

La nueva Sociedad de las Organizaciones.



D.en C. Virginia del Rocío Navarro Boullosa.

E-mail. mico0004@yahoo.com.mx

D. en C. Virginia del Pozo Navarre Beullosa.

Contenido

INTRODUCCIÓN.	3
PALABRAS CLAVES	4
DESARROLLO.	5
CONCEPTO DE INNOVACIÓN:	6
EL IMPACTO DE LA INNOVACION EN LAS ORGANIZACIONES.	6
LA INFONOVACIÓN EL FUTURO DE LA EMPRESA.	7
CONCLUSIONES.....	8
BIBLIOGRAFÍA.....	10

INTRODUCCIÓN.

En una economía de mercado donde la empresa-organización es el sujeto principal no se puede dejar de lado el termino innovación, siendo este el conjunto de procesos complejos que combinan y transforman el conocimiento en nuevos productos, culturas y formas de gestionar las empresas para su introducción con éxito en un mercado, posicionando a la empresa en una situación de ventaja competitiva.

Hoy en día se admite que la competitividad y la innovación empresarial están influidas por el entorno competitivo propio de cada actividad y por el propio sistema de ciencia, tecnología e innovación regional, estatal o mundial.

Las empresas abiertas (orientadas a interactuar con su entorno) reciben importantes impulsos por parte de otros agentes, actores u organismos ubicados en unos contextos geográficos más o menos alejados.

El innovador es emprendedor, con una curiosidad y capacidad de cuestionamiento por encima de la media, no conformista. Presta poca relevancia a los burócratas y controladores, respeta la autoridad ganada mediante la competencia personal, no por la jerarquía.

El líder de una empresa innovadora tiene que disponer o desarrollar características propias de las personas emprendedoras. El equipo directivo tiene que mantener un equilibrio adecuado entre directivos exploradores, creadores o innovadores y los directivos organizadores o controladores. La gestión de este equilibrio inestable, pero que tiende siempre hacia el polo organizador o controlador, es una tarea fundamental del líder de una empresa innovadora.

D. en E. Virginia del Peón Navarre Escullosa.

El resultado de la innovación puede involucrar un nuevo producto, un nuevo servicio, nuevas prácticas y/o procesos y/o nuevas tecnologías.

Acerca de la noción de oportunidades exponemos lo que Peter F. Drucker manifiesta: Un cambio en la estructura de la industria, ofrece oportunidad excepcional a los que están fuera de la industria.

El cambio y las oportunidades que ofrecen los mercados pueden ser elementos visibles y predictibles, Los que están en la industria los ven sobre todo como amenazas. Los de afuera que innovan pueden convertirse en un factor muy importante de alguna industria primordial, o de un área de la misma, muy rápido y con riesgo relativamente bajo.

Así las organizaciones innovadoras se caracterizan tanto por estimular a individuos creativos motivados, como por investigar sistemáticamente cualquier fuente de cambio.

PALABRAS CLAVES: Organizaciones Innovadoras, Nuevas Organizaciones.

DESARROLLO.

A través de los conceptos de administración y dirección de gerencia, se definen una serie de interrogantes, pero al mismo tiempo se generan otros, como: qué es lo que valora el comprador, la tipificación del producto mediante el diseño de procesos y equipos, el entrenamiento del personal sustentado en el análisis del trabajo que debe realizarse y la determinación de los estándares de calidad. Esto es el "**entrepreneurship**" o el empresariado innovador.

Las empresas innovadoras crean algo nuevo, diferente; cambian o transmutan los valores. La característica de "innovadora" no se aplica solamente a las instituciones económicas. En opinión de Peter Drucker, no podría encontrarse un mejor ejemplo para la Historia de las empresas innovadoras que la creación y desarrollo de las universidades modernas (DRUCKER, 1989).

El llamado éxito japonés que se basa sustantivamente en la innovación social, en el desarrollo de instituciones como las escuelas, las universidades, los servicios públicos, los bancos y las relaciones laborales. Estas instituciones requerían de raíces culturales férreas para su crecimiento y prosperidad. A diferencia de la innovación social, las innovaciones de naturaleza tecnológica se podían importar hacia el Japón, a bajo costo y con un mínimo riesgo cultural. De esta forma, los japoneses toman la decisión de concentrar sus recursos en las innovaciones sociales, en imitar, importar, y adaptar las innovaciones técnicas y el éxito actual ha sido sorprendente. Aunque esta alternativa de desarrollo y su éxito han colocado a la sociedad japonesa en la frontera existente entre los valores tradicionales y los modernos. El milagro japonés tiene un alto costo social, que provoca en última instancia el trastocamiento de valores.

