

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología
ULACIT

Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial
Licenciatura en Administración de Negocios.
Seminario de Graduación

Profesor:
MBA César Pablo Enríquez Caruzo.

Metodología:
Artículo Científico

“La innovación como factor de excelencia empresarial”

Alumno:
Mauricio Paniagua González

II Cuatrimestre 2006.

Palabras Claves

Innovación, Desarrollo Empresarial, Investigación, Tecnología, Mejoramiento Continuo.

RESUMEN

Este documento pretende dirigir a empresarios, accionistas, gerentes, colaboradores a innovar; con el objetivo de establecer compromiso, orden, constancia, dinamismo, conjuntamente describir el propósito de la innovación en cuanto al mejoramiento de la calidad, crecimiento y poder corporativo, además se pretende hacer conciencia a todos los sectores productivos nacionales en corregir la forma de efectuar sus actividades diarias, y así obtener no solo premios a la excelencia , si no también un valor agregado o beneficio, en cuanto al logro de objetivos y metas de una manera más efectiva.

Word Keys

Innovation, Business Development, Investigation, Technology, Continuous Improvement.

ABSTRACT

This document tries to direct to industrialists, shareholders, managers and collaborator to innovate; with the objective to establish commitment, order, certainty, dynamism, jointly to describe the intention of the innovation as far as the improvement of the quality, growth and corporative power, in addition he tries himself to make conscience to all the national productive sectors in correcting the form to carry out his daily activities, and thus to obtain not only prizes to the excellence, if not also a added value or benefit, as far as the profit of objectives and goals of one more a more effective way.

“La innovación como factor de excelencia empresarial”

Por: Mauricio Paniagua G.

Actualmente nos encontramos ante un entorno empresarial cada día más competitivo, en donde los mercados experimentan constantes cambios y el consumidor se muestra más exigente y selectivo. En la realidad el hacer negocios no es tarea fácil, en el se involucran muchos elementos, los cuales deben de estar en un persistente cambio con el objetivo de aumentar la efectividad y poder sobrevivir en un mercado tan complejo y dinámico.

Las empresas en la actualidad se tuvieron que dar a la tarea, de hacer un análisis del entorno externo e interno del comercio con el propósito de identificar cuales elementos representan una ventaja sobre su más cercano competidor, esto con la visión no solo de ser eficientes en todos sus procesos, sino de encontrar la manera de recurrir a nuevos recursos o bien demandar a los ya utilizados, pero de una forma más racional y efectiva.

Es evidente que la innovación ha contribuido a mejorar el éxito empresarial, más compañías alrededor del mundo invierten grandes sumas de dinero en investigaciones y desarrollo, con el propósito de incrementar sus ingresos, mejorar sus sistemas informáticos, procesos de producción, tecnología, estabilidad económica, competitividad global, bienestar de los empleados y del cliente.

La empresa costarricense hoy debe de ampliar su perspectiva y proyección; ya que, al firmarse un Tratado de Libre Comercio con una de las potencias mundiales (Estados Unidos); estas organizaciones deben de crear una estrategia que les permita sobrevivir en el mercado; ya que, empresas extranjeras con amplios conocimientos y experiencia llegaran al país, además buscaran el modo de suprimir y causar una amenaza a aquellas corporaciones que no tengan la capacidad de innovar la forma de hacer las cosas.

La implementación de ideas creativas y novedosas, es una estrategia de negocios que con el tiempo a ganado terreno y sobre todo ha permitido efectuar cambios considerables, en el modo de hacer las cosas, esto ha ayudado a tener una visión futurista, y dejar de lado lo obsoleto y así obtener una ventaja competitiva en cuanto a costos de manufactura y una ventaja en calidad y precio. Es importante destacar que este planeamiento estratégico es aplicado en todas las empresas, sean de comercio, industria, servicios, pequeño mediano o gran tamaño; para esto ya no existe ninguna barrera u obstáculo, que impida el desarrollo profesional de las compañías de hoy.

