
INNOVACIÓN EN LAS ÁREAS FUNCIONALES DE LAS ORGANIZACIONES

INNOVATION OF THE FUNCTIONAL AREAS OF ORGANIZATIONS

Lillette Arvizu Luna* y Daniel Antonio López Lunagómez**

RESUMEN

En la actualidad resulta influyente la capacidad de adaptación en las empresas, esto debido a que el ambiente en el mercado actual tiene un acelerado comportamiento en la evolución de las necesidades generando nuevos retos para los sectores que representan nuevas amenazas. El ritmo de cambio en el entorno ha aumentado con rapidez, esto ya que la mayor interdependencia de los factores del entorno ha conducido a demandas más complejas en cuanto a actividades administrativas y operacionales, cuya consecuencia es un cambio notable en el tamaño y complejidad de las organizaciones en general. La presente investigación tiene como objetivo principal diseñar y proponer ideas y conceptos diversos acerca de la planeación e implementación de medidas de innovación que afectan la capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones basándose en las necesidades reales internas y externas de la organización.

PALABRAS CLAVE: Innovación, áreas funcionales, estrategias, tecnología.

ABSTRACT

At present, the ability to adapt in companies is influential, this is due to the fact that the current market environment has an accelerated behavior in the evolution of needs, generating new challenges for the sectors, providing new threats. The rate of change in the environment has increased rapidly, this as the greater interdependence of environmental factors has led to more complex demands in terms of administrative and operational operations, resulting in a notable change in the size and complexity of the organizations in general. The main objective of this research is to design and propose diverse ideas and concepts about the planning and implementation of innovation measures affecting the ability to solve problems and make decisions based on the real internal and external needs of the organization.

*Estudiante de la Universidad Veracruzana campus Xalapa, Ver. (México). Certificada en los estándares EC0076 y EC0859 ante el Conejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, cursando certificación de Contabilidad de costos asistidos por computadora en el Instituto de Capacitación para el Trabajo (ICATVER).

**Docente de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana (México), especialista en sistemas computacionales y fundador de Llanta Fácil, System X y Tecnología Educativa Siglo 21.

KEYWORDS: Innovation, functional areas, strategies, technology.

INTRODUCCIÓN

La implementación de medios de desarrollo tecnológicos es un tema relevante de interés a nivel empresarial y organizacional. Esto es, las áreas funcionales de las organizaciones, los departamentos o unidades que tienen funciones específicas para que la empresa opere de manera eficiente.

La innovación de estas puede verse reflejada en nuevos modelos de negocios, procesos productivos, estrategia competitiva, mercadotecnia, entre otros; resultan un factor indispensable para el crecimiento y/o fortalecimiento de la estructura organizacional. Por lo que la capacidad competitiva, el flujo de clientes potenciales, la eficiencia en la organización y la tasa de crecimiento dependen directamente de las áreas funcionales y la estructura estratégica de estas.

En palabras de Juan José Cano (2021), la transformación digital es mucho más que la consecuencia de las nuevas tecnologías. Es una nueva forma de pensar y gestionar. Es indispensable entender que, gracias al algoritmo, el big data y la inteligencia artificial podríamos gestionar de una manera diferente y más intuitiva el comportamiento de la organización. Porque, entre otras cosas, han demostrado soportar la volatilidad de los mercados, como hemos visto recientemente en nuestro país.

Si se revisan algunos indicadores a nivel macro en el país, la inversión en actividades relacionadas con investigación y desarrollo (I+D) es baja y se ha mantenido estancada durante los últimos años, en comparación con otros países. En 2009, el país registró una inversión en I+D del 0.16% del PIB y en actividades científicas tecnológicas y de innovación (ACTI), del 0.39%; un nivel bajo en comparación con estándares internacionales: Israel, Suecia, Brasil, Chile, Estados Unidos y Canadá destinaron entre el 1 y el 4.8% del PIB en I+D (Banco Mundial, 2012).

