



**TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ORIZABA**

MAESTRIA EN INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

**MATERIA: FUNDAMENTOS DE INGENIERÍA
ADMINISTRATIVA**

ASESOR:

DR. FERNANDO AGUIRRE Y HERNÁNDEZ

ARTÍCULO:

INNOVACIONES RADICALES: LA VISIÓN DE UN MIA.

PRESENTA: L.C.P. JORGE DAVID RODRÍGUEZ JUÁREZ

INTRODUCCIÓN

A medida del paso del tiempo y con la creación de organizaciones como ente social cuyo objetivo principal ha sido el de generar utilidades, cada empresa establece los sistemas y procesos con los cuales va a producir, ya sea, un artículo o un servicio.

En la historia de la Humanidad, la Revolución Industrial es considerada como la etapa en la que se gestó el mayor cambio tecnológico, socioeconómico y cultural. La primera revolución industrial se caracterizó por la industria textil, y en la segunda revolución se lograron importantes avances científicos y tecnológicos.

- La máquina de vapor (1768). Como invento surgió en 1712, a partir de ahí, fue renovada para inventar la locomotora y al final el ferrocarril.
- Máquina de hilar (1770).
- Barco a vapor (1860).
- El teléfono (1876).
- El automóvil (1885).
- El avión (1903).
- La bombilla de luz (1809).

En economía, el primero que introdujo el término de innovación en sus teorías fue el economista Joseph Schumpeter, que escribió la teoría de las innovaciones la cual se define como el establecimiento de una nueva función de producción. La economía cambia cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Y sugiere invenciones e innovaciones como la clave del crecimiento económico, implementan ese cambio de manera práctica en los emprendedores.

Surgen una peculiar clase de individuos regidos por un espíritu emprendedor teniendo la voluntad de transformar las condiciones existentes, superar obstáculos y romper con las rutinas; cómo ir contra la corriente, crear cosas nuevas, generando la posibilidad de obtener mayores ganancias, a lo que normalmente se tenía acostumbrado en la empresa.

Ante los cambios que tienen los mercados que forman parte de la economía global, hacen que las empresas tengan un perfil interdependiente, definiendo estrategias competitivas, innovadoras y rentables que les permita tener operaciones más dinámicas, ser competitivos en precios de venta y costos.

Las empresas de tecnología están en la búsqueda de innovar en sus estrategias, procesos, productos y servicios haciéndolo su cultura organizacional.

El proceso innovador puede ser un caos para la empresa, por eso es necesario una buena administración para que sea productiva.

¿QUÉ ES INNOVACIÓN?

La mayoría de los significados de la palabra Innovación lo explican como: Un cambio que supone una novedad, o que introduce novedades.

Terminología de Innovación. Proviene del latín *innovatio*, que a su vez se deriva del término *innovo* que significa “hacer nuevo”, “renovar”. Está formada por dos palabras: in hacia “adentro” y novus “nuevo”.

En un sentido más general habla acerca de nuevos conceptos o nuevas propuestas realizar algo.

INNOVACIÓN EMPRESARIAL

En el ámbito empresarial el significado de innovación tiene en un sentido más estricto de ideas por lo que se refiere a la introducción de un nuevo producto, servicio o procedimiento al mercado.

Que ese cambio encuentre una aplicación exitosa y que se puedan difundir sus resultados.

La innovación empresarial no sólo se refiere a productos y servicios nuevos, sino también, que cada cambio, interno como externo.

El cambio en la parte interna la organización, como, por ejemplo: la modificación en el proceso de la línea de producción; en la parte externa, la publicidad y la aceptación del cliente (satisfacer sus necesidades).

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Entendamos en primer lugar ¿qué es la tecnología?, que se define como los métodos, procesos, sistemas y habilidades que se usan para transformar los recursos en productos.

Es la aplicación de un conjunto de habilidades y conocimientos para resolver un problema determinado y satisfacer una necesidad en un área en especial.

