

¿Cómo citar el artículo?

Garcés Medina, C. M. (2022, enero-junio). El impacto de la innovación en la sostenibilidad o continuidad de las empresas. *Revista Reflexiones y Saberes*, (16), 46-55

El impacto de la innovación en la sostenibilidad o continuidad de las empresas

The impact of innovation on the sustainability or continuity of enterprises

Claudia María Garcés Medina

Estudiante Administración de Empresas
Fundación Universitaria Católica del Norte
mcklaum@gmail.com

Resumen

En una sociedad cambiante y un mercado cada vez más globalizado, la innovación se convierte en aquella capacidad que toda empresa necesita para no desaparecer, ya que es de vital importancia moverse al ritmo del mercado y poder suplir las necesidades de la sociedad de forma diferenciadora y disruptiva, lo que al final se verá reflejado en incremento en sus márgenes de ganancias, reducción de costes, diversificación de producto, ventaja competitiva, entre otros.

Palabras Clave: Innovación; Talento humano; Sostenibilidad; Crecimiento; Estrategia.

Impacto de la Innovación

El presente ensayo es el resultado de las diferentes lecturas sobre conceptos como innovación, innovación social y cultura, enfocados en la sostenibilidad empresarial.

Es importante saber que se puede aplicar innovación en cualquier área, producto, servicio, pero también es importante entender que no se puede confundir la innovación con creatividad, donde la diferencia radica en que, la creatividad es poder tener todo el tema de

ideación y planteamiento, y la innovación es cuando se hace la aplicación y el usuario o el cliente la compra, y para complementar:

Desde donde sea que se mire a la innovación se podrá resumir en dos partes bien marcadas: la creación de algo nuevo y su puesta en valor. Y esa novedad puede darse tanto por un descubrimiento científico como por una recombinação de varios conocimientos y tecnologías en uso actual. Por otro lado, la puesta en valor se relaciona con la comercialización con éxito y eso quiere decir que para ser considerada innovación debe haber sido aplicada la misma y haber agregado valor comercial a la empresa.

Hay que destacar que el innovar en las organizaciones durante estos últimos años se ha vuelto un tema diferencial y de mucha importancia. Ya que solo las empresas que son capaces de innovar, de reconocer el valor de esa innovación y de ofrecer algo nuevo en el mercado serán consideradas como competitivas y además estarán en condiciones de sobrevivir en su entorno económico actual. (Haro Carrillo et al., 2017, p. 92)

Lo anterior, ratifica que se hace efectiva la innovación, cuando el usuario realmente adopta una propuesta creativa haciéndola una realidad.

La innovación también va muy ligada a la cultura organizacional, si no hay un buen despliegue de la cultura dentro de una compañía, será muy difícil que surjan innovaciones; por tanto, se necesita mucho acompañamiento desde la estrategia de la empresa.

En cuanto al concepto de innovación social, este aparece desde el siglo XIX, pero en la actualidad ha tenido mayor impacto en las empresas y, a su vez, en el desarrollo económico y social de una comunidad o sociedad en general. Su definición más exacta, de acuerdo con Westley & Antadze (2010, como se cita en Cote & Concha, 2020), se puede evidenciar así:

Una empresa social, aunque puede responder a necesidades sociales, es una empresa privada con fines de lucro que comercializa sus propios productos y servicios, combinando intereses comerciales con fines sociales. Ahora bien, mientras el concepto de empresa social se centra en la forma y la misión de la organización, el emprendimiento social se centra en el ser humano y resalta las cualidades personales del sujeto emprendedor. La innovación social, en cambio, no implica necesariamente un interés comercial, aunque no excluye dicho interés: “más definitivamente, la innovación social está orientada a hacer un cambio a nivel sistémico.

