

LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Rosa Angelica Cáez Velásquez¹

RESUMEN

La innovación es una cualidad intrínseca de la sociedad; es de suma importancia al nacimiento de una humanidad sabia, donde la producción y distribución de las nuevas ideas nos llevan al éxito nacional e internacional de las empresas. Las ideas, los métodos, las estructuras innovadoras, además de los nuevos productos o servicios son los principales impulsores del crecimiento organizacional y económico. Con el tiempo, la innovación se ha enriquecido y se han agregado otros componentes especiales, como la creatividad, que permite encontrar soluciones originales a problemas específicos, y la capacidad de la organización para prever con anticipación la explotación de oportunidades de mercado.

PALABRAS CLAVE

Administración, innovación, estructuras, estrategias, fortaleza económica.

ABSTRACT

Innovation is an intrinsic quality of society; it is extremely important to the birth of wise humanity, where the production and distribution of new ideas lead us to the national and international success of companies. Ideas, methods, innovative structures, as well as new products or services are the main drivers of organizational and economic growth. Over time, innovation has been enriched and other special components have been added, such as creativity, which allows finding original solutions to specific problems, and the organization's ability to anticipate the exploitation of market opportunities.

KEYWORDS

Administration, innovation, structures, strategies, economic strength

INTRODUCCIÓN

En este artículo se resalta la importancia de la innovación en administración, como, cuando y por qué se debe implementar dentro de un ámbito empresarial; al tiempo que se revisará la conceptualización, el enfoque empresarial que se le está dando.

Busca además saber que innovar no es una decisión es un deber que tiene toda organización para poder mantenerse en el mercado competitivo a la que se enfrentan todos.

Al tiempo que se estimulará a los lectores a revisar e innovar, ya que en algunas universidades fortalecen los centros empresariales, para la práctica, la Universidad Libre y la Universidad Tecnológica de Bolívar, en Cartagena le apuestan a la innovación y creación de empresas.

¹ Estudiante del programa Administración de Empresas. rosaa-caezv@unilibre.edu.co

De igual manera se busca concientizar que la innovación hace parte de un proceso del gestionamiento de ideas y proyectos desde su engendramiento hasta su surgimiento en el mercado, se acepta como un cambio, como un viraje o vuelta a lo que se venía haciendo y esa acción, permite a las organizaciones entrar, competir e incluso superar las expectativas del mercado y actualmente es la mejor estrategia para aumentar la competitividad y la rentabilidad.

También es importante afirmar que la innovación tiene como objeto ayudar a las organizaciones a ser más competitivas, más eficientes, mejorar los resultados y anticiparse a las necesidades del mercado. Mantenerse al día con los cambios constantes en el mercado es esencial para el éxito de la organización. Las innovaciones de la empresa son esenciales para operar de manera productiva, satisfacer las necesidades de los consumidores y proporcionar un nuevo valor.

Los empresarios que día a día piensan en reinventarse en tiempos tan complejos como el actual no sólo logran salir adelante, sino también sus empresas, en ese sentido, cada vez son mayores los retos y no se puede estar haciendo a nivel de empresas el llamado ensayo, prueba y error, pues no hace sostenible a la misma empresa, por eso es importante que se revisen referentes relacionados con el ámbito de la innovación, para que sea un apoyo importante para todo administrador y/o para cualquier persona que desee emprender una idea de negocio y seguir fortaleciendo lo que ya se ha creado.

REFERENTES DE LA GESTIÓN EN LA INNOVACIÓN

Peter Drucker, quien señaló que “la innovación es la herramienta clave de los empresarios, el medio por el cual se aprovechan los cambios como una oportunidad”

(Drucker, 1985). Tushman y Nadler (1996) se concentran en la empresa al destacar que “la innovación es la creación de cualquier bien, servicio o proceso que sea nuevo para la unidad de negocios”. Michael Porter, cambió el foco

de atención al destacar que la innovación no puede tratarse únicamente a partir de un nivel individual o empresarial, ya que el proceso de la innovación se encuentra dentro del contexto nacional o regional (Porter, 1990).

Becheikh, Landry y Amara (2006) consideran que la innovación implica desde el punto de vista tecnológico— la creación de un nuevo proceso o producto, o bien, la implementación de mejoras significativas en los procesos y productos, y no simples cambios a los mismos, por su parte, Castrillón, M. A. G., & Mares, A. I. (2013) y Molano, C. G., & Campo, J. L. M. (2014) y Muñoz, L. D. C. (2020), Valmaseda, O., & Hernández, N. (2012) conceptualizan y presentan diferentes tipos de innovación resaltando que se aplica a muchos campos, al mismo tiempo que resaltan la importancia de difundirla y no guardarla para que le sirva a la comunidad y su entorno. (Ribechini, 2017) cuestiona el verdadero objeto de la innovación y que no debe quedarse en la conceptualización.