Adicionalmente, existen bajos niveles de inversión en innovación por parte de las empresas, insuficientes recursos humanos para la investigación y la innovación, débil institucionalidad en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, ausencia de focalización en áreas estratégicas de largo plazo, y disparidades regionales en capacidades científicas y tecnológicas (DNP, 2010, p. 432).

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis de la gestión y las actividades en una organización como factores medibles de la innovación en los procesos internos y externos de las áreas funcionales, así como proponer procesos

más sistematizados y realizarlos como cultura organizacional; esto, con la finalidad de fundamentar la idea de que el proceso de innovación es asistemático, ya que explota las oportunidades comerciales y, a menudo, surgen las necesidades y deseos de los clientes o como respuesta a un entorno competitivo.

2. CONCEPTUALIZACIÓN

En el Manual de Oslo (OCDE, 2005) se define la innovación como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método organizativo o de comercialización, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores.

La innovación incluye no solo nuevas tecnologías, sino también nuevos métodos y formas de hacer cosas aparentemente insignificantes. La innovación se refleja en el diseño de nuevos productos, nuevos procesos productivos, nuevos métodos de venta, formación, organización, permitiendo innovar en todas las actividades de la cadena de valor, dando así a la empresa una ventaja competitiva sostenible.

Según Henry Mintzberg: “La estructura de la organización puede definirse como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de estas”. Las organizaciones crean estructuras para organizar y coordinar mejor sus actividades y controlar a sus miembros, siendo así una herramienta importante a disposición de los administradores para lograr sus objetivos, organizarse y cumplir con el modelo de gestión interno.

La innovación en el sector ha sido un medio para buscar y encontrar alternativas a problemas relacionados con el diseño, el desarrollo y el uso de nuevas tecnologías y materiales innovadores y ecológicos. El avance en investigación se refleja en actualizaciones tecnológicas y en el mejoramiento de los procesos (Andigraf & PTP, 2012, p. 73).

Existen muchos conceptos acerca de este tema, pero la realidad es que, en un contexto organizacional, es un término muy incierto, ya que se adapta de acuerdo con la aplicación que se le dé. Estos cambios crean nuevos mecanismos competitivos entre empresas que modifican las condiciones estructurales del sector y determinan y modifican sus trayectorias tecnológicas, ya que diferentes patrones de tendencias de innovación determinan la velocidad de desarrollo y crecimiento económico del sector.

3. IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN LAS ÁREAS FUNCIONALES

Muchos pueden creer que el resultado de la innovación se ve reflejado únicamente con el producto final, pero esta característica también es principalmente relacionada con

las actividades o procesos que se llegaran a transformar en el proceso productivo antes de realizar el producto final; es ahí cuando entran las áreas funcionales de la empresa y muchas, hoy en día, apuestan por la digitalización de las principales áreas funcionales. La importancia de tener estas áreas innovadas es principalmente ganar eficiencia en todos los procesos internos y externos, mientras que cada vez se vaya necesitando menos esfuerzo y tiempo para hacer las actividades mientras que la productividad en la organización aumenta.



Figura 1: Importancia de la innovación tecnológica en las áreas funcionales de la organización
Fuente: Elaboración propia

En resumen, la innovación en las áreas funcionales logra la optimización de los procesos, gestión y controles necesarios en la organización y ayuda a la toma de decisiones, ya que la implementación de nuevas tecnologías brinda información relevante de las actividades desarrolladas, teniendo mayor visibilidad de datos necesarios para sustentar una decisión ejecutiva.

INNOVACIÓN COMO PROCESO

También se resalta la gestión de la innovación que debe realizarse dentro de la organización, comprendiendo que el proceso de innovación no está aislado de los demás procesos y sistemas de la empresa, sino que, por el contrario, la innovación debe estar integrada a los mismos y debe estar guiada por la gestión estratégica de la empresa (Hobday, 2005). Por tanto, la gestión de la innovación debe:

Adoptar un enfoque global, no solamente interno, que contemple aspectos como el liderazgo, el aprendizaje, la cultura organizacional, la estructura, la medición o el seguimiento de los resultados, la vigilancia o inteligencia competitiva, el establecimiento de redes de cooperación y alianzas, la definición de una estrategia de innovación, los recursos humanos, etc. La empresa puede instaurar procesos de innovación sumamente sofisticados y perfeccionados, pero si estos no se ven acompañados y reforzados por todo este conjunto de elementos, los resultados del proceso se verán restringidos (Velasco-Balmaseda & Zamanillo-Elguezabal, 2008, p. 136).