Para que una empresa sea perdurable o sostenible con la innovación, es vital la siguiente definición:

Es la capacidad de las empresas para absorber altos niveles de cambio, adaptarse rápidamente a los cambios, manejar el cambio, causando la menor disfunción, generar ventajas competitivas y alto rendimiento ante los cambios, dar respuesta positiva ante las circunstancias de adversidad, prosperar y ser sostenible durante largos períodos de tiempo. (Peña, como se cita en Rivera Rodríguez y González Rodríguez, 2020)

Sin duda, son muchos los factores que pueden influir en la perdurabilidad de las compañías, todo puede depender del tipo de negocio, de las circunstancias, ubicación, etc. lo que al final se traduce en que el capital humano es imprescindible para conseguirlo, ya que son estos los que buscan alcanzar los objetivos estratégicos por medio de la búsqueda de estrategias que llevan a la innovación, en muchos aspectos o campos, ser parte de una decisión administrativa y liderazgo estratégico.

Por todo lo anterior, el objetivo central de este ensayo es dar un punto de vista de la importancia que tiene la innovación en la actualidad de las empresas, presentando también algunos ejemplos reales de lo que se vive en una empresa colombiana.

Innovación

Para entender la innovación, existe una gran cantidad de definiciones alrededor de este tema tan amplio y algo complejo, por lo cual es importante, inicialmente, conocer algunos, como los que se citan en Haro Carrillo et al. (2017):

Para el economista austriaco (Schumpeter, 1942), (...) 'la introducción de un bien o producto nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores, la introducción de un nuevo método de producción en cualquier sector de una industria, la apertura de nuevos mercados, la mejora en procesos logísticos internos y externos o la mejora estratégica en las formas de competir en una industria llevando a redefinir a la industria' (...)

Según (Silverberg y Soete, 1988), 'la innovación debe considerarse como un proceso interactivo en el que la empresa además de adquirir conocimientos mediante su propia experiencia en los procesos de diseño, desarrollo, producción y comercialización aprende constantemente de sus relaciones con diversas fuentes externas, entre las que podemos anotar a los proveedores, consumidores y diversas instituciones, como las universidades, centros de investigación, consultores y competidores. (...)

Para Peter Drucker, reconocida autoridad en la investigación sobre manejo empresarial, propone que toda organización debe tener a la innovación como su competencia básica y clasifica a la innovación en: mejora, evolución gestionada e innovación. (...)

Para finalizar (Mortensen y Bloch, 2005), explica a la innovación como un concepto de implantación de cambios importantes en el producto, proceso, marketing y organización de la empresa con el firme propósito de mejorar sus resultados. (p. 90)

La innovación es crucial en el mundo globalizado actual, en términos de competitividad y productividad, según menciona en su artículo Velásquez Restrepo et al. (2018):

La innovación es un requisito para operar en el mercado actual según (Souto, 2015), permitiendo así mantener y mejorar la competitividad de las empresas y los países, teniendo presente que las empresas que innovan y producen mayores avances tecnológicos son más resistentes a los cambios del mercado, de acuerdo con (Audretsch, et al, 2008); adicionalmente contribuye a la productividad, generando empleo y bienestar, mejorando la calidad de vida de los habitantes de un territorio, esto es soportado por (Rueda, 2013). (p. 6)

Por tanto, es importante que las empresas piensen en innovación, que desde su planeación estratégica o diagnóstico empresarial tomen la decisión de invertir en innovación, bien sea en cualquiera de los tipos de innovación existentes; porque lo importante es poder crecer, competir, sostenerse o continuar en un mercado cada vez más competitivo y globalizado, y, a su vez, obtener crecimiento en sus ingresos.

El aprendizaje es un factor clave para el desarrollo de la innovación empresarial, se hace necesario estudiar y experimentar en la búsqueda de mejoras para la organización, el método de ensayo – error viene a representar el eje central en el mantenimiento de una estrategia innovadora. Asimismo, la información juega un papel fundamental en el mantenimiento de una estrategia innovadora, la innovación se nutre de la información, se adapta a las necesidades, supera las dificultades y garantiza en éxito de la empresa ante la competencia. (Burbano Pérez et al., 2019, p. 379).

En este contexto, la innovación se debe incorporar en el ADN de todos los empleados de la compañía, pensar siempre que hay una mejor manera de hacer la cosas, conservando la calidad del producto y/o servicio, y siempre pensando en los actores implicados, para el beneficio de todos.

