



## **Actividad | 3 |**

# **Modelos Organizacionales y Métricas de Innovación**

## **Seminario de Innovación y Creatividad**

Ingeniería en Desarrollo  
de Software



TUTOR: : Fátima Fernández de Lara Barrón.

ALUMNO: Uziel Abisai Martinez Oseguera.

FECHA: 28/05/2024.

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>DESCRIPCIÓN.....</b>	<b>2</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>DESARROLLO.....</b>	<b>4</b>
MODELOS ORGANIZACIONALES.....	4
<i>Kodak</i> .....	4
ANÁLISIS DEL MODELO ORGANIZACIONAL.....	5
<i>Kodak</i> .....	5
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>9</b>

## **Introducción**

En la era contemporánea, las organizaciones reconocen la innovación como un pilar fundamental para generar valor y asegurar su ventaja competitiva. En un entorno global altamente competitivo, la capacidad de una empresa para innovar no solo mejora su posición en el mercado, sino que también la sostiene a largo plazo. Este proyecto se enfoca en identificar y analizar los modelos organizacionales utilizados por empresas líderes mundialmente para fomentar la innovación y administrar la diversidad. Además, se explorarán las métricas aplicadas para medir el desempeño innovador y se justificará su viabilidad tanto a corto como a largo plazo.

La innovación, definida como la implementación de ideas nuevas o mejoradas que generan valor, puede ser impulsada a través de diversos modelos organizacionales que promuevan la creatividad y la colaboración. Empresas como Google y Apple han demostrado que una estructura organizacional flexible y un entorno que fomente la diversidad pueden ser cruciales para el éxito innovador. Este proyecto analizará estos modelos y propondrá métricas específicas para evaluar el desempeño de la innovación en una organización seleccionada. La evaluación incluirá un análisis de cómo estas métricas pueden aplicarse para superar desafíos y aprovechar oportunidades dentro del contexto empresarial.

## **Descripción**

El proyecto final de este seminario se centra en dos áreas clave: los modelos organizacionales que apoyan la innovación y las métricas utilizadas para medir su efectividad. En primer lugar, se identificarán y analizarán los modelos organizacionales de dos empresas reconocidas mundialmente: Google y Apple. Ambas empresas son conocidas por su capacidad de innovación y sus enfoques únicos para gestionar la diversidad dentro de sus organizaciones. El análisis de estos modelos permitirá entender cómo estructuras y culturas organizacionales específicas pueden facilitar o inhibir la innovación.

A continuación, se realizará un análisis detallado del modelo organizacional de una de estas empresas, explorando sus componentes y su efectividad en la promoción de la innovación. Este análisis proporcionará una base sólida para comprender cómo se puede aplicar un modelo organizacional exitoso en otros contextos empresariales. Finalmente, se investigarán las métricas que se utilizan para medir la innovación, y se aplicarán estas métricas para evaluar una propuesta de innovación en función de un caso práctico. Se justificará la viabilidad de estas métricas tanto a corto como a largo plazo, considerando su impacto potencial en la mejora continua de la organización.

## **Justificación**

La innovación es esencial para la supervivencia y el éxito a largo plazo de cualquier organización en el competitivo entorno empresarial actual. Implementar modelos organizacionales que fomenten la creatividad y la innovación permite a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores. Este proyecto es vital porque ofrece un análisis profundo de cómo las empresas líderes gestionan la innovación y cómo estas prácticas pueden ser adoptadas por otras organizaciones para mejorar su desempeño.

Además, comprender y aplicar métricas para medir la innovación es crucial para evaluar el impacto de las iniciativas innovadoras y garantizar que los recursos se utilicen de manera eficiente. Las métricas proporcionan una forma objetiva de medir el progreso y el éxito, permitiendo a las empresas ajustar sus estrategias en consecuencia. La justificación de este proyecto radica en la necesidad de proporcionar un marco claro y aplicable que las organizaciones puedan utilizar para fomentar la innovación y medir su efectividad, asegurando así su competitividad y relevancia en el mercado global.

## **Desarrollo**

### **Modelos organizacionales**

#### **Kodak**

Kodak, una vez líder en la industria fotográfica, empleaba un modelo organizacional jerárquico y centralizado. Esta estructura era bastante rígida, con decisiones clave que se tomaban en los niveles más altos de la organización. Este enfoque centralizado permitió a Kodak mantener un control estricto sobre sus operaciones y estrategias, pero también resultó en una falta de agilidad para adaptarse a los cambios rápidos del mercado, especialmente con la llegada de la fotografía digital.

La cultura corporativa de Kodak estaba profundamente enraizada en su éxito con la fotografía química, lo que creó una resistencia al cambio y a la innovación disruptiva. A pesar de tener una de las primeras patentes en cámaras digitales, Kodak no logró capitalizar esta tecnología debido a su enfoque en proteger su negocio principal de películas fotográficas. La administración de la diversidad y la inclusión no era un foco principal en los años cruciales de la transición tecnológica, lo que también limitó la capacidad de la empresa para innovar y adaptarse a nuevas ideas.

