



Nombre del trabajo: innovación de las empresas frente a la competencias

Nombre del alumno: Raul de Jesus Sanchez Escobar

Carrera: Administración y estrategia de negocios

Grado: 8 cuatrimestre



Turno: Matutino

Asesor: Maria del Carmen cordero

Comitán de Domínguez Chiapas a 28 de febrero de 2021.

1. Planteamiento del problema

A nivel mundial existen grandes organizaciones que día con día se enfrentan con problemas de innovación, que muchas veces no alcanzan los objetivos que desean. con el tiempo, han tenido problemas con la consolidación dentro del mercado o dentro del giro al que se dedica la empresa, uno de los problemas en los que se encuentran es superar es la competitividad con otros.

Para tener un panorama más claro, las organizaciones anteriormente no existía como tal una competencia tan fuerte como lo es ahora, pero conforme a la globalización las empresas crearon una estructura más sólida para que el rival a vencer sean a ellos mismos, antes no cumplían con la demanda que exigía las personas y por ello entran muchas empresas del mismo giro, pero existe algo que lo puede diferenciar del uno y otro, y es la competencia.

Las empresas grandes y actuales, son administradas por complejos profesionales, para que en un determinado tiempo inserten innovación para que la empresa tenga un rendimiento o un buen funcionamiento. Las organizaciones líderes del mercado en la actualidad, para sobrevivir, deben apostarle a la innovación, en el que su desempeño se base en la calidad de sus trabajos y en la operatividad como también en lo profesionalismo de su talento humano, pero sobre todo en la participación de su personal en la definición de las metas y objetivos que deben estar enfocados hacia la innovación competitiva.

Muchas de las organizaciones mexicanas de igual manera tienen problemas en su forma de innovar y mientras una falla, la otra asociación sale con beneficios, un factor muy importante hoy en día es la tecnología, actualmente y conforme al tiempo estas se van desarrollando trayendo como beneficios a la humanidad descubrimientos y oportunidades, la falta de conocimiento de la innovación tecnológica es un factor que las organizaciones no toman en cuenta, por lo que muchas veces se estancan en su crecimiento.

La falta de la implementación de innovación debe ser considerada por todo tipo de empresa, ayudando a su crecimiento y generar nuevas innovaciones, la cual generaría un alto rendimiento en la competencia por el mercado.

En el estado de Chiapas de igual forma existen competencias de empresa a empresa, pero también en ambas partes carecen de innovación, si muchas de las organizaciones emplean una innovación correcta, de otra forma tendrían un posicionamiento arriba de las demás, además las empresas estatales, no se toman a la tarea de hacer una innovación en todas la estructura, en las diferentes áreas.

Otro de los factores que no ayudan en el desarrollo de las organizaciones, es el reclutamiento de selección del personal, ya que algunos no cuentan con el perfil que la empresa solicita, desde ese punto de vista valoramos que la organización no se innova en el crecimiento. Otra de las partes con las que no se cumple la innovación, es la mercadotecnia ya que es algo repetitivo y común entre las mismas organizaciones y no hacen notar sus estrategias competitivas.

Esta investigación se llevará a cabo en la región fronteriza de Chiapas específicamente, en frontera Comalapa, ya que la innovación no es nada compleja, si tomamos todos los puntos acerca de las mejoras, las empresas no cumplen con ninguna, la competencia en esta ciudad, es algo que no se destaca, ya que la demanda de las personas, son muy altas, y hay muy pocas empresas que no se innovan con ideas que sean capaces de satisfacer al mercado.

En este entorno, la innovación es algo que no se le toma importancia, desde sus tipos de estructuras como en las inversiones financieras. Con todo esto podemos observar que el planteamiento de innovación es un problema que se da en todo el mundo, muchos lo dominan, y muchos rompen con su organización por no darle un control adecuado, si nos expandimos, las empresas que hoy son grandes e internacionales, empiezan con un negocio pequeño, pero su forma de innovar a logrado y a conseguido el éxito.

