

INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD COMO HERRAMIENTAS DE LAS ORGANIZACIONES

DIANA MARCELA LOZANO VELÁSQUEZ

ID:479083

dlozanovela@uniminuto.edu.co



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VILLAVICENCIO

2019

Resumen

Identificar la innovación en las empresas puede llegar a ser una de las tareas más difíciles para la alta dirección, pero quien no corre el riesgo ante el cambio está condenado a desaparecer. Los temas de innovación no están siempre relacionadas al uso de tecnologías dentro de la organización, por lo que la creatividad tiene una mayor importancia. Analizando el caso de la fundación de la cadena de restaurantes de Mcdonalds, logramos observar que sus innovaciones se dan a partir de conocimientos ya existentes junto con el mejoramiento de procesos y productos, este caso nos revela que generar valor agregado a las organizaciones es una gran herramienta para lograr el éxito y un mayor posicionamiento en el mercado.

La metodología del artículo es a través del estudio del caso, con un enfoque cualitativo y las fuentes terciarias a partir de documentos académicos.

Palabras Claves: Innovación, Creatividad, Gestión, Cambio.

Introducción

Este artículo tiene como finalidad el estudio de Gestión de la innovación dentro de las organizaciones, a partir del análisis de casos de éxito y teorías. En el cuerpo del artículo se estudia la cadena de restaurantes McDonald, y las innovaciones que lograron como una de las corporaciones más importantes del mundo, también se destaca el concepto de innovación, la importancia, teorías de gestión de la innovación, los tipos de innovación y la diferencia que tiene con la creatividad.

Innovación y Creatividad como Herramientas de las Organizaciones

La voraz competencia dentro de los mercados obliga a las empresas a innovar en sus procesos y sus productos, que junto con la adaptabilidad de las mismas buscan hacer un hueco entre las grandes organizaciones. Los cambios son inevitables principalmente en el sistema económico actual, y quien no los asuma, quedara por fuera del sistema. (Ordoñez, 2010) . La innovación reta a las organizaciones tanto grandes como pequeñas a generar nuevas ideas y nuevos estímulos para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Para el Dr. Luis Vázquez Suárez la innovación es considerada como “la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes” (Suárez, 2019), esto obliga a las empresas a enfrentarse ante los fenómenos que sucede en la economía para lograr una sostenibilidad en el mercado y así obtener el éxito, en la tercera Edición de 1997 del Manual de Oslo, dictaba que la innovación era el procesos de usar el conocimiento y generarlo , para diseñar productos, servicios o procesos que son nuevos para la empresa o mejorar los existentes, logrando el posicionamiento esperado (Melia, 2005), esto nos dice que la innovación no siempre parte de la nada, es decir inventar lo que no se ha inventado, por el contrario la innovación requiere de información existente que debe ser recolectada a través de la investigación, una área de suma importancia dentro de las organizaciones.

Los cambios que se dan en los mercados casi nunca son espontáneos, siempre existen antecedentes que nos permiten prever lo que será nuevo el día de mañana, pero no es necesario prever cuando se quiere innovar, sobre todo si es a partir de la creatividad, un claro ejemplo de esto es la historia de McDonald, la empresa de franquicias de comidas rápidas;

“En 1948 los hermanos Richard y Maurice McDonald abrieron su primer restaurante, contaba con servicio “drive-in”. llamaba la atención por su forma octogonal y por las ventanas que permitían observar la cocina y comprobar la calidad de las instalaciones y la elaboración del producto” Tomado de (McDonald España, 2015).

Las innovaciones técnicas de estos hermanos permitieron que se lograra servir la mayor cantidad de pedidos en menos tiempo a comparación de sus competidores, Howard Stevenson catedrático de Harvard identifico dicha innovación refiriéndose a la línea de producción. (Joost & Mikel , 2016).

La creatividad de los hermanos permitió lograr una línea de producción mejorada, generando una gran ventaja diferencial frente a los restaurantes de esa época. Si analizamos los puntos donde surge la innovación nos damos cuenta de lo siguiente, primero, la hamburguesa en su forma original no es nada novedoso, la novedad la hallamos en los procesos de preparación. “La innovación en los procesos es aplicable a la actividad de producción o en actividades de distribución, que tienen como objetivo la disminución de costes, mejoramiento de la calidad, y producción de nuevos productos o mejorados”. Tomado de (Suárez, 2019, pág. 9)

Como segundo aspecto se denota como accidentalmente a través del mejoramiento de la línea de producción se creó lo que hoy conocemos como las comidas rápidas o Fast Food, es decir que a partir de conocimientos ya existentes se logró una mayor innovación. Muchas veces se confunde creatividad con innovación, es el éxito de la acción en donde se encuentra la diferencia entre estos dos términos (Camara de Comercio de Bogota, 2010), en este caso las ideas de los hermanos fue llevada a cabo de manera exitosa logrando una innovación técnica.