Otro concepto muy interesante que complementa lo mencionado anteriormente:

Cuando la empresa toma la decisión de innovar, es necesario conocer algunos factores que ayuden a comprender de mejor manera los gustos y preferencias del mercado, a identificar aquellos productos o actividades que puedan someterse al proceso de innovación y, sobre todo, a determinar si la industria tiene los recursos tecnológicos y económicos que impliquen la innovación con sus correspondientes costes y beneficios que se pretenden obtener al finalizar el proceso. Todas las áreas o departamentos que forman parte de la organización son susceptibles de incluirse en el proceso de innovación. (Díaz Muñoz y Guambi Espinoza, 2018, p. 217)

El entorno y mercado es cada vez más competitivo y demandante para las empresas, por lo que hace que cada vez sea más difícil su supervivencia; aquí la importancia de que estas estén en una continua investigación, de desarrollo e innovación, para progresar y generar mayores ingresos con respecto a la competencia.

Tipos de innovaciones

La innovación se puede clasificar en varios tipos, por mencionar algunos: están la innovación social e innovación organizacional, donde su impacto en las empresas hace que puedan ser sostenibles y tener continuidad en el negocio, lo que a su vez se traduce en crecimiento económico. Pero es importante recalcar que, para que este crecimiento tenga sentido y sea sostenible en el tiempo, las empresas deben aportar al crecimiento de la sociedad en su entorno, porque cuando la situación económica de la sociedad mejora, obviamente las empresas tendrán mayor capacidad económica, lo que se traduce en más clientes, mayores ingresos y bienestar para todos.

De acuerdo con Díaz Cáceres y Salcedo Pérez (2017):

La gestión de intangibles como proceso de innovación de la gerencial social, ayuda a que las empresas traten de distinguirse por rasgos que aporten valor agregado (...) el objetivo entonces será fidelizar mediante servicios, confianza, construcción de reputación, atención, entre otros elementos. (p. 8)

Lo anterior, se podría interpretar en que las empresas no solo deben innovar en sus productos, servicios, tecnología, también deben hacer innovaciones internas como en sus procesos, en el campo organizacional, implementando nuevas formas de trabajo para fortalecer

el desarrollo sostenible de las mismas. Otra razón importante de esto es lo que se menciona a continuación:

Las organizaciones deben asumir otra dinámica con nuevos patrones de aprendizaje que conlleven a innovar en lineamientos estratégicos gerenciales. Por ello, se ha embozado como tendencia de la cultura organizacional plantear un auto-reconocimiento empresarial, partiendo de la visibilización del conjunto de rasgos particulares y en los valores compartidos que diferencian a una organización de las demás, conocida como identidad organizacional; hasta llegar a una corporación exitosa de procesos asertivos de comunicación. (Rodríguez, como se cita en Muñoz Rodríguez et al., 2018).

En las compañías colombianas se están implementando estrategias de innovación organizacional y social desde sus procesos organizacionales, y un claro ejemplo es la realidad que se está viviendo en este momento en la organización del Grupo Bancolombia, con respecto al tema de agilismo, lo cual para la organización es ya un tema de innovación. Es la aplicación de todo un esquema de formas de trabajo que busca poder tener unos mejores resultados financieros. El proyecto de Banca en Movimiento es un esquema de innovación aplicado al agilismo que, desde el acompañamiento de la estructura corporativa, se verá reflejado financieramente más específicamente en tres indicadores estratégicos que son La Satisfacción y Experiencia del Cliente, La Generación de Valor, y La Eficiencia, pero si no se tiene esa convicción desde la estrategia, realmente no tendrían cómo adoptar la idea de innovación y de cultura.

Por tanto, aquí es donde se conecta todo el tema financiero con la innovación, en la aplicación de nuevas formas de trabajo, con la incorporación de metodologías ágiles, que permitan realmente ser mucho más veloces en el qué hacer; lo que, a su vez, hace que la organización evolucione de su pensamiento egoísta, donde ya no se piensa únicamente en sus ganancias, sino en que las acciones que emprendan tendrán implicaciones en la sociedad, creando un ambiente social y responsable entre consumidores y organizaciones.