La innovación es vista por unos como un factor amenazante, debido a su grado de incertidumbre, asimismo los gerentes evitan innovar por el miedo al fracaso o simplemente por el riesgo al invertir. El innovar involucra muchos elementos tales como el mercado y su aceptación por parte del consumidor, el proceso de gestión y dirección, la capacidad económica con la que cuenta las organizaciones, el análisis técnico que requiere para implementarlo. Estos son unos de los tantos factores que deben de analizar los gerentes, y demás miembros que constituyen la estructura empresarial; ya que; si no son bien evaluados y estudiados, la compañía puede incurrir en una amenazante inversión que puede ocasionar grandes pérdidas económicas, y tener que incurrir en el cierre de sus operaciones. Con el propósito de cambiar esta mentalidad, se tratará de informar y convencer a la gerencia de la importancia del mejoramiento continuo en cuanto a tecnología e innovación, por consiguiente se pretende construir una guía que permita orientar a los empresarios a la hora de innovar, con el fin de que puedan diseñar planeamientos estratégicos eficientes y amplíen su desarrollo competitivo.

La guía pretende dirigir a empresarios, accionistas, gerentes, colaboradores a innovar; con el objetivo de establecer compromiso, orden, constancia, dinamismo, conjuntamente describir el propósito de la innovación en cuanto al mejoramiento de la calidad, crecimiento y poder corporativo, además se pretende hacer conciencia a todos los sectores productivos nacionales en corregir la forma de efectuar sus actividades diarias, y así obtener no solo premios a la excelencia , si

no también un valor agregado o beneficio, en cuanto al logro de objetivos y metas de una manera más efectiva.

Hoy todos hablan de nuevos adelantos en la ciencia y la tecnología, por lo general está en las noticias televisivas, periódicos, revistas y hasta nosotros en algún momento hemos hecho referencia. Pero ¿Qué es realmente la innovación?

“una mentalidad, una actitud penetrante o una forma de pensar que se enfoca más allá del presente, en el futuro” (Kuczmarski, 1997). Se puede plantear que es el nacimiento de nuevas ideas y pensamientos que salen a la luz, con el objetivo de ser desarrolladas y aplicadas para obtener resultados más efectivos en el ámbito corporativo. En las organizaciones de hoy, el descubrir nuevas cosas está estrechamente relacionado con las necesidades de los empleados y por los deseos de buscar más facilidades para poder cumplir las actividades diarias y sentirse satisfechos a nivel individual y laboral.

Robbins y Coulter (2005) afirma que la innovación es “el proceso que consiste en tomar una idea creativa y convertirla en un producto, servicio o método de operación útil”. Es primordial destacar que cuando se habla de innovación, no se habla sólo en un sentido estricto de producto/servicio, sino también en un sentido mucho más extenso que abarca muchos términos empresariales como estrategia, procesos, sistemas, herramientas y técnicas.

“la creatividad es una disposición que existe, potencialmente, en todos los individuos y a todas las edades, para resolver problemas en una forma novedosa y apropiada” (Oropeza, 1994). Es primordial destacar de que sin creatividad no hay innovación, esta sólo se puede ver en la destreza de las personas dentro de la empresa, los cuales combinan sus ideas, conocimientos y experiencia y transforman una idea en algo que ve hacia el futuro.

Tomando en cuenta los aportes de Kuczmarski, Oropeza, Robbins y Coulter, se puede determinar que el innovar nace de la expresión creativa de nuevas ideas, las cuales debe influir eficientemente en la forma de hacer cualquier actividad, como por ejemplo, mejorando un producto o abriendo una nueva vía para abordar

un proceso, en un nuevo enfoque de "marketing", en el mejoramiento ergonómico, y hasta un nuevo modo de llevar a cabo la capacitación del personal.

Escorsa y Maspons (2001) manifiestan que "la actividad innovadora constituye efectivamente, con el capital humano (es decir, el trabajo calificado), uno de los principales factores que determinan las ventajas comparativas de las economías industriales avanzadas". Por ventaja comparativa se entiende, las características que poseen un producto o servicio que le da cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos, entre los cuales principalmente sobresale la característica que lo distinguen, su precio y durabilidad.

El gran objetivo de la innovación es crear ventajas en costos, mano de obra, materias primas, infraestructura y capital, generar beneficios cuantitativos como la riqueza y cualitativos tales como el estímulo y compromiso. Estos solo se pueden adquirir si se invierte en investigación y desarrollo, esto quiere decir que se debe componer un estudio que determine que sectores de la compañía requieren un cambio, en que momento realizarlo, como efectuarlo y tener claro el objetivo por el cual se creo.

En una entrevista realizada al Señor Gustavo Muñoz Montoya (Consultor. Cámara de Industrias de Costa) menciona que: "las innovaciones se clasifican como parciales y radicales; además las mismas tiene un cierto riesgo, y este será creciente en función del impacto, la importancia o el sector que se desea innovar". Si simplemente se están buscando mejoras parciales con respecto a lo existente, los peligros y el esfuerzo serán menores. Si la innovación es de tipo radical, como por ejemplo se está intentando reinventar un sector, las eventualidades y brío pueden ser mayores. De esta manera observamos que suele haber un equilibrio entre incertidumbre, energía proyectada y resultados obtenidos.