2. Preguntas de investigación

1. ¿Se adapta rápido a la hora de hacer cambios de innovación?
2. ¿Qué tan difícil es lidiar ante la competencia?
3. ¿tiene problemas a la hora de innovar?
4. ¿Sabe dónde buscar nuevas ideas?
5. ¿A quién recurre para innovar?
6. ¿Qué tan importante es innovar en la actualidad?
7. ¿cómo se generan ideas para innovar?
8. ¿Cual es la motivación para innovar?

3. Objetivo general

tener en claro de cómo la innovación es una herramienta, para diferenciar ante la competencia, así como también qué tan lejos puede llegar implementando una innovación correcta.

Objetivos específicos

- conocer cómo nos favorece la innovación en la empresa frente a la competencia
- conocer a detalle los diferentes tipos de innovación que se puede emplear, para lograr los objetivos
- reconocer errores que se implementan en la innovación
- crear modelos de innovación para la mejora de la empresa

4. Justificación del problema

En la actualidad existe un número infinito de organizaciones, las cuales se ocupan a diferente giro, pero todos buscan lograr sus objetivos y metas, lastimosamente no todas las organizaciones cumplen este rol, ya sea porque sus estrategias que implementaron no fueron las adecuadas, o también porque las estrategias competitivas del rival fueron mejores.

Para ser específicos la innovación dentro de la organización es algo que se debe aplicar, ya que esta será una mejora, para que la empresa en su giro sea la mejor, además la innovación en la actualidad es algo que se debe de tomar muy en cuenta ya que hay un tema que es muy importante y es la globalización, esta se desarrolla en el mundo, en la actualidad obliga a que la competitividad de las empresas sea un elemento de supervivencia de la misma organización.

Hoy en día el mercado es muy competitivo, por eso las empresas grandes en un determinado tiempo tienen que innovar, porque los consumidores son exigentes, las organizaciones tienen un objetivo ser más competitivas y generar mayores proyectos de alto impacto, la innovación ya no es una opción es algo que se debe aplicar para las empresas actuales.

El mundo de las empresas es algo que es muy completo, por ello el objetivo de la tesis, es enriquecer más nuestros conocimientos, y que mejor de un tema muy importante en la actualidad como es la innovación, todo esto será aportar ideas de cómo hacer que una empresa aplique estrategias, y entren en una lucha con la competencia.

Esta tesis puede aportar conocimientos a personas que tengan una microempresa, y puede tomar puntos importantes del cómo hacer una innovación correcta y eficaz, para hacer una competencia se deberá hacer una innovación correcta para que la empresa no entre en una crisis, ya que la innovación se requiere de inversiones, como son tiempo y dinero, en mi punto de vista este escrito puede traer beneficios para muchas personas, ya sea para adquirir conocimientos, o aplicar en su negocio o empresa.

El deseo de desarrollar un tema del cual es la innovación, es que muchas de las empresas mexicanas son organizaciones pequeñas o la mayor parte lo es, y en mi opinión ha sido que tienen el miedo de innovar, para dar un paso importante como organización es el aceptar los retos, y mi punto clave del crear acerca de este tema, es hacerles ver el futuro de su empresa, y es que si las personas le tienen miedo a la competencia, y por ello habrá una probabilidad que su empresa esté en un riesgo.

Otra de las cosas que me motivó, fue que como administrador, estamos en un entorno empresarial, y en el futuro los administradores tendrán un papel muy importante, ya que se ejecutara la innovación para la mejora, y también seremos los encargados de verificar que cada estrategia en la innovación marche correctamente bien y que todo sea beneficio para la organización.

En el ámbito de las empresas existen muchas problemáticas que resolver, pero una de las más importantes, es la dificultad de innovar, para hacerle frente a las empresas más consolidadas. mas sin embargo, el superar con las estrategias, será algo que nos puede beneficiar, es por ello que teniendo ideas claras de la mejora, la organización será controlada sin dificultades.

5. Hipótesis

Muchas de las organizaciones no se arriesgan a innovar, porque esto los llevaría a un fracaso como empresa, trayendo como consecuencias un bajo rendimiento en la competitividad.