Y esto desenlaza elementos para elaborar un modelo estratégico para el desarrollo de innovación en los departamentos involucrados en la empresa, puntos clave como el aprendizaje continuo de los procesos, implementación de un liderazgo hábil y flexible con la finalidad de maximizar los beneficios de nuevas formas de trabajar. Las actividades del día a día tienen como objetivo preservar y estabilizar las estrategias, capacidades y recursos existentes, mientras que las iniciativas de innovación tienen como objetivo desarrollar y aplicar un conjunto de estrategias, competencias y recursos distintos.

La innovación debe de ser tomada en cuenta como parte de un proceso fundamental en la empresa, un elemento que debe de estar presente en cada uno de los departamentos de la organización e implementado como cultura, así el flujo regular de innovaciones de manera interna asegura la sostenibilidad empresarial.

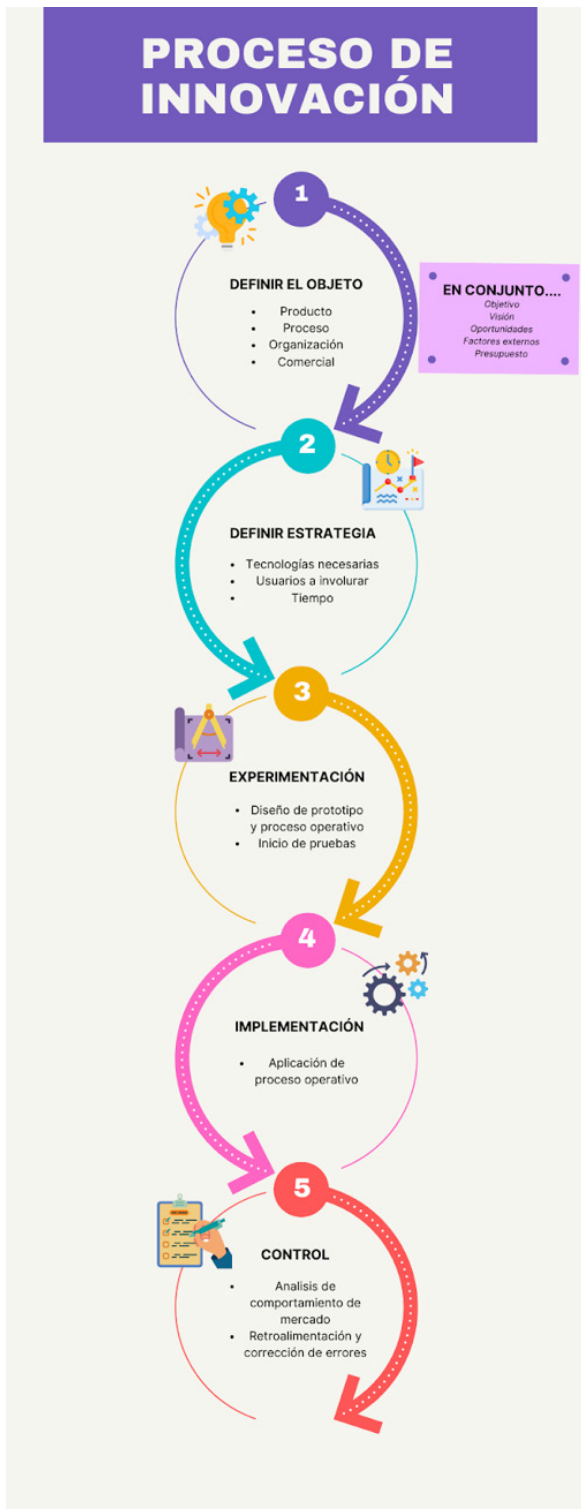
DIRECTRICES DE INNOVACIÓN A DESARROLLAR EN UNA ORGANIZACIÓN

a) Innovación del producto

El Manual de Oslo de la OECE (2005) indica que: “Una innovación de producto es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que se ha introducido en el mercado”.