Es habitual escuchar comentarios como "yo tengo presupuesto para innovar" pero ¿Están en real disposición y compromiso de hacerlo? Otros dicen que "nuestra empresa es pequeña para eso". Si se analizan estos comentarios se puede concluir de que son errados, se ha de tener en cuenta que la innovación no es sólo para

instituciones reconocidas, de gran capital o posicionadas; ya que, estas iniciaron sus primeros pasos siendo infantas y hoy han llegado donde están, entre otras cosas, por su perspectiva innovadora.

La mayoría de las organizaciones se cuestionan ¿Cómo innovar de una forma en que no este en riesgo mi capital, compañía, empleados, y como evitar el fracaso a la hora de implementarlo? Principalmente esta es la interrogante que se desea desarrollar.

Para comprender más a fondo la innovación, la empresa en la actual economía busca ser diferente a los competidores más cercanos, es por esa razón que el gerente y todos los miembros de la estructura organizacional buscan proyectar mejoras constantes y que las mismas se den lo más pronto posible, debido a que el ciclo de vida de un producto se acorta cada vez más rápido, a razón a que los consumidores son más exigentes, la competencia aumenta dramáticamente a raíz del fenómeno de la globalización, la tecnología avanza a pasos agigantados. Para adquirir éxito una organización debe de ser capaz de buscar la forma de ser mejor cada día, por medio de la implementación de nuevas estrategias de desarrollo y mejora continua, con el fin de no sólo bajar costo, sino de obtener el máximo aprovechamiento de los recursos y buscar la eficiencia.

El verdadero desafío de la innovación es identificar que área de la compañía necesita el cambio, como efectuarlo, y también muy importante quien debe hacerlo. Para efectuar cualquier tipo de idea se debe de tener, no sólo compromiso por parte de la alta gerencia, sino también alguien que lidere ese cambio, que lo organice, dirija, controle y evalúe.

El proceso innovador como tal debe de crear beneficios reales en cuanto a satisfacción de las necesidades del consumidor, manufactura de un nuevo producto, servicio o proceso introducidos en el mercado, o bien la reforma de los ya existentes. Existen por lo tanto, básicamente innovaciones en bienes de consumo o asistencias al público los cuales habitualmente son de carácter tecnológico.

Por otra parte existe la innovación en procesos, divididos en tecnológicos y en organizacionales. Los relacionados con la tecnología están directamente enlazados con la forma de producción, específicamente en la búsqueda del aumento en la productividad total. Los de índole organizacional están ligados concretamente a cambios estructurales de la organización, conjuntamente busca la eficiencia y eficacia de las diferentes áreas de la empresa, tales como mercadeo, ventas, finanzas, recursos humanos, entre otros. Las innovaciones relacionadas directamente con el ambiente busca efectuar cambios en cuanto a la conducta de las personas y su estructura organizativa, los cuales normalmente son los más tardíos y complejos de realizar.

Como es de esperar "las innovaciones no son aceptadas por todos los consumidores de la misma manera. Algunos las aceptan muy rápidamente, mientras que otros lo harán de manera muy lenta dependiendo de una serie de variables personales, actitudes, valores, aspectos económicos y demográficos" (Arellano R, 2002). En síntesis se puede afirmar, que la innovación es un elemento utilizado por personas emprendedoras, valientes, con una visión futuristas, ingeniosa, anuentes al cambio y con un conocimiento amplio, el cual a dejado de lado su temor y riesgo, además convierte una idea en un gran beneficio en cuanto a satisfacción del consumidor y crecimiento empresarial.

Uno de los mayores acontecimientos en la historia del mundo ha sido el impulsado por La Revolución Industrial; ya que, este fenómeno apresuró la forma de vida, la manufactura de la época y hasta transformó todas las actividades económicas y empresariales en un movimiento más intenso, esencialmente en los hábitos de consumo de bienes y servicios técnicos. Como un proceso natural, surgieron vinculadamente las empresas dedicadas a la industrialización y el comercio, debido a las necesidades del consumidor de la época. En un principio el propósito de este periodo en la historia fue producir en mayores proporciones en cuanto a productos, pero luego el hombre fue suplantado por el potencial de la maquinaria (vapor, carbón, petróleo, etc.); seguidamente, fueron otros los elementos tales como calidad y seguridad, los cuales motivaron nuevas ideas en cuanto a sistemas de fabricación y productos.

