

Actividad | # 3|

Modelos Organizacionales y Métricas de Innovación

Seminario de Innovación y Creatividad

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: FATIMA FERNANDEZ DE LARA BARRON

ALUMNO: IVAN GARCIA ZAMORA

FECHA: 29/01/2024

Tabla de contenido

INTRODUCCION 3

DESCRIPCION 3

JUSTIFICACION 3

DESARROLLO 3

 Modelos organizaciones 3

 Análisis del modelo organizacional 4

 Métricas y justificación de propuestas 4

CONCLUSION 5

INTRODUCCION

En el dinámico entorno empresarial actual, la capacidad de innovar se ha convertido en un factor crítico para el éxito y la supervivencia de las organizaciones. La innovación no se limita únicamente a la introducción de nuevos productos o servicios, sino que abarca la mejora continua de procesos, la adopción de tecnologías emergentes y la gestión eficaz del talento. Los modelos organizacionales son estructuras y enfoques que las empresas adoptan para gestionar y dirigir sus esfuerzos hacia metas específicas, para esto existen varios modelos que las organizaciones pueden considerar, modelo de innovación abierta, propone que las empresas no deben depender únicamente de recursos internos para innovar. Modelo de desarrollo ágil, este modelo se centra en la flexibilidad y la capacidad de respuesta a los cambios. Modelo de innovación disruptiva, este modelo sugiere que las empresas pueden ser superadas para innovaciones que inicialmente pueden padecer menos avanzadas pero que ofrecen características únicas y precios bajos, ganando gradualmente cuota en el mercado.

Las métricas de innovación son mediciones efectivas de la innovación la cual es esencial para comprender su impacto y mejorar constantemente, algunas métricas clave incluyen:

Ratio de gastos en investigación y desarrollo (I+D), esta mide la inversión dedicada a la investigación y desarrollo en comparación con los ingresos totales de la empresa. Tasa de lanzamiento de nuevos productos, este indica la frecuencia con la que la organización introduce nuevos productos o servicios al mercado. Tiempo de ciclo de desarrollo, este mide el tiempo necesario para llevar un producto o servicio desde la fase de concepción hasta su lanzamiento.

Por lo tanto, son herramientas fundamentales para que las organizaciones impulsen la creatividad, respondan a los cambios y prosperen en su entorno empresarial en constante evolución.

DESCRIPCION

La actividad nos pide modelos organizacionales de dos empresas exitosas, así como un análisis del modelo organizacional y métricas y justificación de propuestas. También se nos pide una introducción, descripción, una justificación y una conclusión, por último se requiere subir nuestra actividad a nuestro portafolio de GitHub y por ultimo dejar el link del mismo.

JUSTIFICACION

El análisis del modelo organizacional y la implementación de métricas de innovación son componentes esenciales para el éxito a largo plazo de cualquier organización en un entorno empresarial en constante cambio. Son varios factores críticos que resaltan la importancia de realizar un análisis detallado, esos factores son, optimización de recursos, esto le permite a la empresa evaluar cómo se están utilizando los recursos, tanto humanos como financieros. Mejora continua de procesos, permite identificar áreas de mejora en los procesos internos. Alineación como estrategias de negocio, esta asegura que este alineado con las estrategias de negocio a largo plazo. La importancia de métricas en las organizaciones es, evaluación del impacto de la innovación, toma de decisiones informada, competitividad en un entorno cambiante.

Por la tanto, estas dos técnicas de innovación radican en su capacidad para optimizar recursos, mejorar procesos, alinear estrategias, evaluar impacto, informar decisiones y mantener la competitividad.

DESARROLLO

Modelos organizaciones

Microsoft

Tiene un ámbito de control esto significa que tiene un rango de control (SOC). esto significa que la empresa tiene un número comparativamente mayor de subordinados bajo un solo gerente. Su centralización a diferencia de Apple, donde la toma de decisiones la toman todos los niveles de gestión, Microsoft pertenece predominantemente centralizado con decisiones tomadas por quienes tienen autoridad. Instituido por Bill Gates, la toma de decisiones centralizada estandariza el rendimiento del trabajo y elimina la posibilidad de riesgos personales. Esto significa que se crea una empresa unificada con estándares universales de desempeño y progresión.

Amazon

En un primer dato es la fuerte impronta jerárquica, en donde todos los miembros le responden a un líder de departamento, y estos a su vez le rinden cuenta al CEO de la compañía. Otro segundo dato son las dos divisiones empleadas en su estructura organizacional de Amazon, las cuales estas son divisiones geográficas y divisiones de departamento.

La división geográfica en el departamento de Amazon

Pese al volumen de negocio de la compañía, esta solo divide su mercado en Estados Unidos e Internacional.

Englobado al resto de los países. La categorización realizada por Bezos es una declaración categórica sobre la gran importancia que se le da al nicho estadounidense y el peso que se representa para sus ingresos.

La división por departamentos funcionales.

Esta se realiza de acuerdo a la especialidad de los equipos, esta tendencia es muy común en las grandes empresas de este grupo. Esto permite crear equipos mas reducidos, donde se priorice la comunicación y el dialogo siempre cuidando la eficiencia de os procesos, un factor clave de Amazon.