En Europa, del Castillo, J., & Paton, J. (2013) y Jardón, C. M. (2011) sostienen que debe darse en todos los contextos, al tiempo que se debe convertir en una estrategia para toda la región. Guerola-Navarro, V., Oltra Badenes, R. F., & Gil Gómez, H. (2020) revisan el desempeño que deben tener las organizaciones y específicamente en el ámbito profesional para ser más eficientes. Gutiérrez, E. C., Frias, C. L., & González, J. S. (2023) desde España resaltan la difusión de la innovación como estrategia empresarial. Leonard, Y. G., & Rodríguez, R. A. S. (2020) revisa el concepto como recurso, como un elemento al que se acude para sacar provecho mediante su adecuada gestión y Toniut, H. R. (2020) ve cómo se puede aplicar a partir de un modelo de negocios. Vega-Jurado, J., Gutiérrez-Gracia, A., & Fernández-de-Lucio, I. (2009) revisaban varios años anteriores que las metas empresariales acudiendo a la innovación con enfoque estratégico. Fram, T. O. B. (2019) revisa la gestión portuaria y la innovación y su ascenso en el trascurrir del desarrollo portuario.

Por su parte, Luna-Amador, J. A., Escobar-Espinoza, Á. A., & Caraballo-Payares, A. M. (2023) revisan la importancia de relocalizar las empresas cuando los resultados y las tendencias no son ideales. Ojeda, J. M. E et al. (2023) lo aplican específicamente a una empresa de alimentos en Pasto, Colombia y corroboran su importancia para el sostenimiento de las empresas. Pérez, C. M. (2019) resalta que no sólo se innova en las grandes empresas, sino que en Norte de Santander se debe revisar y acompañar a las microempresas. Rodríguez Rengifo, J. S., & Quintero Sepúlveda, I. C. (2022) revisa la innovación en Latinoamérica y cómo están las competencias en las naciones. Velez, C. I., Afcha, S. M., & Bustamante, M. A. (2019) invita unirse a la empresa y el Estado en la gestión de la innovación. Fram, T. O. B. (2021) lo relaciona con innovación a lo social, en comunidades mediante la rehabilitación basada en el involucramiento de sus moradores cuando cuentan con familiares en condición de discapacidad y cómo una Fundación Llamada Rehabilitación Integral hace buenas prácticas. Cardona, D., Rada, A. M., & Palma, H. G. H. (2017) revisan la creación de empresas, aspecto clave en la innovación empresarial.

METODOLOGÍA

En este artículo se basa en la importancia que tiene la innovación dentro de un ámbito empresarial, es una investigación de carácter hermenéutico e inductivo, donde resaltamos los objetivos, métodos, las ideas que debemos tener en cuenta para que la organización sea competitiva frente al mercado que se enfrena, se tuvieron en cuenta más de 40 artículos, reseñas y libros para desarrollar nuestro contenido y se extrajo una muestra de 24, para así dejar claro el objetivo de la administración de la innovación.

CONCLUSIÓN

Luego de este análisis, se reconoce que las innovaciones deben ser planificadas y organizadas, deben desarrollarse como un esfuerzo grupal, donde todas las partes involucradas aporten sus ideas, considerando que deben tener un objetivo común, ya que esto permite un resultado más

completo en términos de ideas frescas, combinaciones de tecnologías y mejoras a los productos existentes.

La innovación empresarial no se trata sólo de inventar nuevos métodos, sino también de explorar las tecnologías existentes, abandonar prácticas inútiles, hacer más eficientes las operaciones y encontrar soluciones revolucionarias a ciertos problemas. En última instancia, el objeto es revitalizar el negocio aprovechando las fortalezas anteriores y mejorar el crecimiento económico y la productividad de manera eficiente y rápida.