En las últimas décadas han surgido nuevos principios y técnicas, para mejorar los procesos y la competitividad organizacional, los adelantos se han enfocado en la manufactura a gran escala, mejorando características del producto, sin dejar de lado los costos y la calidad; entre los más conocidos están: Principio de la Administración de la Calidad (TQM), el cual tiene una proyección a la gestión de la información con el propósito de crear planificaciones estratégicas eficientes que proyecten complacencia de las necesidades del consumidor. Los fundamentos para la excelencia, EFQM, esta orientación para la adquisición de resultados basándose en el desarrollo e implementación de mejoras en cuanto a innovación en el fin de mejorar los procesos productivos de la organización. Los ISO se enfocan en los procesos y en los sistemas de gestión, permitiendo un enfoque más claro para la toma de decisiones y brindando mejora continua. Las mejoras se han enfocado a producir más, a mejorar las características de los productos, a maximizar los recursos disponibles, en general, a que los productos sean de mayor calidad, más seguros y ajustables a las necesidades del consumidor.

Muñoz (2006, Entrevista) “por medio de la innovación y tecnología las organizaciones promueven y se adaptan al cambio. Las organizaciones excelentes buscan aprovechar el aprendizaje para crear innovación y oportunidades de mejorar, establecen sistemas para controlar y coordinar la innovación en toda la organización, desarrollan procesos de diseño de productos y servicios y logran mejoras innovadoras en los procesos, al tiempo que velan por mantenerse al tanto de los cambios tecnológicos”

GUÍA PARA UNA INNOVACIÓN EFICIENTE

Para proyectar y poner en marcha una idea creativa es necesario identificar y comprender que es un proceso que envuelve elementos tales como la organización, identificación, liderazgo, toma de decisiones y evaluación.

1. Organizar para innovar:

Este es el primer paso que hay que cumplir para emprender una innovación exitosa, en ella se debe de describir basándose en conocimientos teóricos y utilizando el método científico al igual que oportunidades reales, con los cuales la empresa cuenta. Es posible que se demore un tiempo haciendo el análisis y el estudio de los datos relacionados a la innovación que se desea implementar, específicamente con la forma en que se llevará a cabo, este proceso se puede realizar mediante la creación de una estructura que explique la importancia, el objetivo o la meta que se desea alcanzar, ya sea en un proceso, producto o servicio.

En esta descripción debe de incluir aspectos tales como:

1. Organice sus ideas y formule los objetivos y metas que desea obtener.
2. Elabore una base de datos que contenga información teórica y práctica relacionada con tecnología, innovaciones recientes y similares, herramientas y técnicas a las que pueda recurrir.
3. Defina claramente las áreas y las personas que involucrará en el proceso, en ellas se describe el papel a seguir por cada participante y su responsabilidad.
4. Determine las principales políticas, procedimientos, reglamentos, establecimiento de objetivos, planes de ayuda, y análisis de recursos disponibles, además incentivos a los empleados vinculados, periodos capacitación entre otros.
5. Identifique los socios estratégicos que más le favorecen (proveedores).
6. Evalúe la efectividad y el impacto causado.

2. Identificación:

Para planificar un proceso innovador y para que el mismo sea exitoso se debe identificar que tipo de innovación se desea cometer, con base en esto se plantea una proyección eficiente.

2.1 Productos o servicios:

Cuando se desea innovar en estas dos áreas, es necesario describir claramente el sistema que se va a efectuar, el cual debe ser respaldado por medio de hechos concretos y reales, que el diseño del bien o servicio va a satisfacer los requisitos y las necesidades de los clientes.

En esta descripción es importante tomar en cuenta aspectos tales como:

1. Efectuar un análisis que permita identificar el verdadero criterio del cliente, en donde se demuestre por medio de encuestas, pruebas piloto, y otras herramientas el grado de conformidad del consumidor.
2. Recolectar la información y así formar una base de datos que permita tener a la mano los diferentes aportes y nuevas ideas. Esta recopilación permitirá realizar un diseño de un bien o servicio que llene todas las expectativas del consumidor.
3. Tomar en cuenta los gustos, preferencias cambiantes y exigencias del consumidor actual.
4. Evalúe y perfeccione lo creado con el fin de posicionarse en el mercado.