“ En 1961 Kroc logró que los hermanos McDonald le vendieran la totalidad del negocio y se creara el sistema de franquicias, otorgándole independencia a la hora de poner en marcha los proyectos.” (2015, pág. 2)

Para este momento se da una innovación de producto, McDonald's paso de ser un restaurante netamente regional y familiar a convertirse en una cadena de franquicias de restaurantes internacional.

La innovación se convierte en ventaja competitiva con el mejoramiento del producto, como se hablaba en el caso de McDonald's, determinamos que la innovación no se hallaba en el alimento si no en procesos de producción y comercialización, en el caso, por ejemplo, de la creación de la bombilla eléctrica, Warren de la Rue creo la bombilla incandescente en 1840, Edison a quien se le atribuye la invención, solo identifico los factores claves para que fuera un éxito ,teniendo en cuenta dos características importantes, duración y costo de la bombilla, por supuesto todo esto a través de investigación, podría entonces decirse que de la Rue realizo la invención y Edison la innovación. (Corma Canos, 2013).

La gestión de la Innovacion es un tema de gran importancia dentro de las empresas como estrategia para lograr la competitividad de la que se hablaba anteriormente, las organizaciones deberán analizar todos los puntos claves que conforman sus negocios. Es por ello que se gestiona la innovación en áreas como recursos humanos, equipo de investigación, altos directivos, y estructura organizacional. (Rodriguez Lopez , 1999) . Esto nos demuestra que la innovación no está estrictamente relacionada con el uso de nuevas tecnologías como muchas veces se cree. Para gestionar la innovación se deben tener en cuenta ciertos componentes; “En primer lugar encontramos el componente de riesgo e incertidumbre, el segundo es el componente de

complejidad social, siguiendo al componente cultural y por último el componente sistémica”.
(Escuela de Organización Industrial, 2010/2011).

Por otra parte, la innovación social permite dar soluciones a problemáticas que se presentan dentro de la sociedad, es por ello que María Bernal afirma que la innovación social es “replicable en diferentes lugares del país en el que nace, así como en otros países; por último, y no menos importante, que fortalezca la participación de las comunidades como aporte de la ciudadanía y con ello a la democracia”. (social, 2012)

La innovación por ende no es un logro imposible, y no requiere de la inversión de grandes sumas de dinero, a través de una correcta gestión y una mayor perceptibilidad de los cambios, las organizaciones pueden lograr una posición en el mercado por medio de esta útil estrategia.

Conclusiones

- Las innovaciones requieren de grandes cambios y se producen precisamente a partir de ellos, por ende, las empresas deben lograr un alto nivel de adaptabilidad, reflejada en la estructura de cada área de la organización, como una gran maquinaria, de tal manera que dichos cambios se den de forma positiva.
- La creatividad y la innovación van de la mano, pero no se trata de lo mismo, ya que la creatividad puede darse sola y quedarse simplemente en una gran idea, por el contrario la innovación requiere de la creatividad, incluso mas que las investigaciones científicas.
- Como se muestra en el caso McDonald's, los tipos de innovación pueden presentarse en una misma empresa, es decir que hay un mar de ideas que se pueden crear para una mayor competitividad en el mercado, actualmente los temas de innovación están principalmente relacionados con el desarrollo sostenible y social, temas que anteriormente no eran tenidos en cuenta dentro de las organizaciones, pero que, gracias a los cambios de paradigmas, ha supuesto un nicho de posibles ideas innovadoras.

Bibliografía

- Camara de Comercio de Bogota. (2010). *Conceptos Basicos de la Innovacion*. Bogota: Editorial Kimpres.
- Corma Canos, F. (2013). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Madrid: Diaz de Santos.
- Escuela de Organizacion Industrial. (2010/2011). *Consideraciones generales sobre Innovacion*. Madrid: EOI.
- Joost , H., & Mikel , B. (2016). *Manual de economía de innovación*. Madrid: IAIF.
- McDonald España. (2015). *Mcdonalds Cinco Decadas de Historia*. Madrid: Prensa Mcdonald España.
- Melia, J. M. (2005). *La innovación, concepto e importancia economica*. Navarra: Congreso de Economía de Navarra.
- Ordoñez, R. (2010). *Cambio Creatividad e Innovacion*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Rodriguez Lopez , N. (1999). Estimular la Investigación realizada por la empresa. *Revista de la Universidad de Vigo*, 251-256.
- social, i. s. (2012). *el caso de El Minuto de Dios*. bogota: MINUTO DE DIOS .
- Suárez, L. V. (14 de 05 de 2019). HABILIDADES GERENCIALES, EMPRENDIMIENTO E INNOVACION. *Gestion de la Innovación* . Salamanca, España.