

Innovación, creatividad y Calidad, valor agregado que genera competitividad hoy en día

Carla Patricia Ordaz Picón, Petra Sandoval Flores, Mónica Gutiérrez Del Real, Raquel A la Torre Herrera

Tecnológico Nacional de México. Departamento de Ciencia Económico Administrativas. Instituto Tecnológico de León. Av. Tecnológico S/N, Fraccionamiento Industrial Julián de Obregón, León Gto.

Resumen

Se correlacionan tres grandes temas. Por un lado, la innovación con sus áreas de enfoque y por otro, la calidad y creatividad desarrollados como un trinomio obligado, y que desde este punto de vista se puede posibilitar una evolución en los procesos, independientemente del tipo de industria predominante en la región, o bien, en un momento en el tiempo.

Mediante investigación documental se presentan beneficios de la innovación de procesos apoyados en la calidad como un andamiaje necesario para ser independientes en el desarrollo profesional.

Abstract

Three major themes are correlated on the one hand innovation with their focus areas and on the other, the quality, developed as a compulsory trinomial, and that from this point of view one can make possible an evolution in the processes independently of the type of industry predominant in the region or a moment in time.

Through documentary research, benefits of innovation of quality-supported processes are presented as a scaffolding necessary to be independent in the professional development.

Palabras claves: Innovación, Calidad, creatividad, Procesos, incubadoras, Modelo de negocio, Planeación estratégica.

1. INTRODUCCIÓN

El ser humano, desde su aparición ha, sufrido cambios, mejoras y modificaciones que hasta hoy en día se pueden observar en las diferentes construcciones, pinturas, dibujos rupestres, etc.

Realizando una retrospectiva, se pueden distinguir grandes descubrimientos y hechos ancestrales que otorgan una respuesta a las necesidades y deseos del ser humano por mejorar su estilo de vida y satisfacer sus necesidades humanas. Esto es, el hombre ha estado en la búsqueda de una mejor calidad de vida, de un bienestar personal y familiar, del progreso. Es así como inicia el proceso de la innovación, cuando el ser humano detecta la necesidad desde una perspectiva de objetividad y subjetividad para aproximarse a una “realidad”. Pero para crear empresas reales y dinámicas, los emprendedores deben desarrollar negocios que den solución a problemas del siglo XXI. De ahí surge la necesidad de tener modelos que permitan desarrollarlos, surgiendo así diferentes iniciativas. Documentos como: “El libro verde del espíritu empresarial”ⁱ, algunos sistemas de innovación, todas las normas y todo un arsenal de técnicas que permitan facilitar dicha tarea han salido a la luz para brindar el apoyo requerido.

Sin embargo, los cambios estructurales en las grandes economías han girado hacia negocios basados en el conocimiento. Ahí es donde radica actualmente la innovaciónⁱⁱ.

En México se han implementado nuevas estrategias en cuanto a la política de desarrollo económico en busca de nuevos emprendimientos, sembrando a través de diversos programas la semilla de la innovación, el emprendedurismo y la creatividad y en este camino posibilitar la captura de talentos que ayuden a resolver los grandes problemas que tiene como, por ejemplo, el impulso de Pymes o atender el desempleo, por citar algunos.

El cambio de un paradigma arraigado por años, en el que los profesionistas deberían de estar trabajando para una empresa por uno nuevo; en el que sean capaces de crear empresas basadas en su conocimiento, representa un reto ambicioso, y de lograrse, se tendría un despegue en todos los sectores del país.

México, como otros países, desarrolla ciertas industrias que dependen de otras economías lo que provoca tensión al momento de cambiar políticas económicas y en general de colaboración, conclusión de tratados o surgimiento de competencia no prevista.

Por esto se puede afirmar que la sociedad está en constante cambio debido a los diversos factores que la afectan, incluyendo los medios de comunicación y redes sociales a los cuales gran parte de la población tiene acceso. La cultura no es ajena a estos cambios, se puede afirmar que no es estática, por lo que valores y costumbres se han visto afectados, los procesos que hay en estos múltiples factores se han ido ajustando a nuevas necesidades y expectativas.

La sociedad enfrenta diferentes situaciones como corrupción, delincuencia, pobreza y otros problemas sociales en gran medida causados por limitada capacidad para generar empleos bien remunerados, que cuenten con seguridad social, y ponga al alcance de la mayoría una mejor condición de vida.

2.- EL MERCADO

Las industrias en constante cambio y presionadas por elementos como: los gustos sofisticados del consumidor, necesidades que no son necesidades, tendencias de la moda, la oferta y demanda de innumerables productos y servicios que se ofrecen actualmente en el mercado local, nacional e internacional evidencian la problemática de ofrecer nuevas formas de hacer negocio, es decir, “modelos de negocio” que acerquen los productos y servicios al consumidor final, y más aún superen las expectativas del mismo. Para esto se trabaja fuertemente en estrategias que incluyan procesos novedosos, esbeltos y baratos.

“Estas estrategias se fundamentan en ser diferentes. Hoy no se concibe un negocio donde la creatividad no esté presente. Los elementos básicos de esa creatividad estarán sustentados en un constante proceso de innovación donde la calidad sea su base de apoyo y despegueⁱⁱⁱ.”

3.-INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y CALIDAD

Para la generación de innovación y creatividad, en ocasiones no es necesario ser un experto en el área determinada, sino más bien conocer el entorno y proporcionar soluciones radicales de mejora.

Por otro lado, para las organizaciones es de suma importancia conocer sus procesos para trabajar en la cadena de valor: “proveedores – organización – cliente” y en los procesos con que se relacionan.