Las innovaciones disruptivas tecnológicas, cuando comienzan, tienen bajo presupuesto o prestaciones y que van dirigidas a los consumidores que no tienen un grado alto de exigencia y con un nivel menor de liquidez para poder adquirir los productos que provienen de éstas tecnologías de nuevo mercado.

Existen tres características de los mercados de no consumo:

1. Donde los clientes empiezan a adquirir un producto que antes no ocupaban. (Ejemplo: Sistemas GPS).
2. El acceso de diferentes usuarios a la nueva tecnología proporcionada. (desarrollo de la producción en cadena en la industria automovilística).
3. La descentralización de la ubicación de un servicio. (Ejemplo: telefonía fija vs telefonía móvil).

Progresivamente, la tecnología disruptiva, va ocupando sitios (nichos) en el mercado a los que la tecnología establecida va renunciando, y que en ocasiones gana lugar y ocupa una mayor parte del mercado.

Su contraparte como ya se mencionó son las tecnologías sostenibles, que sólo se basan en la mejora o aumento de alguna o varias características a la tecnología ya existente, conocida como Innovación incremental.

INNOVACIÓN INCREMENTAL

Es el incremento de valor que se le hace a un producto que ya existe en el mercado, agregándole nuevas mejoras.

Parte de algo que ya existe y que se conoce, por lo regular esas mejoras son muy pequeñas, por ejemplo: en los celulares es muy claro de distinguir, desde sus inicios el teléfono celular era de uso exclusivo para hacer llamadas, y se le agregó el poder hacer mensajes de texto, sucesivamente se le fueron adicionando otras hasta las innovaciones de punta que se hacen hoy en día (internet, cámara, aplicaciones, tamaño de pantalla, etc.).

INNOVACIÓN RADICAL O DISRUPTIVA

El creador del término de Innovación Disruptiva fue Clayton M. Christensen y presentado en 1995 *Tecnologías Disruptivas: Agarrar la Ola* en 1995.

Posteriormente describió el término más a fondo en su libro *El Dilema Innovador* publicado en 1997, debido a que algunas tecnologías son intrínsecamente disruptivas o sostenibles por sí solas.

Innovación radical es el proceso creativo que busca generar nuevas ideas alejándose de todos los estándares convencionales que hay en el mercado y que den lugar a la creación de nuevos productos y en muchas ocasiones cambiar las preferencias de los consumidores.

VENTAJAS DE UTILIZAR LA INNOVACIÓN RADICAL

- Generan los avances.
- Transforman los mercados.
- Transforman nuestro modo de vida.
- Facilitan la apertura de nuevos mercados y nichos de oportunidad.

Algunos ejemplos de lo que significa la Innovación radical son:

1. Amazon quien tuvo la visión de del negocio virtual de la venta de libros.
2. Apple al adelantarse a Sony en al sacar al mercado el reproductor de MP3.

DESVENTAJAS DE UTILIZAR LA INNOVACIÓN RADICAL

- Al emprender es difícil encontrar apoyo financiero.
- Suele tardar en encontrar su sitio dentro del mercado, en especial cuando las estrategias de introducción del producto o servicio puestas en marcha no son muy eficaces.

LA INNOVACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES

La Administración por resultados es un aspecto innovador en la toma de decisiones.

Al hablar de creación de nuevas empresas, se relaciona la innovación con la tecnología, por ejemplo: las startups tecnológicas pueden innovar y crecer rápidamente sin sistemas establecidos anteriormente que la puedan frenar. Y a medida que estas empresas se consolidan, se topan con obstáculos para seguir innovando.

Las empresas que llevan un largo recorrido tienen la tendencia de innovar exponencialmente y a explotar todo lo que se pueda su producto y posición en el mercado, obteniendo como resultado una innovación limitada por las barreras de la explotación.