Esto significa que no siempre tiene que ser un nuevo participante en el mercado, sino que puede ser una buena actualización de lo que ya se ofrece.

La innovación de productos debe dar respuesta a un problema que afecta a un gran número de consumidores, para convertirse en algo importante que genere valor y demanda para



los usuarios. Para este tipo de innovación no existe una metodología exacta que la organización deba de seguir para asegurar el éxito, pero hay ciertas características que identifican y contribuyen a la idea.

- I. Identificar si la idea aporta al cliente objetivo y es una necesidad real para los consumidores
- II. Si la innovación se trata de un cambio sustancial, deberá combinarse con una campaña de medios para anunciar el lanzamiento del producto y su importancia para los usuarios, destacando sus beneficios. Para una adecuada comunicación sobre esta innovación se debe complementar con una forma de facilitar que los consumidores la prueben, así como la red de distribución y la disponibilidad del producto para que llegue a la mayoría del público objetivo.
- III. La competencia es otro punto importante para considerar. Un producto innovador debe contribuir, incluso si tiene una característica única y no entrega lo mismo que la competencia, pero tiene un nombre o empaque diferente.
- IV. La rentabilidad es importante para que un producto innovador brinde beneficios reales a la empresa que lo implementa.

La innovación de productos es esencial para la solvencia de una empresa en el mercado. Estas innovaciones no implican la necesidad de desarrollar nuevos productos, pero pueden ser innovaciones que se basan en

Figura 2: Proceso de innovación
Fuente: Elaboración propia

productos existentes, pero forman una cierta novedad exclusiva que nadie más en el mercado ofrece. Para que se desarrollen correctamente es necesario tener en cuenta una serie de factores, aunque en muchos casos evidentes, muchas veces desapercibidos, como la demanda real del mismo por parte del cliente, el nivel de aceptación por parte del cliente, etcétera; para diferentes categorías se proporcionan opciones o análisis de la competencia, junto con un adecuado plan de marketing y comunicaciones públicas intrusivas.

b) Innovación de procesos

De acuerdo con el Manual de Oslo de la OCDE (2015), la innovación de proceso 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. El objetivo de este tipo de innovación es disminuir el costo de producción o de distribución, mejorar la calidad, o producir nuevas cosas que mejoren las anteriores.

La innovación de proceso es cualquier cambio significativo en la forma en que se realiza una determinada tarea. En algunos casos, un nuevo enfoque es suficiente para cambiar por completo los resultados obtenidos, mientras que en otros casos es necesario un rediseño completo del proceso para aumentar la producción. La innovación de proceso está íntimamente relacionada con la introducción de nuevas tecnologías y tiene como objetivo aumentar la competitividad de una empresa en el mercado sin los mismos riesgos que la innovación de producto.

Existen muchas maneras de innovar los procesos internos de la organización, pero estas son adaptables de acuerdo con las necesidades propias, y estas pueden verse relacionadas con:

- I. Metodología de trabajo: La adopción de métodos de trabajo flexibles puede traer beneficios increíbles. Dentro de cada proceso hay un método de trabajo que se puede cambiar o mejorar para mejorar la eficiencia.
- II. Tecnologías: Hoy en día, es una de las herramientas más importantes que facilitan la mejora de procesos, los hacen más fáciles e incluso ayudan a proporcionar una capa de inteligencia para una mejor toma de decisiones gracias al big data, la inteligencia artificial, el almacenamiento de datos en nube, edge computing, el uso de aplicaciones móviles y redes sociales, entre otras herramientas. De igual manera, modificar el software que ya se encuentra en la organización, el uso de esta tecnología hace todo lo que necesita de manera óptima ahorra mucho tiempo y esfuerzo. Por lo tanto, cambiar