Es indispensable demostrar que las nuevas ideas están generando un beneficio para la empresa e individualmente, es por esa razón que es indispensable que se evalúen eficiencia y eficacia con la que cuenta la innovación del producto y servicio. Es necesario describir como la creación y ejecución, de estos innovadores procesos pueden mejorar aspectos tales como tiempo, costos y productividad. Es importante que se analice cual tecnología se adapta y se adecua a las condiciones de la empresa y a lo que se dedica, por consiguiente es importante verificar la velocidad de aceptación con la que cuenta el nuevo diseño, anticipar los posibles

problemas en deficiencia y retrasos, y cuantificar el incremento de la empresa en cuanto a desarrollo.

2.2 Tecnología y ergonomía

Cuando se desea realizar una innovación tecnológica es necesario examinar aspectos relacionados con la actualización sobre adelantos tecnológicos, así como la forma en que se beneficiará la empresa en la práctica de los mismos. Es primordial establecer la frecuencia con la que se incorporan nuevos adelantos tecnológicos a la compañía, y que impacto positivo o negativo (si existe) ha causado empresarialmente. Es primordial estudiar elementos tales como:

1. Confiabilidad de la base de datos donde se obtiene, la información de los principales adelantos tecnológicos que se pueden aplicar al producto, servicio o proceso.
2. Estudios que permitan garantizar que se han tomado en cuenta todas las variables relevantes, para decidir cuando implementar un adelanto tecnológico, que se adecua con las características que posee la empresa.
3. Mejorar el dialogo empresarial con el propósito de que se compartan los nuevos conocimientos, destrezas e ideas, para ser aplicadas de una forma más eficiente y utilizar la creatividad que posee todos los miembros de la organización.

Es recomendable construir un modelo conceptual y una metodología de implantación para la gestión de la innovación tecnológica, dicho modelo debe facilitar una mayor dinámica entre la estrategia del negocio (lanzamientos de nuevas ideas) y la definición de la estrategia de incorporación o ejecución.

Para crear nuevos modelos organizativos para innovar de una manera eficiente se recomienda:

- ❖ Identificar negocios y actividades empresariales.
- ❖ Desarrollar estrategias tecnológicas para la innovación basada en el conocimiento y la experiencia.
- ❖ Identificar y concentrar esfuerzos en tecnologías de punta y, al mismo tiempo, seguir de cerca la evolución de las tecnologías incipientes y emergentes.
- ❖ Organizarse para la Innovación
- ❖ Adquirir de forma eficiente la Tecnología. (orientar la adquisición de la tecnología a la implantación).
- ❖ Realizar un proceso de vigilancia y una prospectiva tecnológica para a partir de ahí, poder focalizar las áreas más importantes de la organización.
- ❖ Identificar y concentrar esfuerzos en tecnologías clave, y además seguir la evolución que están llevando tanto, las tecnologías emergentes como las incipientes.
- ❖ Realizar una planificación, tanto de cara a la posible adquisición de nueva tecnología, así como a la realización de una planificación de producto.
- ❖ Plantear una organización orientada hacia la innovación, y en la que se pueda gestionar de manera eficaz y eficiente, el proceso de innovación sistemática de procesos productivos, así como el de desarrollo de nuevos productos.
- ❖ Implantar métodos a partir de los cuales podamos medir la capacidad innovadora de la empresa.
- ❖ Realizar y plantear nuevas actividades empresariales.

3. Liderazgo:

Es primordial tomar en cuenta la selección y análisis de datos e indicadores de innovación y tecnología, de este resumen de datos depende el éxito o fracaso; pero no sólo es la información si no que hacemos con ella. En toda implementación de una nueva idea se necesita una persona que guíe; Robbins y Culter (2005)

mencionan que el líder “pose autoridad gerencial e influye en un grupo para orientarlo hacia el logro de los objetivos”.

La experiencia, conocimiento y visión de la persona responsable es de suma importancia ya que esta en sus manos:

1. Recopilar datos que permita la toma de decisiones diarias y efectivas.
2. Análisis y uso efectivo de los antecedentes para apoyar la planificación y revisiones del desempeño.
3. Evaluación del impacto positivo o perjudicial de la innovación (FODA).
4. Definir y establecer las técnicas, herramientas y métodos que permitan mejorar y resolver posibles deficiencias e inconsistencias.

4. Procesos de toma de decisiones

Este elemento es primordial para la administración efectiva de una empresa, el conocimiento que poseen las personas que la constituye se materializa, y se hace útil en las determinaciones y en la resolución de problemas.

