en 1830, la **Antica Pizzeria Port'alba**, que todavía existe, y allí se hizo lo que se llamó la Pizza Marinara, que no es una pizza con frutos marinos, como uno podría pensar por el nombre, sino que era la que comían los marineros cuando volvían a tierra.





Años más tarde, cuando la reina **Margarita de Saboya** quiso ser una mujer de su tiempo y acercarse al pueblo, éste la recompensó con una pizza dedicada a ella con los colores de la bandera italiana: la *Pizza Margherita*.



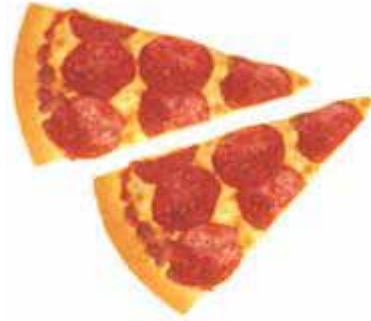
La pizza se traslada al nuevo continente, América, de una manera **casual**: un italiano llamado Tonono que trabajaba en una tienda de alimentos en Nueva York, decidió poner en la tienda una sección en la que se vendían pizzas.



Para cocinarlas no utilizaba **carbón**, que es lo que se utilizaba en Europa, sino **leña**, porque allí era mucho más barata. Así se inventó lo que hoy conocemos como la *Pizza de New York*, que es parecida a la europea, pero la base no es tan dura.



Luego la pizza subió un poco hacia el norte de Manhattan y se fue a Harlem. Allí la gente no podía comprar pizzas enteras, por lo que se inventó aquello de vender la pizza en porciones.



Esto, además, se convirtió en una enorme estrategia de marketing, ya que no hay nada mejor, para vender pizza, que ver a otra persona por la calle comiendo pizza: ¡te entran ganas de comer pizza!



SALIR



Con el tiempo, llegó la *Pizza de Chicago*. La inventaron dos tejanos, Rick Ricardo y Ike Sewell, que quisieron poner en la pizza bistecs, pollo y cosas que pesaban mucho.



Y para poder ponerlos tuvieron que hacer la base de la pizza mucho más gorda, que es lo que hoy llamamos la *Pizza de Chicago*.



Tras la Segunda Guerra Mundial la pizza se generaliza y llega a las universidades.



Entonces hubo un empresario que decidió, de manera inteligente, que existía un gran negocio entre los estudiantes que vivían en los dormitorios y que estaban estudiando: en lugar de ir al restaurante lo que querían es que se les llevara la pizza a casa. Con su Volkswagen empezó a repartir pizzas y creó el negocio de **repartir la pizza**.



Aquí tuvo que solucionar algún problema técnico: la pizza se enfriaba durante el transporte. Al principio, utilizó unas cajas de cartón, pero finalmente fue a la universidad a que alguien le diseñara una caja de pizza que fuera eléctrica y que mantuviera la pizza caliente durante media hora.





Después llegó la 'McDonalización' de la pizza: hacer la misma pizza, de la misma calidad, en todas las partes del mundo.

Es el fenómeno McDonalds aplicado a la pizza y que lo hizo la empresa Pizza Hut.



Y más tarde llegó la **pizza hecha en casa**: la pizza congelada. Esto tenía un complicado problema tecnológico y es que si vendes la pizza hecha y la congelas, cuando la descongelas está fofa, porque el hielo mismo acaba convirtiéndose en agua y haciéndola fofa.

Para esto, la empresa *DiGiorno* encontró la solución, que ellos llaman el *DiGiorno Rising Crust Technology* que, traducido a pocas palabras quiere decir «vender la pizza medio hecha». Es decir, que si en lugar de hacerla completamente sólo la dejas a medio hacer congelada, luego la cocinas en tu propio horno y queda a la perfección.



II. Lecciones básicas de la innovación

1º) Innovación en todos los sectores

La innovación puede y debe ocurrir en todos los sectores. Puede ocurrir en un producto sencillo como la pizza; en otro como el café (con fenómenos como *Starbucks* y *Nespresso*), o en otros como el textil con *Zara*. Tiene que haber innovaciones en todos los sectores; no hay que obsesionarse con las TIC o con los parques biomédicos.



Reflexionad...

Mirad a vuestro alrededor: en la clase, en casa, en las ciudades... ¿Se os ocurre alguna innovación para satisfacer demandas que ya existen o demanda nuevas?



2º) Las innovaciones son pequeños pasos

Se tiende a pensar que las innovaciones son grandes descubrimientos, novedades cargadas de tecnología, y no tiene porqué ser así. Son pequeños aumentos, pequeños cambios. Por ejemplo, cambiar la base de la pizza porque tienes carbón y no tienes leña o, al revés, cambiar el tamaño de la pizza porque tus clientes quieren poner pollo. Pequeños cambios sobre la base anterior.



Reflexionad...

Debatid en clase ejemplos de grandes innovaciones que provengan de pequeños cambios. Por ejemplo, el chupa chups.



3º) La mayor parte de las ideas no vienen de los científicos ni de la tecnología

Una idea es cuando el trabajador Tonono Pero decide, en su tienda de alimentos, transformar un trozo de la tienda en un restaurante de pizza.