Análisis del modelo organizacional

Microsoft

Esta gran empresa ha experimentado una serie de transformaciones significativas en su modelo organizacional a lo largo de los años, adaptándose a la gran era digital que estamos viviendo. Algunos aspectos destacados del modelo organizacional de Microsoft son la división de unidades de negocios, en donde Microsoft ha organizado su estructura entorno a unidades de negocios específicos, cada una centrada a en áreas claves como la productividad y proceso empresariales, nube inteligente y mas personal. Enfoque en la nube y servicios, en donde ha experimentado una transición hacia un enfoque mas centrado en la nube y los servicios, la plataforma de nube de Microsoft, Azure, ha sido un componente central de su estrategia. La cultura de innovación, ha sido evidente con un énfasis en la creación de productos y servicios tecnológicos vanguardistas. La colaboración y comunicación, la importancia de la colaboración y la transformación tanto en términos de sus productos como en la forma en que organiza internamente a sus equipos. Herramientas como Microsoft times han sido fundamentales.

Amazon

Amazon a adoptado un modelo organizacional descentralizado y orientado hacia el cliente, algunos aspectos clave de su modelo son, división en unidades de su negocio, opera en diversas áreas de negocios, incluyendo negocio electrónico, servicios en la nube (Amazon web services o AWS), streaming de contenido, dispositivos electrónicos, entro otros. Principios de liderazgo, que enfatizan la obsesión con el cliente, la búsqueda de la excelencia operativa y la toma de decisiones a largo plazo. Estructura descentralizada, esta permite a las diferentes unidades operar de manera autónoma. Énfasis constante, ingresando a nuevos mercados y áreas de negocios.

Métricas y justificación de propuestas

Es crucial establecer métricas claras y relevantes que permitan medir el impacto y éxito de la implementación de las propuestas. Las métricas más comunes son:

Métricas financieras las cuales se dividen en ROI (retorno de la inversión), este mide la rentabilidad de la inversión, y beneficio neto el cual evalúa la ganancia neta después de restar los costos.

Métricas operativas, estas se dividen en eficiencia operativa esta puede medirse mediante métricas como la productividad, la utilización de recursos y la eficacia de los procesos. Y tiempo de ciclo, este mide el tiempo necesario para completar un proceso.

Métricas de calidad, esta se divide en índice de satisfacción del cliente (CSI), mide la satisfacción de cliente. Y tasas de errores y defectos, este mide la calidad del producto o servicio.

Métricas de recursos humanos, se divide en retención de empleados, mide la retención del talento, y indicadores de desempeño del personal, evalúa el rendimiento individual y del equipo.

Métricas de marketing se divide en generacion de Leads, mide la cantidad de nuevos clientes potenciales, y conversión de ventas, mide la proporción de leads que se convierten en clientes.

Métricas tecnológicas, estas se dividen en disponibilidad del sistema, mide el tiempo que un sistema esta disponible,

y rendimiento del sistema, evalúa la eficacia y velocidad del sistema.

Métricas de sostenibilidad, esta se divide en huella de carbono, mide las emisiones de gases de efecto invernadero. En este paso se nos pide las propuestas de soluciones de casos de fracasos de las empresas que se vieron en la actividad 2 las cuales son LG, Kodak y Microsoft las tres empresas tuvieron casos de fracaso.

Para esto empezare hablando de LG, esta empresa se dedico un largo tiempo a la venta de teléfonos móviles los cuales uno de ellos fue un fracaso total en el mercado, Por ejemplo: LG Prada que sería lanzado en (2007), un móvil que recordaba un poco a iPhone y que con su pantalla táctil planteaba desde luego un giro al concepto habitual del feature Phone.

Este se vio lastrado por un soporte táctil limitado, pero sobre todo por un sistema operativo basado en el software Macromedia Flash que no daba la talla. LG acabaría lanzando una segunda versión con teclado físico desplegable el año siguiente, el fracaso de estas empresas en sus innovaciones fue que no pusieron atención tanto a lo que querían los consumidores y sus competidores, esto llevo a que esta gran empresa diera por terminado a la elaboración de móviles.

Otro caso similar esta con Kodak que no supo lidiar por así decirlo con la era digital que se venía encima, y no puso atención tanto a sus consumidores como a sus rivales que terminaron fuera del mercado por un tiempo. También tenemos a Microsoft

CONCLUSION

En la era actual de los negocios, donde la capacidad de innovar se ha convertido en un factor crítico para el éxito organizacional, la elección y análisis cuidadoso de modelos organizacionales y métricas de innovación son esenciales. La convergencia de estos elementos no solo impulsa la creatividad y la respuesta a cambios, sino que también proporciona a las organizaciones las herramientas necesarias para mantenerse competitivas en un entorno empresarial dinámico.

Estas dos en conjunto son componentes interdependientes que fortalecen la capacidad de una organización para proporcionar en un entorno empresarial competitivo. Al adoptar modelos que fomenten la agilidad, la colaboración y la alineación estratégica, y al medir de manera efectiva el progreso innovador, las organizaciones pueden asegurar no solo su supervivencia, sino que también su capacidad para liderar y transformar industrias en constante evolución. La innovación así en el motor impulsador organizacionales sólidos y métricas significativas, se convierte así en el motor impulsor de un crecimiento y una ventaja competitiva duradera.