El objetivo de la mejora continua en los procesos es optimizar la efectividad y la eficiencia, mejorando sus controles internos, para esto es de suma importancia considerar los siguientes puntos a realizar en la mejora de procesos^{iv}:

1. Analizar los flujos de trabajo.
2. Fijar objetivos de satisfacción del cliente para poder conducir la ejecución de los procesos.
3. Desarrollar las actividades de mejora entre los protagonistas del proceso.
4. Involucrar a los actores del proceso.

Cabe destacar, que la innovación de procesos y la mejora están relacionados, pero no deben confundirse ya que la innovación busca un cambio radical, mientras que la mejora pretende realizar el proceso de la misma forma, pero con un nivel mayor de eficiencia.

Ahora bien, los pasos para lograr una innovación de procesos son los siguientes^v:

1. Establecimiento de la visión de negocio.
2. Establecimiento de políticas y valores.
3. Identificación de objetivos.
4. Selección de procesos para innovar.
5. Identificación de agentes de cambio.
6. Desarrollo de una visión de proceso.
7. Entendimiento de los procesos existentes.
8. Desarrollo e implantación de los nuevos procesos.

Justo en estos ocho pasos es donde se requiere mantener el tema de la calidad presente y funcionando, de acuerdo con autores como W. Edwards Deming que dice: “La calidad es la creación de valor útil con eficiencia”, esto es, al cliente hay que darle lo pide, buscando de manera constante como agregar valor que sea útil para él.

La innovación y la calidad entonces tienen puntos de convergencia, quizá lo más destacable es que un producto es innovador hasta que alguien le dio valor y uso a un producto y servicio, como lo menciona Carlos Giménez en su artículo: “Calidad e innovación una Visión estratégica Empresarial”:

- Un invento por sí solo no implica innovación.
- Nace de una necesidad no aprovechada o aún no descubierta.

- La innovación proviene del estudio y de la satisfacción de las necesidades.
- Desarrollo inédito.
- Gestión del conocimiento desarrollado originalmente, con el objeto de prestar un servicio al ser humano.
- Combinación armoniosa de mínimas mejoras que permiten la obtención de resultados novedosos.
- Transformar ideas en un valor de carácter económico y social.
- No siempre es producto de algo absolutamente nuevo.
- Puede surgir del desarrollo de procesos o productos ya desarrollados anteriormente.
- Innovar permite la creación del valor de una manera diferente.
- Debe permitir la satisfacción de necesidades de los clientes a través de nuevos productos, procesos, servicios o sistemas.

Por todo esto se asumen grandes dificultades para lograr emprendimientos nuevos, quizá la dificultad más grande sea el cambio de pensamiento, pues la estadística es dura y contundente según el programa del gobierno Federal México emprende^{vi} las pequeñas y medianas empresas representan 4 millones de entidades económicas de las cuales se dice que de cada 100 empresas que inician operaciones al año, solo logran sobrevivir 35 al cabo de dos años y solo el 4% de estas llegan a ser empresas medianas.

La necesidad de desarrollar planes de negocio para determinar la pertinencia económica, la incubación de empresas y que las universidades puedan posibilitar una red de emprendimiento, que ayude a encontrar nuevos nichos de mercado, involucre nuevas tecnologías, evolucione los procesos alineados a los estándares de calidad internacionales y las formas de hacer negocio es urgente.

REFERENCIAS

- Comisión de las comunidades europeas, Bruselas, 2003, Documento recuperado de: file:///C:/Users/Carla/Downloads/green_paper_final_es.pdf
- Kantis, H. "Desarrollo Emprendedor (América Latina y la experiencia internacional)" Banco Interamericano de Desarrollo, Documento recuperado de: <http://www.iadb.org/pub>
- Carlos Giménez, Domingo Macrini, Ricardo Miyaji. (2013). Calidad e innovación, una visión estratégica empresarial. Revista del Instituto Nacional de Costos, 1-22. Recuperado el 30 de Junio de 2017
- El cronista. (septiembre 25, 2012). La innovación, evolución y estado actual. julio 5, 2017, de El cronista Sitio web: <https://www.cronista.com/management/La-innovacion-evolucion-y-estado-actual-20120925-0043.html>
- Cámara de comercio de España. (2015). Tipos de innovación. julio 5, 2017, de Cámara de comercio de España Sitio web: <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/tipos>
- Orrego Clara. (octubre 18, 2006). El ser humano y la innovación. 5 de julio de 2017, de Universidad de Medellín Sitio web: <http://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/viewFile/883/877>
- Documento recuperado de: <https://www.mexicoemprende.org.mx/>, 6 de Julio 2017
- Ana Ma. Porto Castro, Ma. Josefa Mosteiro García. (Julio de 2014). Innovación y calidad en la formación del profesorado universitario. Revista electrónica universitaria de formación del profesorado. Recuperado el 2017 de Julio de 1
- Camargo, L. C. (julio-diciembre de 2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Escuela de Administración de Negocios*. Recuperado el 30 de junio de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20619966002>
- Guerrero, A. V. (20 de Junio de 2017). Gestión del Conocimiento en la empresa HORMA S.A. de C.V. (M. G. Real., Entrevistador) León, Guanajuato. <https://jordicabre1.wordpress.com/2012/01/25/calidad-e-innovacion-dos-lados-de-la-misma-moneda/> 30/Junio/2107 11:30 a.m.
- <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/actualidad-del-project-management/innovacion-y-calidad-claves-para-el-exito-empresarial> 30/Junio/2017 12:00 pm.

* Correo autor: carla.ordaz@itleon.edu.mx