En este proceso intervienen diferentes factores como por ejemplo la información, el conocimiento y el modo en que se desarrolla este proceso. Esto quiere decir que la persona que lidera la innovación, debe disponer de los datos necesarios con el fin de utilizarlos en el proceso de toma de decisiones, además el guía debe contar con el discernimiento preciso, personas, reglas, o criterios, entre otros elementos. Basado en la experiencia y destrezas del líder el mismo deberá tomar decisiones, comparando el objetivo perseguido y la meta que se desea alcanzar, y extraer las conclusiones que ayuden a mejorar las medidas futuras en innovación y desarrollo.

El cambio cultural y los nuevos valores de distribución, son un factor clave en el éxito empresaria, Robins y Coulter (2005) definen el compromiso como, “la orientación de un empleado hacia la organización en cuanto a su lealtad, identificación y participación en la organización” es de suma importancia ya que la

misma influye en la toma de decisiones y esencialmente en la innovación de productos, procesos y mercados.

La toma de decisión es fundamental al implementar la innovación debido a que determinará la dirección de la empresa, al igual que el éxito o el fracaso de la misma. En cualquier caso son las personas que forman la organización las que deben decidir que, como y cuando cambiar.

5. Evaluación:

En esta área se demuestran los resultados obtenidos en el desempeño alcanzado por la empresa, la gestión de innovación y tecnología y su impacto en la productividad y eficiencia. La entrega de los resultados debe basarse en relación al:

1. Progreso en cuanto a desempeño laboral tomando en cuenta efectividad, eficacia, tiempo, costo, rendimiento.
2. Avances alcanzados en el mejoramiento de la innovación, tecnología y en proporción del beneficio adquirido por la compañía.
3. Ventajas obtenidas en comparación a competidores más cercanos.

Es recomendable que realice pruebas piloto que le permitan arriesgar en menores proporciones, esto le permitirá hacer una evaluación de los aspectos que sólo analizo en la teoría y no en la práctica, es probable que tenga que corregir y ajustar detalles, y en algunos casos reconsiderar el proyecto.

Cuando el proyecto innovador este en marcha, no olvide continuamente la evaluación y utilice herramientas de medición que le permitan identificar las principales mejoras que su proyecto necesita, si por alguna razón fracasa no baje la cabeza devuélvase al primer paso y analice que le falta y retome las riendas de su ideal con más entusiasmo, recuerde que si su plan tiene gran éxito no olvide buscar la posibilidad de la protección de la propiedad intelectual, consulte con

expertos en la materia los trámites que debe hacer con el objetivo de que su más cercano competidor no copie su idea la cual con arduo trabajo alcanzo.

Costa Rica y su conocimiento sobre innovación

Es evidente que la innovación determina el crecimiento y el desarrollo económico de un país, pero entre las principales limitantes que presentan las compañías nacionales están los recursos económicos, muchas pequeñas y medianas empresas no cuentan con el capital y los recursos necesarios para implementar una idea efectiva y buscan la opción de imitar a la competencia lo cual no les está generando ventajas competitivas o comparativas.

Costa Rica al parecer está tomando medidas para mejorar en cuanto a ciencia, tecnología y desarrollo y esto se puede demostrar en la propuesta planteada por Franklin Chang, Alejandro Cruz y Gabriel Macaya la cual denominaron "Estrategia siglo XXI" la cual busca el perfeccionamiento de la empresa costarricense.

Es de esperar que las empresas costarricenses busquen la manera de implementar bienes y servicios que se adapten a los gustos y preferencias del consumidor los cuales cada día son más exigentes, además buscar la forma de invertir en tecnología y desarrollo con el propósito de hacerle frente a un mercado tan complejo. El ser innovador conlleva muchos beneficios entre ellos la mejor utilización de los recursos disponibles, ser más eficientes en todas las actividades diarias, ayuda al incremento de la calidad, obtener ventaja sobre su más cercano competidor.

En Costa Rica existen organizaciones que fomentan y promueven la innovación entre las cuales se pueden mencionar:

RED IBEROAMERICANA DE CENTROS: el propósito u objetivo de esta entidad es "Potenciar la innovación para mejorar la competitividad de las empresas, centros de investigación y desarrollo y otras organizaciones Iberoamericanas en un marco de desarrollo sostenible.