6. Marco referencial

6.1 Marco histórico

la innovación empresarial es un tema que se toma importancia desde hace varios años, cuando las empresas decidieron dar un paso adelante que otras, siendo una mejora que trae como beneficio herramientas para la competitividad, Para dejar en claro la palabra Innovación a continuación daré una definición, la innovación es una acción continua a lo largo del tiempo y abarca diferentes campos del desarrollo humano. por otro lado la OCDE define la innovación como “la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas comerciales, a la organización del trabajo o a las relaciones externas”.

Joseph Schumpeter (1935) definió la innovación en un sentido general y tuvo en cuenta diferentes casos de cambio para ser considerados como una innovación. Estos son: la introducción en el mercado de un nuevo bien o una nueva clase de bienes; el uso de una nueva fuente de materias primas (ambas innovación en producto); la incorporación de un nuevo método de producción no experimentado en determinado sector o una nueva manera de tratar comercialmente un nuevo producto (innovación de proceso), o la llamada innovación de mercado que consiste en la apertura de un nuevo mercado en un país o la implantación de una nueva estructura de mercado.

Ahora bien, el concepto de innovación empresarial puede hacer referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa. La innovación empresarial puede suponer una renovación de productos o de la propia empresa, generalmente actualizándose a las demandas del mercado.

La innovación fue conceptualizada por Schumpeter como destrucción creativa, para lo cual se basó en otro economista: Werner Sombart. Y este admitió abiertamente la profunda influencia de las ideas de Nietzsche en su teoría económica. Schumpeter fue un pensador aislado y altamente original,

al igual que Nietzsche. Ninguno de ellos fue tomado en serio ni por su tiempo ni por sus colegas. Y sin embargo, transformaron el tiempo y el futuro de estos.

La innovación surgió para dar ideas a los países para generar una mayor competitividad, entre ellos como en la segunda guerra mundial que significó un estímulo aún mayor para las actividades creativas. Para enfrentar amenazas a la supervivencia física, se fomenta un nuevo torrente de innovación. Este periodo engendró una cantidad importante de nuevas tecnologías tales como los radares, los sistemas de comunicaciones, el motor a reacción y la energía nuclear.

Durante las dos décadas siguientes a la guerra, en la economía industrial la competencia fue básicamente nacional, Gradualmente, las innovaciones en la tecnología del transporte y las comunicaciones permitieron a las empresas de distintos países competir entre sí. Para 1970, la competencia económica pasó a ser internacional y para 1980 fue global. La supervivencia ya no era una cuestión local.

La relación entre innovación y competitividad está mediada también por los clústeres. Porter 1990 ha resaltado el importante papel que juegan para la competitividad nacional, estatal y local en la economía global. Los clústeres son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, prestadores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones asociadas (universidades, agencias reguladoras, asociaciones comerciales, etc. A estos actores los unen elementos comunes y complementarios.

6.2 Marco teórico.

La teoría de Schumpeter ha influido enormemente en la teoría de la innovación. Este autor afirma que el desarrollo económico es impulsado por la innovación mediante un proceso dinámico en el cual las nuevas tecnologías sustituyen a las viejas, en su opinión la innovación crea cambios importantes mientras que las incrementales avanzan continuamente en el proceso de cambio.

Este autor propuso una lista de cinco tipos de innovación que en mi opinión son de suma importancia para crear una ventaja competitiva los cuales dijo, Introducción de productos nuevos y en nuevos métodos de producción actual nuevos mercados desarrollar de nuevas fuentes de abastecimiento para las materias primas creación de nuevas estructuras de mercado sectoriales.

La visión económica neoclásica contempla a la innovación en términos de creación de activos así como de experimentos de Mercado, en este enfoque aclara que la innovación es un aspecto que tiene que ver mucho con la estrategia empresarial también tiene que ver con el sistema de decisión de inversión, con objetos de para desarrollo de productos o para la mejora de la eficacia.