Como todo en la vida, y de acuerdo con una frase muy famosa dicha por Einstein: “si buscas resultados diferentes, haz las cosas diferentes”; pero esto también debe estar siempre enmarcado en la constancia; igual pasa con las organizaciones:

La palabra innovación siempre ha estado presente en el contexto empresarial, actualmente es cuando se convierte en una opción diferenciadora para las organizaciones a la hora de sobresalir y sobrevivir en los mercados (...) este proceso

innovador no puede ser intermitente, debe ser constante y fluido. (Canizales Muñoz, 2020, p. 51)

Así que, para que una empresa sea rentable y sostenible en el tiempo, es indispensable tener dentro de sus estrategias la implementación de una gestión de innovación, ya que, en un mundo tan competitivo, con un amplio mercado y evolución tecnológica, las empresas siempre tienen que estar a la vanguardia y buscar siempre su mejora continua, lo que a futuro obviamente se verá reflejado en su salud financiera. Pero, indiscutiblemente, para que esto se pueda dar, las empresas deberán invertir capital para la implementación de las diferentes innovaciones que se tengan, volviendo al ejemplo del Grupo Bancolombia, con su nuevo esquema de formas de trabajo y Banca en Movimiento, donde se tuvo que realizar inversiones de dinero para contratar asesores externos expertos en estos temas, en capacitaciones a sus empleados, adecuaciones físicas, implementaciones en herramientas de sistemas de información, por mencionar algunos.

Es importante saber que todo tiene sus pros y sus contras, y la innovación no es ajena a esto; por tanto, algunas desventajas que tendrían son el afrontar mayores costos de inversión, mayor tiempo de investigación, mayor riesgo, entre otros; y en cuanto a las ventajas, serían el incremento de la lealtad de los clientes, liderazgo tecnológico y de mercado, grandes retornos económicos.

En cuanto al contexto social en todo el mundo, es indiscutible que este factor se ha vuelto más complejo a través del tiempo, por lo que las empresas se han visto en la necesidad de aportar a la disminución de las brechas que afectan al buen desarrollo económico de un país; han incursionado entonces en la que se llama responsabilidad social empresarial, el cual es un concepto muy similar a la innovación social.

Actualmente uno de los mayores focos de atención de grandes compañías es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ya que las actividades económicas que éstas ejercen afectan a la sociedad y al ambiente, sin embargo, el entorno hoy es más complejo, con mayores problemas que impiden el desarrollo de la sociedad y a su vez hacen que la participación y contribución empresarial sea menos efectiva. Debido a esto surge la Innovación Social como nuevo fin de la empresa, permitiendo ir más allá de lo planteado por la RSE. (Arévalo Velásquez & Moncada Salazar, 2016, p. 2)

Aunque la responsabilidad social empresarial no es lo mismo que innovación social si son muy similares, ya que ambas buscan el bienestar de las sociedades; pero hoy en día, la responsabilidad social se ha ido transformando hacia la innovación social, ya que por las

dificultades actuales se necesita que las acciones empresariales sean más efectivas por medio del rediseño de sus estructuras organizacionales, técnicas, productivas y comerciales, para así crear un mayor impacto social con una retribución económica.

Concluyendo se podría decir que la innovación es evidentemente necesaria en todas las empresas, pero si se mira la situación de las empresas colombianas, se puede percibir que aún hay mucho camino por recorrer, debido a la escasez de recursos económicos, a la falta de cultura, disciplina, compromiso, y ganas de hacer las cosas diferentes y mejor.

Así como las empresas hoy en día se enfrentan a una globalización de mercado exigente de mayores capacidades competitivas, estas requieren estar a la vanguardia en estrategias de innovación; es decir, deben implementar capacidades específicas, detectar las necesidades del cliente, nuevas opciones tecnológicas, y promover una adecuada estrategia de innovación de sus modelos de negocio que aporten a su sostenibilidad en el mercado y, a su vez, un mayor rendimiento financiero.