- a un nuevo software o mejorar la funcionalidad del existente significa innovación.
- III. Técnicas: Reemplazar los métodos existentes por otros más efectivos es una buena manera de innovar. También se pueden modificar los métodos existentes analizándolos en detalle para encontrar nuevas formas de aplicarlos.
- IV. Talento humano: Contratar nuevos empleados con más conocimientos o capacitar a los empleados existentes es otra ruta hacia la innovación. Una forma de actualizar su proceso de contratación es agregar el valor que pueden aportar y beneficiarse en función de las áreas en las que planean reincorporarse y asegurarse de que estén dispuestos a agregar innovación. La capacitación de los empleados existentes también está en curso. Sin las personas adecuadas, su talento y creatividad, es imposible mejorar significativamente los procesos de una empresa.

c) Innovación organizacional

Los empleados son uno de los recursos más importantes de una organización, necesitan fortalecer su sentido de pertenencia e iniciativa, desde adaptarse a las necesidades básicas de trabajo hasta proponer mejoras innovadoras que inciden en el trabajo y la vida diaria de los empleados. Las nuevas tecnologías son grandes aliadas de las innovaciones organizacionales y muchas veces, su inclusión en el proceso productivo permite, por ejemplo, optimizar el uso de los recursos dentro de la empresa, mejorar la comunicación e incluso reducir el impacto de la organización en el medio ambiente.

Implementar una política de empleo innovadora que tenga en cuenta a los empleados y su forma de trabajar puede tener un gran impacto positivo en una empresa. La flexibilidad de horarios y la búsqueda de objetivos o la introducción de métodos de trabajo flexibles son ejemplos de innovaciones realizadas por las empresas en los últimos años, lo que significa cambios en la psicología y el desarrollo organizacional.

Otras innovaciones organizativas al alcance de cualquier empresa podrían ser la sustitución de materiales contaminantes por otros de menor impacto ambiental, la introducción de maquinaria que optimice los procesos, y la implantación del reciclaje de residuos y tratamiento del papel. Todas las actividades son fáciles de realizar en una empresa que quiere empezar a caminar hacia la innovación organizacional. Por lo tanto, implican cambios que involucran la estructura o los procesos internos administrativos.

d) Innovación comercial

Gracias al acelerado desarrollo de la tecnología, la demanda y la exigencia de los consumidores, así como el incremento de canales de promoción, resulta indispensable adaptar la forma en la que comercializamos nuestra empresa.

Este tipo de innovación está diseñado para permitir que los minoristas sean más productivos al brindarles acceso rápido a la información que realmente necesitan en cualquier momento. Cada uno de estos usuarios será un vendedor exitoso y motivado completamente dedicado a vender. Se trata de poner la innovación tecnológica al servicio de la eficiencia comercial. Porque al final, esta diferenciación promocional puede significar la viabilidad de una empresa.

Para eso se tiene que innovar en cada una de las variables de la mercadotecnia (precio, producto, comunicación, distribución) y merece un cambio de mentalidad en el equipo de ventas, evaluando el estado de competencia humana tradicional en el campo, así como otras cosas importantes para la nueva realidad: resolución de problemas, creatividad y desarrollo sostenible.

5. CONCLUSIONES

La competitividad de las empresas en un mundo globalizado está poniendo de manifiesto la necesidad de que nuestras organizaciones reconozcan el valor estratégico de la innovación e incorporen técnicas y herramientas para su gestión (Hidalgo, 2011).

Frente al conjunto de la industria, para competir a nivel internacional, esta debe enfocarse en fortalecer los factores clave que conforman su competitividad y resolver problemas relacionados con el contexto nacional e internacional. La innovación en el campo es una forma de encontrar alternativas a los desafíos en el diseño, desarrollo y uso de nuevas tecnologías y materiales innovadores.