La teoría de la organización industrial escrita por Tirole en el año 1995 hace referencia a la innovación como significado de una posición competitiva ante otras organizaciones, habla de tienen que innovar para defender tanto como su posición así como para buscar otras ventajas competitivas en el mercado.

El autor LAM en el 2005 habla de la innovación de la organización trata acerca de todo lo que pasa dentro de la estructura organizativa, habla de procesos de aprendizaje de los involucrados, Y es la adaptación a los cambios en la tecnología y el entorno institucional y de los mercados, la organización de una empresa puede incidir en la eficacia de sus actividades innovadoras dado que alguna de estas estructuras organizativas se adaptan mejor a determinados entornos.

La teoría de comercialización propuesta por Hunt, se centra en el Comportamiento del consumidor, En los intercambios del mercado entre compradores y vendedores y en la normativa, Las empresas hacen un frente al difícil desafío de adaptar sus productos a la difícil y compleja demanda, uno de los factores importantes es que la misma diversidad de los consumidores implica que la diferenciación del producto es a menudo tan básico para captar la demanda como para el desarrollo de productos nuevos.

Los acercamientos evolutivos hechos por Nelson y Winter hablan el que la innovación es un proceso de trayectoria dependiente en el cual transcurre un desarrollo en el conocimiento y la tecnología mediante la interacción entre los diversos agentes y otros factores, la estructura de esta interacción afecta al itinerario futuro del cambio económico como la demanda del mercado y las oportunidades de comercialización influyen en los productos que se desarrollan y en las tecnologías que triunfan.

Para Drucker, la empresa sólo tiene un Objetivo: crear clientes. Sus reflexiones apuntaron principalmente hacia la Dirección de las empresas, que si se realiza correctamente, produce progreso económico y armonía social. Para lograr esa correcta Dirección es necesario que toda la actividad sea conducida por Organizaciones capaces de encauzar los logros de la Sociedad del Conocimiento, para lograr éxito en las tareas del día a día de las actividades productivas.

Drucker no siempre asoció la Innovación a la producción de cosas, en su pensamiento, eso era constreñir a límites reducidos este gran concepto. Recalcó en muchos de sus trabajos que la innovación es un asunto de disciplina sistemática, organizada y rigurosa. El logro de una actitud más que de una actividad. Y esta actitud debe ser la de abandonar lo de ayer, en vez de defenderlo.

Menuda tarea para los empresarios aferrados a las fórmulas que en el pasado les permitieron obtener ventajas competitivas mediante innovaciones que los hicieron mantenerse a la cabeza durante cierto tiempo, para lograrlo, el empresario debe mantenerse alerta a los cambios que se producen, dentro y fuera de la empresa. Observar el entorno, vigilando siempre lo que

está sucediendo con la tecnología y la competencia: esto le permitirá reaccionar a tiempo para no verse rebasado. Para Drucker, existen dos áreas o Fuentes de Innovación en las que el empresario debe prestar suma atención, los cuales son, lo que sucede dentro de la empresa y lo que sucede fuera de la empresa.

Por último, Drucker esbozó los Principios elementales de la Innovación, la innovación sistemática comienza con el análisis de las Oportunidades. Los innovadores deben salir, preguntar, observar, escuchar lo que el entorno tiene que decirles. Los Innovadores, usando todo su potencial mental, estudian las expectativas de los potenciales consumidores de la innovación que planean. La innovación debe ser simple. Así se garantiza su efectividad. La innovación efectiva tiene que comenzar siendo pequeña y enfocada, o puede llegar a confundir al consumidor. La Innovación debe tener como meta convertirse en la Norma de dicta la pauta. No importa si logra desde el principio un gran éxito económico o si sus resultados son modestos... para empezar. La innovación es esfuerzo, más que genialidad. Si creemos que para innovar debemos tener la mente de Einstein, ya podremos sentarnos a esperar.