Para poder derribar estas barreras es necesario seguir estos siete pasos:

1. Compromiso del CEO. Los CEO y miembros del comité ejecutivo actúan como líderes de innovación, se involucran personalmente en la implementación de los cambios de la empresa para que sea posible la innovación.

2. Reconocer influencia de los grupos de interés. Tener una comunicación abierta con los empleados para poder ganarse su confianza y compromiso. Ser proactivo y estar en constante comunicación con clientes y empleados para saber sus necesidades y expectativas en el proceso de innovación.
3. Revise la misión corporativa. Esto es para re-direccionar la visión y la identidad de la empresa. Repasar la misión hacerla lo más semejante a las intenciones de la empresa y a sus proyectos actuales.
4. Elaborar una estrategia de innovación. Establecer prioridades y objetivos que defina los límites a donde se quiere llegar (mercado, tecnología, modelo de negocio, alianzas y limitaciones financieras).
5. Delegar la ejecución. Manteniendo el liderazgo en el proyecto para que no tome un rumbo equivocado a lo planteado en la estrategia de innovación. Comunicar las estrategias a todos los niveles de la organización.
6. Evaluar que los recursos, personas y competencias sean los idóneos. Para ejecutar los nuevos planes de la innovación y realizar los cambios oportunos de prescindir de personal, así como, de contratar personas con ciertas habilidades.
7. Ir más allá del simple cambio de ideas, mediante la implementación de un proceso de generación, selección y conversión de ideas conocido como “fase temprana de la innovación”, que vincula estrategia y propósito con el desarrollo del proyecto y la iniciativa.

El cambio, tanto en mejoras, como con nuevos productos, servicios y procesos, es ya una obligación para todas las empresas y que la administración debe fomentar, para no relegarse a un cierto tipo de producto y de mercado, entre más variedad de productos o servicios mayor será la probabilidad de abarcar un mayor número de clientes.

CONCLUSIONES

Podemos observar la importancia para administrador y Ceo (de cualquier empresa), de implementar una estrategia de innovación y llevarlas a cabo de igual manera en la visión de un MIA, el tener esta habilidad obligatoria de innovar y no esperar a que la competencia con sus nuevos productos o la globalización, reduzca nuestro mercado para poder actuar, ya que en estos casos suele ser demasiado tarde.

Ambas innovaciones (radical e incremental) son necesarias y hasta imprescindibles ya que la primera va en dirección del avance tecnológico y transforma a la sociedad y la segunda mejora los productos de manera progresiva.

Es importante poder tener una innovación radical que una innovación incremental, ya que no hay competencia en ese momento, como pionero con un producto nuevo antes que cualquier otro competidor.

Sin embargo, cuando ya un competidor logra sacar un nuevo producto que nadie más tenga, poder realizar la innovación incremental a nuestro producto para que tenga las características o funciones que los clientes desean.

REFERENCIAS

- América economía. (s.f.). Siete pasos para lograr innovación radical. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/blogs/iese/siete-pasos-para-lograr-una-innovacion-radical/>
- Cinco inventos de la Revolución Industrial. (s.f.). INVENTOS QUE REVOLUCIONARON LA INDUSTRIA. Obtenido de <https://www.telesurtv.net/news/Cinco-inventos-de-la-Revolucion-Industrial-que-cambiaron-el-mundo-20161108-0022.html>
- Ciberopolis. (s.f.). Que es y cómo usar la innovación radical. Obtenido de <http://ciberopolis.com/2016/10/12/que-es-y-como-usar-la-innovacion-radical/>
- Significados. (s.f.). INNOVACION. Obtenido de <https://www.significados.com/innovacion/>
- Retos directivos liderazgo empresarial. (s.f.). Innovación incremental vs innovación radical. Obtenido de <http://retos-directivos.eae.es/innovacion-incremental-vs-innovacion-radical-ventajas-e-inconvenientes/>
- Wikipedia. (s.f.). INNOVACION. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>
- Wikipedia. (s.f.). Tecnología disruptiva. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa_disruptiva