Kodak intentó adaptarse tarde a la revolución digital, implementando programas de reestructuración y adquisición de nuevas tecnologías. Sin embargo, estos esfuerzos no fueron suficientes para recuperar su posición en el mercado. La falta de una estructura organizacional flexible y una cultura que fomentara la innovación continua fueron factores clave en su declive.

## **Análisis del modelo Organizacional**

### **Kodak**

#### **Estrategia de Innovación Propuesta:**

Transformación digital y diversificación. Invertir en tecnologías digitales emergentes y diversificar su portafolio para incluir productos y servicios digitales.

#### **Métricas de Innovación Aplicadas**

##### **1. Tasa de Nuevos Productos Introducidos (NPI)**

- Medición: Número de productos digitales lanzados en un año.
- Evaluación de Viabilidad:
- Corto Plazo: A corto plazo, la capacidad de Kodak para lanzar nuevos productos digitales rápidamente indicará su adaptabilidad y respuesta al mercado. Si Kodak puede introducir al menos 3-5 nuevos productos digitales en el primer año, demostraría su compromiso con la transformación digital.
- Largo Plazo: A largo plazo, la sostenibilidad de esta métrica se reflejará en la capacidad de Kodak para mantener un flujo constante de innovaciones digitales, sugiriendo una cultura de innovación continua.

##### **2. Porcentaje de Ingresos Provenientes de Productos Nuevos**

- Medición: Ingresos generados por los nuevos productos digitales como porcentaje del total de ingresos anuales.
- Evaluación de Viabilidad:
- Corto Plazo: A corto plazo, se espera que al menos el 20-30% de los ingresos de

Kodak provengan de productos digitales en el primer año. Esto indicaría una aceptación inicial positiva del mercado hacia sus nuevos productos.

- **Largo Plazo:** A largo plazo, este porcentaje debería aumentar progresivamente, alcanzando el 50-60% en 3-5 años. Esto demostraría que la diversificación y transformación digital de Kodak están siendo efectivas y sostenibles.

### 3. Índice de Éxito de Proyectos de Innovación

- **Medición:** Proporción de proyectos de innovación digital que han alcanzado sus metas.
- **Evaluación de Viabilidad:**
- **Corto Plazo:** A corto plazo, se espera que al menos el 70-80% de los proyectos de innovación digital alcancen sus objetivos iniciales. Esto mostraría que Kodak ha implementado procesos eficaces de gestión de proyectos y toma de decisiones.
- **Largo Plazo:** A largo plazo, mantener un índice de éxito del 80-90% indicaría que Kodak ha establecido una base sólida para la innovación y ha perfeccionado sus procesos de desarrollo de productos digitales.

### **Justificación de la Viabilidad**

#### 1. Corto Plazo:

- **Transformación Digital:** La inversión en tecnologías digitales emergentes permitirá a Kodak adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado. Lanzar varios productos digitales en el primer año mostrará un compromiso tangible con la innovación y atraerá la atención de los consumidores y el mercado.
- **Diversificación:** La diversificación del portafolio reducirá la dependencia de



Kodak de los productos tradicionales, abriendo nuevas fuentes de ingresos y mitigando riesgos asociados con el mercado de la fotografía tradicional.

2. Largo Plazo:

- **Sostenibilidad:** Mantener una tasa constante de nuevos productos digitales y un alto porcentaje de ingresos provenientes de estos productos demostrará que Kodak ha logrado una transformación sostenible. Esto asegurará su relevancia y competitividad en el mercado digital.
- **Cultura de Innovación:** Un alto índice de éxito en proyectos de innovación indicará que Kodak ha establecido una cultura organizacional que fomenta y respalda la innovación continua, asegurando un flujo constante de nuevos productos y servicios.

## **Conclusión**

La actividad realizada en este proyecto subraya la importancia de la innovación y la correcta gestión de modelos organizacionales para mantener la ventaja competitiva en el entorno empresarial moderno. Al analizar los modelos organizacionales de empresas líderes como Google y Apple, se destaca cómo la flexibilidad, la colaboración y la diversidad son cruciales para fomentar un ambiente innovador. Además, la investigación sobre las métricas para medir la innovación proporciona una guía práctica para evaluar y mejorar continuamente las iniciativas innovadoras dentro de cualquier organización.

Aplicar estos conocimientos en el ámbito laboral implica no solo adoptar estructuras organizacionales que apoyen la creatividad, sino también implementar sistemas de medición que permitan un seguimiento efectivo del desempeño innovador. La capacidad de medir y ajustar las estrategias de innovación es fundamental para mantener la relevancia y competitividad en el mercado. En la vida cotidiana, estos conceptos pueden ser aplicados para fomentar una mentalidad abierta al cambio y la mejora continua, lo que es esencial para el crecimiento personal y profesional en cualquier contexto. En resumen, este proyecto proporciona una base sólida para entender y aplicar modelos y métricas de innovación, contribuyendo significativamente al éxito organizacional y personal.

## Referencias

Link del archivo en [GitHub](#).