Lograr una competitividad, entendida como la capacidad para desempeñarse igual o mejor que las entidades homólogas y considerando como marco de referencia las prácticas internacionales, es una condición necesaria en un ambiente que, como cuadro general, se caracteriza por la globalización y tener a la innovación como uno de sus motores principales". (www.innred.org/)

INNOVARE: es una institución que brinda un programa de capacitación con el propósito de ayudar a las compañías a mejorar su capacidad para innovar, esta entidad tiene un programa llamado "**CAMINO A LA INNOVACIÓN**" el cual "Es un programa de capacitación virtual (e-Learning) de 12 horas que introduce a los ejecutivos en el mundo de la innovación y su impacto en la competitividad de la empresa. Les permite a los estudiantes descubrir que este elemento no es una alternativa, sino una estrategia de supervivencia. Hace énfasis en que el innovar, es un conjunto de habilidades y conocimientos capaces de ser aprendidos, aplicado y gestionados en todas las áreas de una organización. Incluye herramientas prácticas que motivan a explorar ideas de nuevos mercados, productos y procesos para corregir el desempeño de la organización". (quieroinnovar.com/blog/?p=1)

PROINNOVA: "es la unidad de gestión y transferencia del conocimiento para la innovación de la Universidad de Costa Rica que apoya el conocimiento y busca formas de protegerlo por medio de propiedad intelectual y realiza el licenciamiento". (www.vinculacion.ucr.ac.cr)

CÁMARA DE INDUSTRIAS DE COSTA RICA: otorga un reconocimiento llamado Premio a la Excelencia, el cual ha animado a grandes y pequeñas empresas a ser evaluadas, y poder hacer reflexión sobre sus técnicas de gestión y a desarrollar nuevas prácticas de trabajo, para que las ideas se conviertan en innovaciones apropiadas.

El Premio y el Programa a La Excelencia, es un proceso el cual busca mejorar en forma integral el desempeño de las organizaciones. Al participar, las empresas son autoevaluadas accediéndole no sólo conocer su situación actual en cuanto a competitividad, sino asimismo identificar oportunidades de progreso e

implementación de planes de acción que permitan renovar en relación a desempeño y productividad.

El Premio y el Programa a La Excelencia, fue creado con el fin de poder orientar a las organizaciones a optimizar su producción y crecimiento, además reconoce los logros alcanzados y pretende seguir estimulando la mejora continua de las compañías nacionales, a través del intercambio de destrezas y habilidades, la utilización de herramientas y técnicas actuales de gestión organizacional que buscan la excelencia empresarial.

Gustavo Muñoz, consultor de La Cámara de Industrias de Costa Rica, manifiesta que "el factor económico es uno de los principales impedimentos que tienen las pequeñas empresas para desarrollar sus técnicas de gestión y que las compañías grandes necesitan liderazgo empresarial para poder innovar eficientemente. Además plantea que para conseguir una innovación, hacen falta muchas ideas, mucho entusiasmo y pasión por lo que se hace. Hace falta una cultura empresarial que sea inculcada desde niños y fomentar la creatividad desde edades tempranas, con el fin que estas nuevas ideas traigan grandes beneficios"

El premio, "que fue creado en 1997, ha evaluado los modelos empresariales actuales y la gestión de la innovación y ha desarrollado un enfoque para ayudar a las pequeñas y grandes empresas a que mejoren sus técnicas en las diferentes niveles generales de innovación" (Muñoz, 2006).

Los consultores realizan una evaluación de todas las áreas empresariales que puedan tener un impacto sobre la innovación, desde la estrategia en cuanto a procesos hasta los colaboradores, la cultura y los recursos financieros. Esta evaluación hace posible que las compañías, tengan la oportunidad de mejorar los departamentos que así lo requieren y vean los pasos que tienen que dar para aplicar una mejor práctica de gestión e innovación.

Muchas compañías nacionales confirman, las muchas ventajas que proporcionan al participar en un premio a la excelencia empresarial; ya que, ayuda a promover

procedimientos claros de gestión de la innovación, colabora con las empresas a centrarse en sus operaciones, recomiendan nuevas formas de realizar todas las actividades, además puede favorecer a mejorar la comunicación interna con el objetivo de obtener las ideas creativas por parte de todos.

En Costa Rica La Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología "ULACIT" se ha preocupado por aportar en esta área de innovación y desarrollo, gracias a la entrevista realiza al Señor Gabriel Leandro (Director e Investigador del Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial) se pudo determinar que la participación de dicha universidad inicio en el periodo 2004-2005 en donde "el objetivo primordial de la universidad es fortalecer el vínculo con el sector productivo en donde los docentes y estimadores que son seleccionados para formar parte del grupo de evaluadores del Premio a la Excelencia de la Cámara de Industrias de Costa Rica tengan la oportunidad de aprender y proyectar su experiencia y aprendizaje en las aulas"

Es muy importante la participación de esta universidad; ya que, al ser pionera esta buscado que el aprendizaje y la enseñanza de la educación superior se cada vez mejor, su interés es crear profesionales con grandes conocimientos, creativos y dinámicos con el propósito de hacerle frente al mundo tan cambiante de las ciencias empresariales.