6.3 Marco conceptual

La innovación se ha convertido en una de las competencias clave para las empresas y en la forma de hacer frente al entorno cambiante que las rodea. apostamos para que estas competencia deje de estar presente únicamente en los departamentos de innovación para pasar a integrarse en todos los niveles de la organización.

para llegar a ser una empresa consolidada dentro de un mercado existe una competencia fuerte frente las organizaciones, una es la innovación, en este tema, se sabe que existe una lucha, para ver quien hace mejor las tareas, y todas las empresas se preparan para adecuar correctamente la innovación, así que esta investigación abordaremos temas de qué departamentos son una lucha para la innovación.

El primer tema es la innovación empresarial, este tema dejará un panorama más amplio para dar inicio con el marco. La innovación es una mejora en la actividad empresarial mediante cambios de modelos de negocio, de procesos, de organización, de productos o de comercialización para hacer el negocio más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado.

Innovar en tus productos y servicios significa cambiar el enfoque, solucionar mejor un problema, o aportar nuevas soluciones que no existían hasta ahora. Aportar más valor al cliente, en definitiva, para distinguirnos de la competencia en algún aspecto que nos permita ganar una mayor cuota de mercado.

La innovación implica por tanto conocer el mercado, saber qué es lo que necesita y está demandando el cliente, pero que actualmente no se le está ofreciendo. No es posible conocer el mercado sin una investigación basada en datos y, cada vez más, en herramientas tecnológicas. Muchas veces, la innovación camina paralelamente a la mejora de las tecnologías y herramientas que usamos para satisfacer las demandas de los consumidores.

La innovación debe ser nueva para el establecimiento. No es necesario que el establecimiento sea el primero en introducir el proceso. No importa que la innovación haya sido desarrollada por su establecimiento o por otro establecimiento. Los simples cambios de organización o de gestión no deben incluirse.

dentro de una organización existen muchos tipos de innovación que se puede proyectar para hacerle una competencia a los rivales, una de ellas sería innovación de producto o servicio consiste en la introducción en el mercado de un bien o un servicio nuevo o sensiblemente mejorado con respecto a sus características básicas, especificaciones técnicas, software incorporado y otros componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones.

otro departamento de innovar en la organización sería, la innovación de proceso consiste en la implantación en el establecimiento de una tecnología de producción nueva o sensiblemente mejorada, así como de métodos nuevos o sensiblemente mejorados de suministro de servicios y de entrega de productos. El resultado debe ser significativo con respecto al nivel del volumen de producción, la calidad de los productos (bienes o servicios) o los costes de producción y distribución.

La innovación debe ser nueva para el establecimiento. No es necesario que el establecimiento sea el primero en introducir el proceso. No importa que la innovación haya sido desarrollada por su establecimiento o por otro establecimiento. Los simples cambios de organización o de gestión no deben incluirse.

otro tema que es importante para innovar es el marketing, y es para bien ya que las personas día a día estamos en contacto con este punto, donde aquí muchas empresas sacan un beneficio importante, y es que si adecuan correctamente el marketing, puede que en un determinado entorno, construya una competencia hacia su favor.

Innovación en Marketing es la implementación de un nuevo método de comercialización que se caracteriza por importantes mejoras en el diseño del producto o en su envase, presentación o política de posicionamiento, promoción o precio, siempre que sea utilizado por primera vez por la empresa.

Una innovación organizativa, consiste en la implementación de nuevos métodos organizativos en el funcionamiento interno de su establecimiento (incluyendo métodos/sistemas de gestión del conocimiento), en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas que no han sido utilizadas previamente por su establecimiento. Debe ser el resultado de decisiones estratégicas. Excluye fusiones o adquisiciones, aunque estas supongan una novedad organizativa.

La innovación tecnológica es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario, innovación Tecnológica debe contribuir gestionando con eficiencia (gestión de los recursos) y eficacia (consecución de los objetivos), a conseguir un País Innovador, Científica y Tecnológicamente avanzado, dotado de las capacidades necesarias para inventar su propio futuro sobre las bases de la sostenibilidad en una Sociedad con un renovado espíritu emprendedor y basada en el conocimiento como motor del desarrollo.

Innovar consiste en implementar cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la compañía con el propósito de mejorar los resultados mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología

