

GERENCIA ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EMPRESARIAL: REFERENTES CONCEPTUALES¹

STRATEGIC MANAGEMENT AND BUSINESS INNOVATION: CONCEPTS CONCERNING

GESTÃO ESTRATÉGICA E INOVAÇÃO EMPRESARIAL: REFERÊNCIAS CONCEITUAIS

Carlos González Molano²
José Luis Martínez Campo³

FORMA DE CITACIÓN

González, C. y Martínez, J.L. (2014). Gerencia estratégica e innovación empresarial: referentes conceptuales. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 1, p. 107-116.

JEL: M1, M11, M21.

RESUMEN

La innovación se ha convertido en uno de los instrumentos fundamentales dentro de las empresas que quieren seguir siendo competitivas y además socialmente responsables, en un entorno cada vez más complejo y cambiante. Con todo, la innovación no es un concepto fácil de entender; muchas empresas, e incluso académicos, todavía desconocen su significado y cómo puede afectar su evolución. Así mismo, la innovación no siempre implica crear algo nuevo, sino que a veces está relacionada con implementar algo que ya existe. No obstante, muchas firmas abusan de esta definición básica; todo lo que es nuevo para ellos, por pequeño que sea, lo llaman innovación; confundiendo en muchos casos la innovación con mejora continua. Este artículo busca lograr una aproximación entre la gerencia estratégica y la innovación empresarial, desde una perspectiva de la evolución conceptual de estos constructos.

Palabras clave: Innovación empresarial, Gerencia estratégica, Capacidades de innovación

Contenido

Introducción, 1. Fundamentos teóricos, 2. Reflexión final

¹ Artículo de reflexión. Este artículo se presenta a partir de la tesis doctoral "Modelo de evaluación de capacidades dinámicas de innovación empresarial en el sector manufacturero" y hace parte de los requisitos de grado del doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad del Zulia, Venezuela. Recibido en diciembre 10 de 2013. Aceptado para publicación 20 abril de 2014.

² Ingeniero Civil, MBA, Doctorante en Ciencias Sociales mención Gerencia - Universidad del Zulia. Docente Tiempo Completo Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia. Email: carlos.gonzalez2511@uac.edu.co

³ Ingeniero Industrial, MBA, Doctorante en Ciencias Sociales mención Gerencia - Universidad del Zulia. Director programa de Ingeniería Industrial. Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia. E-mail: jose.martinez@uac.edu.co

ABSTRACT

Innovation has become one of the key instruments in companies that want to remain competitive and socially responsible, in an increasingly complex and changing environment. Innovation is not an easy concept to understand; many companies, and even academics, are still unaware of their meaning and how it can affect their evolution. Innovation does not always mean creating something new, sometimes implement something that already exists. However, many companies abuse this basic definition, all that is new to them, however small, call it innovation in many cases blending innovation with continuous improvement. This article seeks to achieve an approximation between strategic management and business innovation, from the standpoint of the conceptual evolution of these constructs.

Key words: Innovation, Strategic Management, Innovation capabilities

Content

Introduction 1. Theoretical Foundations, 2. Final Thoughts

RESUMO

A inovação converteu-se num dos instrumentos fundamentais dentro das empresas que querem seguir sendo competitivas e ademais socialmente responsáveis, num meio a cada vez mais complexo e cambiante. Com tudo, a inovação não é um conceito fácil de entender; muitas empresas, e inclusive académicos, ainda desconhecem seu significado e como pode afectar sua evolução. Assim mesmo, a inovação não sempre implica criar algo novo, senão que às vezes está relacionada com implementar algo que já existe. Não obstante, muitas assinaturas abusam desta definição básica; todo o que é novo para eles, por pequeno que seja, o chamam inovação; confundindo-se em muitos casos a inovação com melhora contínua. Este artigo procura conseguir uma aproximação entre a gerência estratégica e a inovação empresarial, desde uma perspectiva da evolução conceptual destes constructos.

Palavras-chave: Inovação empresarial, gerência estratégica, capacidades de inovação.

Conteúdo

Introdução 1. Fundamentos teóricos, 2. Considerações finais

INTRODUCCIÓN

Es de aceptación generalizada que la innovación es un factor clave para la competitividad, ya no sólo de las empresas, sino también para el crecimiento de las economías nacionales y regionales, donde constituye un elemento fundamental.

A pesar de lo anterior, se ha encontrado evidencia del deficiente dinamismo entre la empresa, la innovación y la investigación, tanto en Pymes y grandes empresas como lo afirma la CEPAL (2013). Este comportamiento podría permitirse hace un tiempo atrás, pero no en la era actual, en la cual las empresas están sumergidas en tiempos intensos y complejos.

Ahora, más que nunca, hay un aumento exponencial de la competencia, el ciclo de vida de los productos es más corto y los clientes, mucho más exigentes, quieren más y mejores productos y servicios, en tiempos muy cortos (Datar, 2012).

Para hacer frente a este entorno global, las organizaciones pueden hacer uso de la innovación como una estrategia clave que les permita crear una ventaja competitiva que garantice el crecimiento sostenible, generar diferenciación y creación de riqueza (Rao, 2012: 19).

Por otro lado, siguiendo, al Manual de Oslo (OECD y EUROSTAT, 2005),

una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

Desde esta perspectiva la innovación adquiere un significado amplio que abarca todos los ámbitos de la empresa.

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Gerencia estratégica

De acuerdo con Teece, Pisano y Shuen (1997), basados en las teorías de Schumpeter, la cuestión fundamental en el campo de la gestión estratégica es la comprensión de la manera cómo las empresas alcanzan y mantienen su ventaja competitiva. Para estos autores, el mundo empresarial está conformado por aspectos relacionados con una competencia basada en la innovación, la relación precio-desempeño, el incremento de las utilidades y la “destrucción creativa”⁴

Para Penrose (1959) considera que una firma es más que una unidad administrativa, es también una colección de

⁴ Schumpeter afirmaba que el desarrollo económico está movido por la innovación, por medio de un proceso dinámico en el cual nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas. Llamó a este proceso “destrucción creativa” (OCDE, 1997, p. XX)

recursos productivos dispuestos entre los diversos usuarios en un cierto plazo, dada una decisión administrativa. Cuando se mira el proceso de negocio de la empresa privada desde este punto de vista, el tamaño de la firma es mejor calibrado a través de la medición de los recursos productivos que emplea. En este contexto, se encuentran varios paradigmas que enmarcan el análisis estratégico empresarial. Uno de ellos corresponde a la perspectiva basada en recursos (RBV)⁵, la cual considera que los recursos de la empresa se integran en capacidades que le permiten llevar a cabo acciones específicas con propósitos estratégicos.

Según Teece, Pisano, y Schuen, (1997), la RBV considera que las empresas son sistemas superiores y estructuras rentables no sólo porque se dedican a realizar inversiones estratégicas que pueden disuadir la entrada y subir los precios por encima de los costos de largo plazo, sino por ofrecer una calidad o rendimiento del producto notablemente superior. Así mismo, las firmas son heterogéneas respecto a sus recursos/capacidades/dotaciones.

Dado que en la perspectiva de recursos las compañías poseen paquetes de recursos heterogéneos, el proceso de decisión de entrada en el mercado sugiere: 1) identificar sus recursos únicos o diferenciadores, 2) decidir los mercados en los cuales tales recursos pueden generar mayores rendimientos, 3) decidir entre a) integrarse en mercados relacionados, b) vender el producto intermedio correspondiente a empresas relacionadas, c) vender los activos a una firma de negocios relacionados (Teece, 1982). Lo anterior denota que la RBV se enfoca en estrategias para explotar los activos existentes de las empresas, considerando estrategias para el desarrollo de nuevas capacidades.

En este sentido, Teece, Pisano, y Schuen (1997) definen las capacidades dinámicas como los conductores detrás de la creación, evolución y recombinación de recursos en nuevas fuentes de ventaja competitiva. Por su parte, Eisenhardt y Martin (2000) consideran las capacidades dinámicas como los procesos de la empresa que usan recursos específicamente

⁵ El término RBV (Resources Based View) fue acuñado por Wernerfelt (1984)

para integrar, reconfigurar, ganar y liberar recursos, para adaptarse e, incluso, generar cambios en el mercado. Así, las capacidades dinámicas son las rutinas organizacionales y estratégicas por las cuales las firmas logran nuevas configuraciones de recursos tales como incursión en mercados, división y evolución. Así mismo, las capacidades clave (core capabilities) son consideradas por Teece, Pisano y Shuen (1990) como un conjunto de destrezas diferenciadas, bienes complementarios y rutinas que proporcionan las bases de las capacidades competitivas y ventaja sostenible de una empresa en una industria particular.

Por su parte, para Leonard-Barton (1992) la perspectiva basada en el conocimiento define una capacidad clave como el conjunto de conocimientos que distingue y proporciona una ventaja competitiva. Existen cuatro dimensiones de este conjunto de conocimiento: 1) conocimiento y destrezas de los empleados, incorporados en 2) sistemas técnicos. Los procesos de creación y control del conocimiento son guiados por 3) sistemas gerenciales. La cuarta dimensión corresponde a 4) los valores y normas asociadas con los diferentes tipos de conocimiento incorporado y con los procesos de creación y control de conocimiento. Estas cuatro dimensiones son cruciales para la gestión de nuevos productos, desarrollo de procesos y capacidades clave.

En tal sentido, es importante resaltar que las capacidades dinámicas potencian las ventajas competitivas que conlleven al incremento de la competitividad empresarial, estableciendo una relación clara entre los esfuerzos organizacionales y el despliegue de sus capacidades para el logro de un desempeño dinámico, en términos de innovación empresarial.

2.1. Gestión de la investigación, desarrollo e innovación empresarial

De acuerdo con Robledo, López y Zapata (2010), históricamente a la gestión de la I+D+i, se asocia la capacidad de I+D de las empresas, pero, si se tiene en cuenta la complejidad de una empresa, es claro que se hace también necesario desarrollar otro tipo de capacidades al interior de la organización, muchas de tipo funcional o de gestión, si se

desea alcanzar la innovación bajo la directriz de un sistema de gestión de I+D+i. Esta necesidad es, además, acuciante en el país en razón a la competencia de los mercados más dinámicos.

Es así como se plantea la necesidad de contar con metodologías y herramientas para evaluar la capacidad de gestión de la innovación, con miras a intervenir oportuna y asertivamente las empresas, que mediante la gestión de proyectos de innovación pueden encontrar soluciones que sean coherentes con el resultado de la evaluación y evolución de sus capacidades y que respondan con sus propósitos estratégicos, en procura de hacer las empresas más competitivas en sus respectivos mercados.

La innovación está relacionada con inversiones en ACTI⁶ tanto del sector privado como del sector público. Según el Observatorio de Ciencia y Tecnología (OCyT), la mayor parte de esta inversión es realizada por el sector público, y una proporción menor por el sector privado (55% frente a 45% en el caso de ACTI), que contrasta con lo que ocurre en países desarrollados, en los que la inversión pública es la que tiene menor participación (38% frente a 62% en el caso de I+D)

En cuanto a lo anterior, se puede apreciar que el esfuerzo de innovación empresarial se sitúa por debajo del nivel que debería tener Colombia de acuerdo a su nivel de ingreso. Lo que significa que la innovación en Colombia no está dentro de los «*top of mind*» de las estrategias de negocios de la mayoría de las empresas, incluso líderes sectoriales. De acuerdo a los datos de la IV Encuesta Nacional de Innovación del DANE (2007-2008), sólo un 11,8% de las empresas colombianas innovan en producto o proceso. Dado el nivel de ingreso per cápita del país, en una perspectiva comparativa con otras naciones, tal porcentaje debería ser cercano al 30%.

A lo anterior se suma que, de acuerdo con revisiones referentes como Teece, Pisano, y Schuen (1997), Eisenhardt y

⁶ Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación

Martin (2000) y Robledo, et al (2010), se denota una carencia de herramientas metodológicas para evaluar las capacidades de innovación de las empresas, pero son objeto de construcción. Es evidente que la herramienta metodológica de evaluación de capacidades de gestión para la innovación no es suficiente por sí sola en el marco de un sistema de gestión de la innovación, pero es un camino indispensable para contextualizar situaciones y tomar decisiones acertadas de conceptualizaciones que sean susceptibles de materializarse mediante proyectos y con la capacidad real de las empresas.

1.3. Cambio tecnológico y gestión de la innovación

El cambio tecnológico se ha convertido en el motor principal del desarrollo económico y la base para afrontar los retos de la competencia internacional. Su importancia ha sido reconocida desde hace varias décadas y se ha afianzado aún más con la emergente “sociedad del conocimiento”, en la cual la dinámica del crecimiento se encuentra determinada por la capacidad que tengan los diferentes actores para interactuar y consolidar redes de aprendizaje que fortalezcan la capacidad científico-tecnológica nacional e incrementen la productividad y competitividad de las organizaciones industriales a través del desarrollo continuo de innovaciones, tanto en los procesos y en los productos como en los métodos mismos de gestión empresarial.

Aunque es posible encontrar referencias importantes en relación con el cambio tecnológico en los planteamientos de los economistas clásicos del siglo XVIII (por ejemplo: Adam Smith, David Ricardo), es sólo hasta la segunda mitad del siglo XX cuando se empieza a analizar con fundamentación empírica el papel que desempeña el mismo en el crecimiento de las naciones. Con intenciones investigativas en esta materia, Solow (1957), concluyó que el crecimiento a largo plazo de la economía estadounidense (después de la guerra civil) no se explicaba satisfactoriamente a través del incremento de los factores tradicionales (capital y trabajo), sino que por el contrario existía un factor residual responsable de la mayor parte de dicho crecimiento (85%), el cual lo relacionó con la productividad y a partir de ella el cambio

tecnológico. Posteriormente a este trabajo se realizaron numerosas investigaciones, algunas fundamentadas en los mismos supuestos neoclásicos que guiaron el trabajo de Solow (i.e., Arrow, 1962) y otras basadas en la propuesta epistemológica de la corriente económica evolucionista (por ejemplo: Nelson y Winter, 1982; Dosi, Nelson y Winter, 2000). Estas dos escuelas comparten la valoración de la productividad y cambio tecnológico como la clave para el desarrollo.

A partir de la década de los sesenta, el reconocimiento público de la importancia del cambio tecnológico se hizo cada vez más evidente llegando a constituir un aspecto importante dentro de las políticas y programas de desarrollo de diferentes naciones. Durante este mismo periodo empezaron a crearse igualmente grupos y programas de investigación, como el MIT Research Program on the Management of Science and Technology en 1962, orientados al estudio de temas relacionados con la gestión de la tecnología en la empresa. De esta forma, el cambio tecnológico que en un primer momento se había abordado utilizando unidades de análisis macro (sistema económico e industrial), desarrolla una nueva dimensión enfocada en el análisis de elementos desagregados micro como la empresa, el departamento de I+D e incluso el producto. Es así como surge una nueva disciplina llamada por algunos gestión de la innovación dirección de la innovación (Nieto, 2001) e incluso gestión tecnológica, orientada al estudio de los procesos de innovación en el ámbito empresarial y su integración dentro de la estrategia corporativa como elemento clave para el éxito organizacional.

Los cambios acontecidos en los mercados mundiales durante las últimas décadas, caracterizados por una reconfiguración de la estructura competitiva y el posicionamiento de economías emergentes especialmente en sectores como la electrónica, la automoción y las TIC, han incrementado significativamente la importancia de la tecnología como base de la competitividad industrial, obligando a las empresas a orientar sus estrategias de negocio hacia el desarrollo de capacidades tecnológicas y a la creación de actitudes positivas hacia la innovación.

