

LA INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA EN BASE A LOS RECURSOS HUMANOS

INNOVATION AS A STRATEGY BASED ON HUMAN RESOURCES

Ana Isabel Pérez Molina

Doctora en Ingeniería Industrial. Máster Universitario en Ingeniería Textil. Ingeniería de Organización Industrial. Ingeniería Técnico Industrial, especialidad en Química Industrial. Profesora asociada de la Universitat Politècnica de València, España.

E-mail: anpemo@cio.upv.es

Recepción: 13/08/2019 **Aceptación:** 04/12/2019 **Publicación:** 13/12/2019

Citación sugerida:

Pérez Molina, A.I. (2019). La innovación como estrategia en base a los recursos humanos. *3C Tecnología. Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 8(4), 33-41. doi: <http://doi.org/10.17993/3ctecno/2019.v8n4e32.33-41>

RESUMEN

La innovación es fundamental para conseguir el éxito y la competitividad en cualquier empresa, y hace posible que ésta pueda responder a los cambios del entorno manteniendo una posición competitiva. El éxito al implantar una estrategia de innovación en una organización dependerá de varios factores: el ciclo económico, las cinco fuerzas de Porter, el mercado, etc. y sobre todo los recursos humanos de la empresa.

Cuando se pretende incluir la innovación como estrategia empresarial, los recursos humanos serán la clave para conseguirlo. La mezcla exacta de liderazgo, cultura, comportamiento organizativo, estructura jerárquica, etc. conllevará a considerar la innovación como la principal estrategia de la empresa.

PALABRAS CLAVE

Estrategia, Liderazgo, Cultura empresarial, Innovación.

ABSTRACT

Innovation is essential to achieve success and competitiveness in any company and makes it possible for it to respond to changes in the environment while maintaining a competitive position. Success in implementing an innovation strategy in an organization will depend on several factors: the economic cycle, Porter's five forces, the market, etc. and above all the human resources of the company.

When it is intended to include innovation as a business strategy, human resources will be the key to achieving it. The exact mix of leadership, culture, organizational behavior, hierarchical structure, etc. It will lead to consider innovation as the main strategy of the company.

KEYWORDS

Strategy, Leadership, Business Culture, Innovation.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente coexisten diversas estrategias empresariales: producto de mayor calidad, diferente, liderazgo en costes, rapidez en plazos de entrega, reducción de precios de venta, etc. Pero parece ser que queda aparcada una de las mejores estrategias existentes: “ser el más innovador”, y esto supone una gran contradicción. La lógica induce a pensar que en un mercado en el que las sociedades ofertan productos/servicios/procesos similares, la innovación no es un simple valor añadido, sino un factor imprescindible para competir.

La lógica induce a pensar que en un mercado en el que las sociedades ofertan productos/servicios/procesos similares, la innovación no es un simple valor añadido, sino un factor imprescindible para competir.

Las empresas más exitosas demuestran la importancia de “ser el más innovador”. Ello no solo significa innovar en producto, sino significa innovar en producto, en proceso (de producción, de distribución, etc.), en la estrategia, en los servicios, en la comercialización... Es decir, ser innovador implica anhelar día a día ser mejor y diferente del resto, lo cual conlleva a desafiar las reglas del juego y a convertirse en líder.

Los dirigentes de la mayoría de pymes piensan que implantar la innovación como estrategia empresarial es solo tarea de grandes empresas, y esta premisa debe cambiar. ¿Por qué no plantearse que las grandes y exitosas compañías están en la cima empresarial debido a que en su día decidieron innovar?

2. DESARROLLO

El hecho de que una empresa decida optar por una estrategia innovadora está avalado por multitud de motivos. Ahora bien, son muchas las dificultades que deberán superar para implantarla, destacando principalmente los entresijos asociados a los recursos humanos.

¿QUÉ MOTIVOS AVALAN OPTAR POR “SER EL MÁS INNOVADOR”?	¿QUÉ DIFICULTADES TENDREMOS QUE SUPERAR PARA CONSEGUIRLO?
<p>Relación directa entre innovación y resultados financieros.</p> <p>El mercado exige innovación, productos y procesos mejorados, y respuestas a sus problemas.</p> <p>Las nuevas tecnologías facilitan el acceso a la innovación y por tanto, a la mejora.</p> <p>Los mercados son más competitivos y los productos tienden a no diferenciarse.</p> <p>Ayuda a mejorar la eficiencia reduciendo costes a largo plazo.</p>	<p>Presión por los resultados a corto plazo.</p> <p>La innovación requiere un cambio en la cultura de la organización.</p> <p>La solución de los problemas diarios no permite innovar.</p> <p>Innovar implica tiempo y recursos.</p> <p>No existe certeza absoluta sobre las necesidades del mercado.</p> <p>Falta de formación.</p> <p>Necesidad de liderazgo proactivo.</p>

Para “ser el más innovador” es fundamental unir la innovación con la estrategia empresarial y ello significa organizar, dirigir y coordinar los recursos humanos y económicos, con el fin de generar nuevos conocimientos e ideas que permitan obtener nuevos y/o mejores productos, procesos y servicios.

Si bien es cierto que se considera que los recursos económicos son importantes y necesarios, los factores críticos dependerán sobretodo de los recursos humanos. Concretamente, es fundamental trabajar 3 aspectos asociados a los recursos humanos:

Figura 1. Pilares fundamentales de éxito en la estrategia de innovación.

