Innovación en las Empresas

Luis Gonzalez

L. Gonzales

Universidad Iberoamericana, Prolongación Paseo de la Reforma 880, Alvaro Obregon, Lomas De santa Fe, 01219 Ciudad de México, D.F., México

M.Ramos, P. Solares.(eds.) Ciencias de la Tecnología de la Información -©ECORFAN, México D.F., 2015.

Abstract

The goal of innovation is the application of scientific and technical knowledge in solving problems arising in the various productive sectors, providing a change in products, services or the company itself.

The purpose of this article is to help companies understand why Innovation and what are your options. Where not enough to be creative, you have to take risks and never give the first bump. So, this article will matter if the end of the text the reader knew it innovate and what are your options to create change in your organization.

7 Introducción

Uno de los grandes problemas que enfrenta las empresas surge cuando se tiene competencia o cuando el mercado es dominado por un monopolio y esto afecta directamente a la finanzas de la organización y donde no solo el atractivo que pueden ser los productos y servicios que se ofrecen funcionan para ganar o mantener a los consumidores, así que la forma de conseguir mejores clientes y haciendo mejores productos es innovando, así es como se busca mejorar los procesos productivos, las ventas, la distribución, los servicio, con el propósito de mantenerse un paso al frente de los competidores y ser siempre atractivos y la mejor opción para el consumidor, innovar no resulta tarea fácil, más aún cuando no-innovar resulta mas sencillo, pero las empresas que no buscan Innovar no se dan cuenta que el mundo busca el perfeccionamiento y los consumidores buscan los mejores servicios, el mejor diseño, el mejor precio, el mejor trato.

Por lo que innovar debe convertirse en un acto de placer y de disfrute por parte de quién tiene la difícil misión de buscar soluciones a los problemas ya que se requiere de voluntad y liderazgo para atreverse a cambiar lo que en el entorno ya esta definido

7.1 Innovación en las Empresas

Que es Innovación Srivastava S, Mithas S, Jha B nos dicen que las innovaciones son más fáciles de identificar que de definir. Puede depender de la perspectiva de una organización y abarca no sólo un nuevo producto, servicio o proceso sino también una nueva idea, método, marca, modeló de negocio, la oferta, el segmento del cliente. Las innovaciones también varían en términos de resultados: pueden ser líderes en la industria, inimitable, y tomar años para conceptualizar. En última instancia, la definición de innovación es relativa a la corriente de una empresa lo que podría caracterizarse como innovador en un contexto, podría ser común en otro. Paul Alsthom como Nathan Furr y coincidiendo con sus palabras la Innovación “es la combinación de una invención, producto o servicio, con una visión de una necesidad del mercado”.

Para entender la Innovación en las empresas es necesario conocer la manera en que los recursos son transformados para dar lugar a productos y servicios Davenport indicó que la innovación se produce en el dominios de negocio y procesos de gestión y en el modelo de negocio de la innovación. La fuente de la innovación se encuentra en el conocimiento de los empleados y también a partir de fuentes externas.

Diferentes formas de desarrollar Innovación en las empresas.

Existen Varias formas en las cuales las empresas pueden desarrollar la innovación para su empresa entre las cuales están;

1.- Subcontratación de servicios;

2.- Outsourcing;

3.-Colaboracion;

4.- Cooperación.

La sub-contratación se caracteriza por la compra de un producto o servicio a un proveedor especifico, quien se encarga de desarrollar la innovación. El outsourcing la empresa contrata una determinada línea de investigación para que se resuelva sus problemas de innovación en el proceso que la empresa desea resolver. La colaboración consiste en hacer acuerdos entre dos o mas empresas para compartir recursos e instalaciones para desarrollar las actividades de investigación y desarrollo, donde se benefician mutuamente de los resultados. La cooperación dos o mas empresas se juntan entre si para acometer un proyecto de investigación y desarrollo común contratando para ello a un centro de investigación.