El continuo mejoramiento en el lugar de trabajo, un proceso conocido como kaizen, es característico de las compañías japonesas. Los trabajadores están ampliamente ubicados dentro de este proceso, a través de sus sugerencias. Las mejoras sugeridas por los trabajadores ayudan a la moral de la compañía, construyendo un gran espíritu de cuerpo y de esta forma contribuyen al éxito financiero y al incremento en la eficiencia productiva.

CONCEPTO DE INNOVACIÓN:

El término innovación etimológicamente proviene del latín innovatio, -onis, acción y efecto de innovar, aceptar una innovación; sinónimo de novedad.

Innovar del latín innovare quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades.

Innovar del latín novus, nuevo, introducir una cosa nueva para reemplazar cualquier otra antigua.

Innovar, introducir novedades en las cosas.

Innovación, acción de innovar.

La innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. La innovación en un sentido económico consiste en la consolidación lograda a través de la primera utilización de un producto, o la comercialización de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado.

Diversas organizaciones sustentadas en la tecnología observan en forma distinta al proceso de innovación. En un sentido general, el proceso de innovación incluye:

1. Identificación de una necesidad en el mercado o de una oportunidad tecnológica,
2. La adopción y adaptación de la tecnología ya existente, que satisfaga esta necesidad u oportunidad,
3. Inventando (cuando es necesario), y
4. Transfiriendo esta tecnología por comercialización o por algún otro medio institucional.

El proceso de innovación integra, la detección de una necesidad, investigación y desarrollo, y la transferencia de tecnología. Las ideas y conceptos son generados en cada una de estas tres grandes etapas; el proceso innovador está terminado cuando estas tres etapas culminan en la utilización y comercialización de un nuevo producto o en el mejoramiento de un producto, proceso o sistema.

EL IMPACTO DE LA INNOVACION EN LAS ORGANIZACIONES.

Los estudiosos del cambio cultural reconocen también que la innovación cultural (consistente en la introducción de nuevos pensamientos, normas o cosas materiales) ocurre como resultado de fuerzas internas y externas. Los mecanismos de cambio que operan dentro de una determinada cultura son llamados descubrimientos e invenciones. A pesar de la importancia que tienen el descubrimiento y la invención, la mayoría de las innovaciones introducidas

D. en E. Virginia del Pozo Navarre Beullón.

en una cultura son el resultado de la apropiación de otras culturas. Este proceso es conocido como difusión cultural.

El resultado de la innovación puede involucrar un nuevo producto, un nuevo servicio, nuevas prácticas y/o procesos y/o nuevas tecnologías.

Teniendo en cuenta estas dos premisas, se puede decir que la organización innovadora (O.I) es aquella en la cual se fomenta (proceso) y ocurre (resultado) la innovación. Es decir, que la empresa innovadora es la que diseña políticas, estrategias y acciones (procesos) que permiten identificar las actividades que mejoran la habilidad de la organización para generar y adoptar innovaciones que crean ventajas competitivas sostenibles (resultados).

De la anterior concepción se interpreta que la innovación exige cambios, en la manera de gerencial y en la cultura de la organización. Los cambios que se presentan en las organizaciones innovadoras se enmarcan dentro de la flexibilidad y se entienden como: mayor participación de la gente, flexibilidad estructural (poca o ninguna burocracia), capacitación del recurso humano y búsqueda de potenciales talentos, alta descentralización del poder, alto nivel de satisfacción en el trabajo, mayor comunicación y acceso a la información, entre otros.

LA INFONOVACIÓN EL FUTURO DE LA EMPRESA.

Se define infonovación como la gestión de la información que nos proporciona el conocimiento existente en la propia empresa y en su entorno enfocado a la mejora de su posición competitiva a través de la innovación empresarial.

La historia de las empresas ha venido marcada por su capacidad de innovación en el mercado, grandes empresas se han venido abajo por no saber adaptar su organización o reaccionar en el mercado ante los cambios que tenían lugar en ese momento, y por el contrario pequeñas empresas han ido desarrollando una estrategia innovadora en su gestión que les ha permitido crecer y convertirse en líderes de su sector.