BIBLIOGRAFÍA

- Cardona, D., Rada, A. M., & Palma, H. G. H. (2017). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región Caribe en Colombia: apuntes críticos. *Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 134-143.
- Castrillón, M. A. G., & Mares, A. I. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología: Una revisión de literatura. *Dimensión empresarial*, 11(1), 45-60.
- del Castillo, J., & Paton, J. (2013). Las estrategias regionales de innovación y especialización inteligentes (RIS3), nueva etapa de la política regional europea en el apoyo a la innovación empresarial. *P3T. Journal of Public Policies and Territory*, 2(4), 17-23.
- Fram, T. O. B. (2019). Retos logísticos de puertos de cuarta generación diagnóstico y modernización en países emergentes. *Anfibios*, 2(1), 72-82.
- Fram, T. O. B. (2021). Estrategia de innovación social y logística del servicio en comunidades vulnerables: Caso fundación rehabilitación integral en el caribe Colombiano. *Gerencia Libre*, 7.
- Guerola-Navarro, V., Oltra Badenes, R. F., & Gil Gómez, H. (2020). Análisis de la relación

- entre el grado de introducción de CRM y los beneficios de la empresa a través del Desempeño Organizacional y la Innovación Empresarial. *3C Empresa, Investigación y pensamiento crítico*, 9(1), 67-87.
- Gutiérrez, E. C., Frias, C. L., & González, J. S. (2023). Capítulo 5. Estrategias empresariales en los informativos televisados españoles. Innovaciones tecnológicas y tendencias. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (13), 103-117.
- Jardón, C. M. (2011). Innovación empresarial y territorio: Una aplicación a Vigo y su área de influencia. *Eure (Santiago)*, 37(112), 115-139.
- Leonard, Y. G., & Rodríguez, R. A. S. (2020). La teoría de los recursos y capacidades como fundamento metodológico para el estudio de la gestión de la innovación empresarial. *Revista Científica Ecociencia*, 7, 1-15.
- Luna-Amador, J. A., Escobar-Espinoza, Á. A., & Caraballo-Payares, A. M. (2023). La importancia de la innovación en los procesos de relocalización empresarial: una revisión de la literatura. *Encuentros*, 21(01-Enero-junio), 74-91.
- Molano, C. G., & Campo, J. L. M. (2014). Gerencia estratégica e innovación empresarial: referentes conceptuales. *Dimensión empresarial*, 12(2), 107-116.
- Montoya, M. (2020, diciembre 15). Objetivo 2021: la innovación empresarial. innovan.do. <https://innovan.do/objetivo-2021-la-innovacion-empresarial/>
- Muñoz, L. D. C. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50-69.
- Ojeda, J. M. E., Acosta, M. F. F., Moreno, J. D. G., & Vallejo, G. A. R. (2023). Fortalecimiento de las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto, una apuesta por la reactivación económica en la pandemia COVID-19. *Travesía Emprendedora*, 7(1), 82-92.
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *Económicas Cuc*, 40(1), 91-104.
- Ribechini, P. G.-L. (2017, enero 9). ¿Cuál es el principal objetivo de la innovación? gianlluisribechini. <https://gianlluisribechini.com/cual-es-el-principal-objetivo-de-la-innovacion/>
- Rodríguez Rengifo, J. S., & Quintero Sepúlveda, I. C. (2022). Capacidades de innovación empresarial en américa latina revisión de literatura. *Ciencias administrativas*, (19), 8-8.
- Toniut, H. R. (2020). El uso del modelo de negocio para la innovación empresarial: aportes de los principales autores. *Palermo Business Review*, (22), 139-156.
- Valmaseda, O., & Hernández, N. (2012). Fuentes de conocimiento en los procesos de innovación empresarial: Las Spin-Off universitarias en Andalucía. *Arbor*, 188(753), 211-228.
- Vega-Jurado, J., Gutiérrez-Gracia, A., & Fernández-de-Lucio, I. (2009). La relación entre las Estrategias de Innovación: Coexistencia o Complementariedad. *Journal of technology management & innovation*, 4(3), 74-88.
- Velez, C. I., Afcha, S. M., & Bustamante, M. A. (2019). Cooperación universidad-empresa y su efecto sobre el desempeño innovador empresarial. *Información tecnológica*, 30(1), 159-168.

CIBERGRAFÍA CONSULTADA

(Innovación en la empresa: concepto, importancia y tipologías, s/f)
Innovación en la empresa: concepto, importancia y tipologías. (s/f). UNIR México. <https://mexico.unir.net/economia/noticias/innovacion-en-una-empresa/>

(La innovación, función principal de las empresas, 2015)
La innovación, función principal de las empresas. (2015, junio 25). Monografias.com. <https://www.monografias.com/trabajos105/innovacion-funcion-principal-empresas/innovacion-funcion-principal-empresas>

(“Qué es la innovación empresarial”, 2022)
Qué es la innovación empresarial. (2022, julio 20). MBA Online. <https://www.mastermbaonline.com/empresa/innovacion-empresarial-que-es/>