LIDERAZGO	CULTURA	ESTRUCTURA
<p>Es fundamental que el líder crea en la innovación como factor clave de la competitividad, y que éste consiga transmitir la necesidad e importancia de innovar.</p> <p>Aspectos como la motivación del personal, la orientación y la capacidad de afrontar cambios son fundamentales.</p>	<p>Las empresas con culturas innovadoras tienden a reforzar, incentivar y reconocer los comportamientos innovadores del personal interno. A su vez, las acciones innovadoras de éstos tienden a reforzar la cultura innovadora.</p> <p>Se pretende que el máximo número de ideas existentes en las organizaciones puedan traducirse en innovaciones reales.</p>	<p>Las estructuras menos jerárquicas conceden mayor libertad de acción y de decisión a las personas, por tanto suelen ser más adecuadas para innovar.</p> <p>Funcionan bien las estructuras cuya razón de ser es la innovación o el trabajo por proyectos.</p> <p>Se trabaja con equipos pluridisciplinarios de expertos.</p>

LIDERAZGO	CULTURA	ESTRUCTURA
<p>RRHH</p> <p>Todo el personal interno debe ser partícipe de la cultura de innovación.</p> <p>La realización de actividades rutinarias en un entorno caracterizado por múltiples acciones urgentes no es el mejor de los escenarios para generar y desarrollar innovación.</p> <p>La asignación de recursos es fundamental, y un recurso importante es el tiempo. Gestionar los recursos para que el personal pueda dedicar horas a ideas innovadores, puede resultar muy positivo.</p>		

2.1. PLAN DE ACTUACIÓN

Cuando el objetivo de una empresa sea “ser el más innovador” no sólo deberá tener en cuenta la metodología necesaria para implantar una estrategia empresarial determinada, sino que además deberá aunarlo con la mezcla exacta de liderazgo, cultura y estructura.

ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

El primer paso en el camino hacia la innovación consiste en una etapa de análisis, tanto externo como interno. La innovación puede tener su origen tanto en el entorno como en el interior de la empresa, por lo que es importante conocer el entorno donde dicha innovación puede aportar valor, así como estudiar las fortalezas internas que harán posible que dicha innovación surja.

La innovación puede tener su origen tanto en el entorno como en el interior de la empresa, por lo que es importante conocer el entorno donde dicha innovación puede aportar valor.

La generación de la innovación se distribuye entre distintos agentes: empresas, clientes, proveedores, etc. Por tanto, es importante estudiar qué papel juega la empresa entre dichos agentes y cuál es la mejor posición para generar una corriente innovadora.

Internamente es fundamental estudiar la capacidad innovadora, así como las fortalezas y las debilidades que caracterizan a la organización.

En esta primera etapa, el papel del líder de la empresa será fundamental, pues éste deberá estar convencido y creer en la innovación, amén de transmitir la importancia de ésta al resto del personal.

DESARROLLO Y GESTIÓN DE IDEAS

Esta segunda etapa se basa en el desarrollo y la gestión de ideas, y para ello será necesario que exista una cultura empresarial propicia a la innovación, en la cual se incentiven y se reconozcan los comportamientos innovadores. De esta forma se conseguirá obtener el máximo rendimiento de las habilidades individuales de cada persona.

Dentro de esta etapa deberán realizarse diversas subtarefas destacando las siguientes:

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

El último paso es la propia gestión de la innovación y para ello será fundamental una estructura jerárquica basada en equipos pluridisciplinarios que permita libertad de acción y decisión. Asimismo, deberá promoverse el uso de herramientas como: brainstorming, reingeniería de procesos, prospectiva tecnológica, etc.

2.3. CASO

Pensemos en las empresas líderes de cada sector. ¿Por qué han llegado a la cima? Sin ninguna duda, porque eligieron “ser el más innovador”, de una forma u otra, pero siempre siendo líderes. Son muchos

los casos de éxito de estrategias innovadoras: en alimentación marcas blancas de calidad y relaciones simbióticas con proveedores; en muebles optar por diseño y funcionalidad con precios bajos; en moda elevada rotación de prendas, diseño y reducción de costes de producción; en el mundo del espectáculo la unión del circo con otros géneros artísticos; etc.

3. CONCLUSIONES

Implantar una estrategia empresarial basada en la innovación permitirá a las empresas ser más competitivas y rentables. Para conseguirlo es fundamental el papel de los recursos humanos, pues de ellos va a depender el éxito o fracaso en la consecución del objetivo “ser el más innovador”.

En resumen, la capacidad de innovación de las empresas dependerá fundamentalmente de la habilidad para desarrollar y potenciar ciertas competencias internas. De hecho, los recursos humanos pueden considerarse como un “socio estratégico” para implantar una estrategia de innovación.

Los recursos humanos pueden considerarse como un “socio estratégico” para implantar una estrategia de innovación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calderón Hernández, G., y Naranjo Valencia, J.C.** (2007). Perfil cultural de las empresas innovadoras. Un estudio de caso en empresas metalmeccánicas. *Cuadernos de Administración Bogotá (Colombia)*, 20(34), 161-189. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a08.pdf>
- Grant, R.M.** (2006). *Dirección Estratégica: Conceptos. Técnicas y Aplicaciones* (5ª ed.). Madrid, España: Thomson-Civitas.
- Manguzzato, M., y Renau Piqueras, J.J.** (1991). *La dirección estratégica de la empresa: un enfoque innovador del management*. España: Ariel.
- Navas López, J.E., y Guerras Martín, L.A.** (2007). *La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones* (4ª ed.). Madrid, España: Thomson-Civitas.