Con una organización adecuada de la información se deben perseguir objetivos tales como:

1.- Crear valor a través del conocimiento que se genera con la experiencia de las personas que forman parte de nuestra organización, potenciando el aprendizaje y la formación de los mismos, persiguiendo una mayor creatividad y capacidad de generar ideas, y así buscar una mayor innovación. Estamos hablando sin duda de potenciar el activo más importante de la empresa en la actual nueva economía, las personas.

2.- Dar satisfacción a las necesidades presentes y futuras de nuestros clientes, buscando el mejor servicio hacia el cliente a través del análisis de su comportamiento, sus gustos e inquietudes. Se pueden utilizar técnicas de análisis como entrevistas con clientes y usuarios, realizar estudios de mercado,

hacer un seguimiento de nuestra competencia, a través del intercambio de experiencias, conocimientos y opiniones con otras empresas, compartir dentro y fuera de la empresa, colaborar con los demás, etc.

3.- Detectar, aprovechar y generar las oportunidades para innovar y así mejorar su posición competitiva, buscando nuevos modelos de negocio, analizando las tendencias del mercado y su entorno,... con el fin de reorganizar y rediseñar nuestros negocios y crear más valor.

En conclusión la innovación es la herramienta que nos permitirá que nuestra empresa crezca y nos aporte una mayor garantía y seguridad en su futuro. No se trata tanto de seguir un manual de innovación que nos indique como debemos gestionar y organizar la empresa sino utilizar la información que nos proporciona continuamente nuestra propia empresa y el entorno en que se desenvuelve para identificar y explotar oportunidades e ideas que permitan mejorar nuestra posición competitiva en el mercado.

CONCLUSIONES.

En conclusión **LA INNOVACIÓN ES MÁS QUE INGENIO "La innovación intencional, que resulta del análisis, la sistematización y el trabajo arduo, es todo lo que puede tratarse en la Práctica de la innovación"**

Peter Drucker, a mi juicio el más grande "pensador" de la administración, identificó algunas cosas que los innovadores, deben hacer y otras que definitivamente no deben, además de otras que denominó condiciones para innovar:

INNOVACIONES EFECTIVAS

- Analizar Oportunidades
- Observar Simplificar y Enfocar
- Empezar por pequeño
- Buscar liderazgo

LAS QUE SI SE DEBEN HACER

1. **ANALIZAR LAS OPORTUNIDADES:** busca las fuentes, todas, de oportunidades para innovar. Algunas de ellas son: el mercado, los procesos, los cambios demográficos y los nuevos conocimientos. Esta búsqueda debe ser organizada y estar cimentada sobre una base sistemática y regular.
2. **SALIR A OBSERVAR:** No basta con concebir la idea y hacer el análisis financiero. Se debe salir a la calle, escuchar a las personas, preguntarles, observarlas, ahí se encuentran necesidades que permitirán ser cubiertas. "¿Cómo debe ser la innovación para que la gente desee usarla y vea en ella su oportunidad?"

D. en E. Virginia del Peón Navarre Beullón.

3. **SIMPLIFICAR Y ENFOCAR:** Para que una innovación funcione debe ser simple y centrada. El pulso de la sencillez se da cuando la conocen y dicen "Es obvio ¿por qué no se me ocurrió a mí?". Además debe estar enfocada en una cosa, solucionar un problema, cubrir una necesidad. Pocas son las innovaciones diversificadas.

4. **EMPEZAR POR PEQUEÑO:** Una innovación efectiva debe comenzar siendo pequeña. Es mucho más manejable, más flexible, más fácil de corregir, además más barata en términos de inversión de capital y de recursos humanos. Se puede empezar en grande? La respuesta es sí, pero es más sencillo corregir errores cuando se provee a seis tiendas locales que cuando lo hacen a 23 supermercados en grandes ciudades.

5. **BUSCAR LIDERAZGO:** Las innovaciones exitosas apuntan a ser líderes en su campo. No importa que el liderazgo se de en un pequeño segmento de mercado, lo que vale es que se apunte a alcanzarlo, de otra manera sólo se crean las oportunidades para la competencia.

D. en E. Virginia del Peón Navarre Beullón.

BIBLIOGRAFÍA.

Carreón, J. (2011). *"Teología de la innovación. ¿Jean Baptiste Say o William Gates?"*.

Druker, P. (2011). *Innovación y Empresariado Innovador*.

Kao, J. (1996). *"Jamming: The Art and Discipline of Business Creativity"*.

Segel, P. (2000). *La danza del cambio*. Bogotá, Colombia: Norma.