

El **Manual de Oslo** para la medición de la innovación ha definido cuatro tipos de innovación: innovación de productos, innovación de procesos, innovación de mercadotecnia e innovación organizacional.

<p><b>Innovación de productos</b></p>	<p>Corresponde a la introducción de un bien o de un servicio nuevo o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Incluye mejoras significativas en las especificaciones técnicas, componentes y materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales. En el sector educativo, una innovación de producto puede ser un nuevo currículum o uno significativamente mejorado, un nuevo software educativo, etc.</p>
<p><b>Innovación de Procesos</b></p>	<p>Es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos. En educación puedes ser por ejemplo una pedagogía nueva o significativamente mejorada.</p>
<p><b>Innovación de Mercadotecnia</b></p>	<p>Es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos de diseño o del envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su costo. En educación puede ser por ejemplo una nueva estrategia de admisión.</p>
<p><b>Innovación Organizacional</b></p>	<p>Es la introducción de un nuevo método de organización en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la organización. En educación puede ser por ejemplo, una nueva forma de organizar el trabajo de los profesores o cambios en la administración de la organización.</p>

Esas innovaciones pueden ser nuevas para la organización, nuevas para el mercado o nuevas para el mundo.

**Fuente:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).