Centrándonos en la innovación-empresa, donde podemos considerar que en la actualidad, en las sociedades industriales avanzadas, parece claro que el crecimiento económico y el empleo dependen fundamentalmente de la competitividad de las empresas y ésta a su vez, está íntimamente relacionada con la capacidad innovadora del sector empresarial.

El poder definir de una manera objetiva lo que es una empresa innovadora resulta de gran importancia cuando se llevan a cabo encuestas y análisis para conocer la situación de las empresas y, sobre todo, llevar a cabo comparaciones entre los diferentes países. Pasamos a continuación a definir empresa innovadora según las diferentes fuentes consultadas.

El Manual de Oslo define empresa innovadora como aquella que haya desarrollado productos o procesos que incorporen mejoras tecnológicas de carácter radical o incremental en un determinado período de referencia. El proceso de Innovación puede entenderse como “el conjunto de actividades inscritas en un determinado período de tiempo y lugar, que llevan a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de productos nuevos o mejorados, de procesos, servicios o técnicas de gestión y organización”.

El Modelo de Kline es considerado como el más completo. Según este modelo existe un camino o cadena central de la Innovación Cadena central de Innovación compuesta por cinco actividades:

- Estudios de mercado.
- Invención o diseño analítico.
- Diseño detallado y prueba.
- Rediseño y producción.
- Distribución y venta.

La cadena central de la innovación se encuentra en permanente interacción con el área de la investigación y con el área del conocimiento; en cada etapa del proceso se recurre a los conocimientos existentes y si resultan insuficientes se generan las actividades de investigación precisas, siempre en una permanente interrelación multidireccional.

La consecuencia práctica de todo ello es que el proceso de innovación es un fenómeno complejo, en el cual la fluidez de la comunicación a nivel interno de la empresa, y sobre todo a nivel externo (mercado, clientes), tiene una importancia fundamental.

EL Benchmarking en la estrategia de Innovación Tecnológica "Benchmarking es el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria".
Benchmarking –buscar al mejor en cualquier parte del mundo, y compararse con él para mejorar.

El Benchmarking es uno de los caminos más actuales en la búsqueda de la excelencia. Es el proceso por el cual se puede transformar una organización en la mejor del ramo. Para ello se requiere:

1. Conocerse a sí mismo (fortalezas y debilidades).

2. Identificar las organizaciones líderes en excelencia.

3. Utilizar los mejores procesos existentes.

4. Construir sobre estos procesos para innovar creando otros todavía mejores.

El Proceso de Benchmarking abarca los siguientes aspectos:

1. Decidir qué cosas serán objeto del Proceso de Benchmarking.

2. Definir los procesos por comparar.

3. Desarrollar medidas de comparación.

4. Definir áreas internas y empresas externas que serán objetos del PB.

5. Reunir y analizar datos.

6. Determinar la brecha entre su proceso y el mejor proceso.

7. Desarrollar planes de acción, objetivos y procesos de medición.

8. Actualizar el esfuerzo de Benchmarking.

7.2 Conclusión

La innovación en las empresas requiere de rodearse de personas internas y externas capaces de crear la sinergia que la organización necesita, es de gran valor comprender la necesidad que existe y la responsabilidad que la innovación representa.

7.3 Referencias

Srivastava S, Mithas S, Jha B, What Is Your Global Innovation Strategy? 2013, IEEE Computer Society.

Ahistrom, P, Fur, N (2012), Nait it then scale It, Lexington, Estados Unidos.

Davenport, Thomas (1993) - "Process Innovation", Harvard Business School Press, USA.

OECD (1997): Oslo manual, Organisation for Economic Co-operation and Development, París.

Ruiz González, Manuel y Mandado Pérez, Enrique. La innovación tecnológica y su gestión. Marcombo Boixareu. Editores.1989.

Benavides, C.A. (1998): Tecnología, Innovación y Empresa, Ediciones Pirámide, Madrid.

David T. Kearns, Director General de Xerox Corporation)