Hemos fundamentado la idea de la innovación como cultura organizacional y esto radica desde la importancia de superarse ante la competencia, de crear un valor agregado a los productos y procesos con la finalidad de mejorar la eficiencia de manera general.

La innovación es un proceso de resolución de problemas, que se manifiesta principalmente en mercados interactivos (incluidas las relaciones formales e informales entre diferentes entidades), el aprendizaje diferenciado y el intercambio de conocimientos, implícitos y explícitos; es por eso que gracias a los factores externos anteriormente explicados, las empresas necesitan estar en constante cambio para rediseñar los procesos que involucran las organizaciones y la mejor manera de hacerlo es desglosando todas las áreas funcionales que los integran para poder innovar de la manera eficaz. La gestión exitosa de la innovación significa crear una cultura relacionada con la innovación que permita a las empresas identificar elementos clave específicos del proceso que se pueden clasificar como internos o externos a la empresa.

Así como se habla de la innovación de las áreas funcionales en la organización, esta incluye la capacidad de liderazgo flexible y la influencia de la creatividad en donde se fomente la aplicación de ideas nuevas para la resolución de problemas, y fomentar la comunicación, integración y la mentalidad innovadora de todas las áreas en la empresa.

La innovación es ampliamente promocionada como la clave del éxito futuro de las empresas de hoy y el motor que genera nuevos negocios. Es importante inculcar cualidades de liderazgo para la innovación en todos los niveles de la organización, desde los empleados hasta la gerencia. La mentalidad es el sistema operativo principal del pensador creativo que distingue a los líderes que fomentan la creatividad y la innovación, de aquellos que las obstaculizan.

BIBLIOGRAFÍA

- Andigraf & PTP (2012). Informe de sostenibilidad 2012: industria editorial y de la comunicación gráfica. Bogotá, D.C.
- Banco Mundial (20/12/2012). The World BANK. Working for A World Free of Poverty. Consultado 20/12/2012. <http://data.worldbank.org/topic/science-andtechnology>
- Bizneo HR. (2022, 12 enero). Importancia de la tecnología en las empresas. Bizneo Blog. <https://www.bizneo.com/blog/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas/>
- Burgos, J. E. & Rojo, A. A. (2018). La innovación comercial y la filosofía empresarial como factores de éxito en la empresa familiar SAPRIET: Una experiencia ecuatoriana. *Revista Espacios*, 39(3), 25. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n03/a18v39n03p25.pdf>
- CIMEC. (2022, 11 marzo). La innovación de productos y su importancia. Consultoría Estratégica de Investigación de Mercados. <https://www.cimec.es/innovacion-productos-y-importancia/>
- Guzmán, M. (2021, 29 julio). Tendencias tecnológicas para las empresas del futuro. CONCUR. <https://www.concur.com.mx/news-center/tendencias-tecnologicas-para-las-empresas-del-futuro-mx>
- Negrete, P. (2020, 7 diciembre). ¿Cuáles son las Etapas de la Innovación en una Empresa? ATTACH. <https://attachmedia.com/blog/innovacion-etapas-empresa/>
- Oliva, V. (2019, 30 diciembre). ¿Cómo influye la tecnología en las empresas? Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://admission.utem.cl/2019/12/26/como-influye-la-tecnologia-en-las-empresas/>
- Parisca, S. (2018, 8 marzo). Innovación comercial. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/innovaci%C3%B3n-comercial-simon-parisca>
- Robayo, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Rodrigo, M. (2019, 15 marzo). Innovación organizacional para empresas. Printsome Insights. <https://blog.printsome.es/innovacion-organizacional-la-clave-para-competir-y-crecer/>
- Santander. (2022, 21 octubre). Innovación de procesos y sus ventajas. Becas Santander. <https://www.becas-santander.com/es/blog/innovacion-de-procesos.html>
- Varón, F. (2017, 30 mayo). Liderazgo Innovador vs. Liderazgo para la Innovación. 10,000 Mujeres por México. <https://www.10000mujerespormexico.org/liderazgo-innovador-vs-liderazgo-para-la-innovacion/>