Por tanto, es importante pensar que todo administrador de empresas requiere de la capacidad de hacer que las compañías hagan parte de su razón de ser, el ofrecer una mejor calidad de vida para la sociedad, hacer que sus actividades de responsabilidad social se conviertan en innovación social para que puedan brindar nuevas soluciones a las problemáticas de la sociedad.

Así que, para impulsar la innovación empresarial, es vital que las empresas realicen inversiones en tecnologías de información para fortalecer y mejorar su productividad, la oferta de sus productos y/o servicios, ampliar sus operaciones y hacer más eficientes sus costos operativos, invertir en su capital humano por medio de capacitación o consecución de personal especializado con habilidades y competencias adecuadas, invertir en cultura empresarial la cual debe ser impulsada desde las áreas directivas de las compañías para garantizar que los objetivos de la organización estén alineados con una gran capacidad de adaptación ante su entorno. Pero con todo lo anterior: ¿Por qué muchas empresas fracasan a pesar de tener grandes ideas innovadoras? ¿Qué permite que una innovación se convierta en un nuevo producto de éxito? La actualidad enseña que a diario se vive una serie de nuevos retos, de nuevos comienzos, por lo que la innovación en las empresas debe ser permanente, en una continua reinención para no quedar relegados por una realidad VUCA; es decir, en una realidad volátil, de incertidumbre, compleja y ambigua; por ende, el éxito o fracaso de la innovación dependerá de si son bien aplicados o no algunos factores como: la toma de decisiones por parte de la dirección, de una

estrategia corporativa, de la investigación del mercado, del conocimiento del cliente, del diseño de la estructura organizacional y su entorno en general.

Referencias

- Arévalo Velásquez, Y. P., & Moncada Salazar, D. A. (2016). *La innovación social como un paso delante de la responsabilidad social empresarial generalidades, una visión de Bogotá*. Universidad de la Salle.
https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1629
- Burbano Pérez, A., Velástegui Carrasco, E., Villamarin Padilla, J., & Novillo Yaguarshungo, C. (2019). La innovación como estrategia fundamental de la gerencia. *Revista Polo del Conocimiento*, 3(24), 374-385.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:KfJu-626ny4J:https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/682/836+&cd=20&hl=es-419&ct=clnk&gl=co>
- Canizales Muñoz, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50-69.
<http://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/78/163>
- Cote, A., & Concha, R. (2020). Patrimonio e Innovación Social: Preliminares para una perspectiva de Investigación Aplicada. En E. Ricci (Ed.) *Innovación Social. Itinerarios y Experiencias* (p. 159). Ediciones Universidad Católica del Norte.
<https://bit.ly/3QWcMhc>
- Díaz Cáceres, N., & Salcedo Pérez, C. (2017). La gerencia social y los procesos de innovación en la búsqueda de la sostenibilidad. *Revista Espacios*, 38(52), 4.
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p04.pdf>
- Díaz Muñoz, G., & Guambi Espinosa, D. (2018). La innovación baluarte fundamental para las organizaciones. *Revista INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 212-229.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6828572>
- Haro Carrillo, F. A., Córdova Rosas, N. C., & Alvarado Garcés, M. A. (2017). Importancia de la innovación y su ejecución en la estrategia empresarial. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 88-105. <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/167/291>

- Muñoz Rodríguez, C., Gutiérrez Márquez, I., & Arias, O. (2018). La cultura de innovación social en las organizaciones. *Punto de Vista*, 9(13).
<https://doi.org/10.15765/pdv.v9i13.1123>
- Rivera Rodríguez, H., & González Rodríguez, W. (2020). Gente, cambio e innovación: condiciones para la perdurabilidad empresarial. *Dimensión Empresarial*, 18(2).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632020000200095
- Velásquez Retrepo, S., Pino Martínez A., Restrepo Zapata, E., & Viana Rúa, N. (2018). Innovación en empresas: estado del arte considerando tendencias para su implementación. *Revista Espacios*, 39(48), 7.
<http://ww.revistaespacios.com/a18v39n48/18394807.html>