Aunque también hemos visto que, a veces, la Investigación y Desarrollo (I+D) es importante. El señor *Domino's* ve que necesita una caja que mantenga caliente las pizzas y va a la universidad para que le diseñen una caja especial.



Reflexionad...

De las innovaciones que pensasteis en la primera lección de innovación, ¿cuáles necesitarían la ayuda de las universidades para llevarse a cabo?



4º) La innovación aparece en pequeñas empresas

Muchos de los grandes ejemplos surgieron de pequeñas empresas, pequeñas tiendas, pequeñas pizzerías que después se convierte en gigantes.

Hoy en día Pizza Hut y Domino's son multinacionales, pero empiezan como pequeñas ideas de un trabajador, de un empleado.



Reflexionad...

¿Conocéis alguna gran empresa de vuestra localidad que empezó siendo un pequeño negocio? Averiguad si en su historia ha incorporado alguna innovación que le ha permitido crecer



5º) Las ideas tienen que ser aplicadas

No es suficiente con tener ideas. La idea se tiene que implementar, hay que transformar la tienda (el pequeño negocio) en una pizzería (el nuevo negocio basado en la idea nueva, en la innovación).



Reflexionad...

¿Qué hace falta para llevar una idea a la práctica? ¿Estamos siempre seguros de que una idea funcionará? ¿Y qué pasa si no funciona?



6º) A veces, con copiar es suficiente

Pizza Hut es una copia de McDonalds; y Starbucks es una copia de Pizza Hut.

A veces, hacer lo que otros están haciendo en otros sectores es suficiente para tener una gran idea empresarial.



Reflexionad...

¿Es siempre válido copiar? ¿Cuándo no es lícito usar lo que otros han inventado? ¿Hay formas para utilizar los inventos de otros?



7º) A menudo, la innovación viene por adaptación

El entorno cambia frecuentemente, y la innovación viene liderada por la necesidad de adaptarse al entorno, como las especies animales en la historia de Darwin.



Reflexionad...

¿A qué se deben los cambios que hacen las empresas de alimentación en los formatos de sus productos? ¿A qué tratan de adaptarse? Pensad en otros ejemplos de adaptación.



III. Algunas cifras y ejemplos

El libro *“Sobre el origen y la evolución (no de las especies sino) de los negocios”*, de Amar Bhidé, analiza las 500 mejores ideas de la historia de la empresa.

En él se explica que las grandes ideas empresariales, las grandes ideas de la historia de la empresa vienen:

- en un 71% de los trabajadores y no de parques tecnológicos
- en un 21% de la casualidad
- y sólo en un 8% de la investigación y desarrollo (I+D) formal.

Algunos de los ejemplos citados en el libro apoyan esas cifras: McDonalds, YouTube, Nokia, Microsoft, Facebook han surgido, en buena medida, de ideas y adaptaciones nuevas .



IV. Xavier Sala i Martín



Xavier Sala-i-Martin (Barcelona, 1963) es Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Barcelona (1985) y Doctor por la Universidad de Harvard (1990). Actualmente es Catedrático de Economía en la Universidad de Columbia, donde imparte docencia desde 1996. Fue profesor visitante en las universidades de Harvard (USA) y Pompeu Fabra de Barcelona, además de profesor asociado en la Universidad de Yale (USA).

Experto en crecimiento económico y desarrollo, Sala i Martín es consultor de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial (1993-2004), así como del Foro Económico Mundial que se celebra anualmente en Davos (Suiza). En 2008 fue editor del Informe de la Competitividad Global.



V. El test de la innovación

1. ¿Qué es innovar?
 - a) arreglar algo que se ha quedado viejo
 - b) sacar a la luz pública un invento
 - c) crear o modificar un producto introduciendo novedades

2. ¿Qué es una innovación?
 - a) un producto de alta tecnología
 - b) un producto que antes no existía
 - c) un producto o servicio con algún componente novedoso

3. La innovación siempre surge de los laboratorios....
 - a) Verdadero
 - b) Falso



4. Las innovaciones se dan siempre en sectores...
 - a) cualquier sector
 - b) en alimentos y textil
 - c) en sectores tecnológicos

5. Las innovaciones siempre suponen grandes cambios en un producto o servicio.
 - a) Verdadero
 - b) Falso

6. Las grandes ideas empresariales vienen de los trabajadores en un ...
 - a) 100 %
 - b) 71%
 - c) 3%



7. Además de idear innovaciones es importante...
 - a) no contárselo a nadie
 - b) vendérselas a otras personas
 - c) aplicarlas en la práctica

8. Copiando también se puede innovar
 - a) Verdadero
 - b) Falso

9. En muchas ocasiones la innovación surge por la necesidad de ...
 - a) hacer cosas útiles para no aburrirse
 - b) adaptarse a nuevas circunstancias
 - c) dar trabajo a los científicos



10. Xavier Sala i Martín es ...
- a) un inventor
 - b) un amante de las pizzas
 - c) un economista
11. Para Sala i Martín, lo más importante son los parques tecnológicos y los laboratorios para crear nuevos productos
- a) Falso
 - b) Verdadero
12. Las innovaciones triunfan ...
- a) siempre
 - b) sólo si son divertidas
 - c) si se desarrollan y aplican adecuadamente



Soluciones

1. c

2. c

3. b

4. a

5. b

6. b

7. c

8. a

9. b

10. c

11. b

12. c