En la innovación se requiere la ayuda de todos, es por eso que los gerentes deben de incluir a los demás, pedirle a cada miembro de la compañía que traiga una nueva idea, la cual sea innovadora y vea hacia el futuro. En la empresa donde trabajamos se encuentran mentes abiertas con grandes opiniones y creativas ideas para mejorar las actividades diarias de la organización, además este elemento de incluir a todos los empleados de la compañía causa altos grados de satisfacción, motivación y compromiso.

Cuando se realiza una innovación hay que romper barreras y obstáculos que se presentan, esto no es nada fácil pero es algo que con esfuerzo, interés y responsabilidad se puede lograr. Cuando se desea innovar un producto, servicio,

proceso o tecnología la empresa se debe basar en las condiciones en la que se encuentra, establecer el objetivo primordial con el fin de evitar poner en peligro su capital.

Cuando se innova no hay que pensar en grandes cosas, los emprendedores más exitosos, toman una idea y sólo la realizan mejor, la desarrollan o en algunos casos la transforma. En muchas ocasiones hay que abstenerse a innovar, en cierta medida el evitar la innovación produce beneficios; ya que, las cosas se deben de hacer en un periodo determinado.

El objetivo de la innovación y su implementación a nivel empresarial, tiene como propósito tomar ventaja de las mismas y mejorar en aspectos tales como eficiencia, eficacia, productividad, y desarrollo. Todo lo anterior únicamente se podrá lograr si se promueve la participación de los miembros de la compañía; ya que, son ellos, por medio de la lluvia de ideas, quienes promueven pensamientos creativos que ayudan a mejorar el rendimiento de la organización.

Para innovar hay que tomar en cuenta que este es un proceso de evaluación y continuidad, es un estudio y análisis del impacto, y la capacidad que tiene la empresa ante la innovación tecnológica, gracias a ese estudio se puede establecer que métodos incluir, desarrollar y aplicar.

Bibliografía

Arellano, R. (2002). Comportamiento del consumidor. México. D.F. McGraw-Hill, 2002

Bateman, T. y Snell, S. (2004). ADMINISTRACIÓN. *Una ventaja competitiva*. México. D.F. McGraw-Hill, 2004

Escorsa, P. y Maspons, R. (2001). De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva. Madrid, España. Person Educación S.A., 2001

Ferrell, O.C., Hartline, M. y Lucas, G. (2002). Estrategias de Marketing, 2002

Jiménez, L. (2005). "Manual del Surfista". El financiero. (San José, C.R) Edición 554.

Kuczarski, T. (1997). INNOVACIÓN. *Estrategia de liderazgo para lograr la ventaja competitiva*. Santa Fe Bogota, Colombia. McGraw-Hill, 1997.

Krugmnan, R. y Obstfeld, M. (2001). Economía Internacional. *Teoría y política*. Madrid, España. Person Education S.A., 2001

Modelo, P., Tovada, E. y Baruam, P. (2002). Ergonomía I. *Fundamentos*. México. D.F.: ALFAOMEGA GRUPO EDITORIAL S.A., 2002

Nueno, P. (2000). Compitiendo en el siglo XXI. *Como innovar con éxito*. Barcelona, España. Ediciones Gestión 2000, 2000

Oropeza, R. (1994). Creatividad e innovación empresarial. México. D.F. Panorama Editorial, 1994.

Porter, M. (1997). Ventaja Competitiva. *Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México. Compañía Editorial Continental S.A., 1997.

Porter, M. (2003). SER COMPETITIVO. *Nuevas oportunidades y conclusiones*. Barcelona. España. Ediciones Deusto.

Robbins, P. y Coulter, M. (2005). Administración. Prentice Hall INC.

Siegel, D. (2002). La empresa del futuro hoy. Satisfaga de una vez por todas las necesidades futuras de sus clientes. México. D.F. McGraw-Hill.

www.innred.org/ Documento Recuperado el 31 de Julio del 2006. 8:00 a.m.

www.quieroinnovar.com/ quieroinnovar.com/blog/?p=1 Documento recuperado el 30 de julio de 2006 9:00 p.m