Así mismo, en el ámbito académico el estudio de los fenómenos innovadores ha cobrado mayor interés y se han obtenido progresos relevantes que han permitido desvelar nuevos aspectos del cambio tecnológico. Una prueba de ello ha sido el incremento del número de publicaciones científicas relacionadas con el estudio de la innovación, así como las diversas disciplinas que han abordado su análisis. Las investigaciones realizadas en relación con este tema se caracterizan por la diversidad de enfoques adoptados y por las unidades de análisis seleccionadas. Se pueden encontrar desde estudios sociológicos que contemplan la relación ciencia, tecnología y sociedad hasta estudios enmarcados en el campo de la dirección empresarial que se centran en la relación entre la innovación y la estrategia organizacional. Nieto (2001), presenta una tipología de los diferentes niveles de estudio a través de los cuales se ha desarrollado la investigación de la innovación, la cual puede servir de base para realizar una ubicación inicial del tema objeto de estudio: la gestión de la innovación en la empresa.

Este último autor no ofrece una definición clara de lo que significa la dirección de la innovación, aduciendo que es una materia en proceso de consolidación y que ha surgido por la confluencia de distintas ciencias sociales. No obstante destaca que en un sentido amplio esta área de estudio ha emergido y se ha consolidado especialmente a partir del campo de la dirección de empresas, razón por la cual comparte su carácter multidisciplinar, lo cual, si bien le ha permitido enriquecerse de las aportaciones generadas al interior de otras disciplinas (economía, psicología, sociología, historia, etc.), ha dificultado la consolidación de un paradigma que defina una sólida base metodológica para la gestión tecnológica en la empresa.

Así mismo, el estudio de la innovación a nivel micro (empresa, departamento de I+D, proyecto, etc.) ha sido abordado fundamentalmente por la dirección de empresas y se ha orientado al análisis de los factores organizacionales que determinan el éxito de las actividades de innovación y las relaciones existentes entre el proceso de innovación y la estrategia corporativa y competitiva de la organización. En esta línea las investigaciones han girado en torno a la

identificación de los elementos que influyen en el diseño de la estrategia de innovación empresarial y la forma como se organiza y controla las actividades innovadoras en la empresa. Los estudios realizados en esta área han experimentado un cambio importante, tanto en los aspectos analizados como en las metodologías empleadas. Nieto (op. cit), plantea tres perspectivas, que han influenciado la evolución de la teoría de la innovación: el enfoque operativo, el enfoque estructura-conducta-resultados (ECR) y el enfoque basado en los recursos (EBR).

1.4. Capacidades dinámicas y gestión estratégica

De acuerdo a Fuhl (2006), la influencia de los mercados más dinámicos o globalizados, junto con una rivalidad cada vez más fuerte por parte de las empresas existentes, ha hecho que los mercados cambien de manera cada vez más rápida, no sólo en los productos y servicios que ofrecen, sino también en la forma de entender y enfrentar la competencia. Así, el ambiente actual exige un incremento en la competencia, rápidas mejoras tecnológicas y, por tanto, manejar los ciclos de vida de los productos en el corto plazo. Es en este escenario en el cual las capacidades dinámicas se muestran como la opción para la creación de riqueza en ambientes de rápido cambio. Se pueden evidenciar las capacidades dinámicas de una empresa respondiendo a situaciones de crisis. En estas razones el enfoque en tecnología es vital para la implementación de estrategias que permitan innovar y perdurar de manera competitiva.

Los cambios organizacionales, han evolucionado a medida que se generan modificaciones mentales y estructurales en el hombre, a fin de lograr ser sostenibles en el tiempo. La velocidad con que se generan los cambios a través de los años es cada vez más vertiginosa y esto es producto de la revolución tecnológica, generando en las compañías la necesidad de estar atentos a las tendencias del mercado, en las cuales los clientes cada día poseen más información debido a la facilidad de su acceso. Ello implica dos hechos importantes: por un lado la capacidad que deben desplegar las empresas para comprender que quiere el cliente y, por otro, la búsqueda de diferenciación en contravía a la preten-

sión de uniformidad derivada de la propuesta industrialista del siglo XIX y buena parte del XX.

Para las compañías alcanzar ventajas competitivas y sostenibles es necesario ser dinámicas dentro de su plan estratégico para lograr la capacidad de crear conocimiento, transferirlo entre sus integrantes (diferentes áreas funcionales que conforman la organización), estableciéndose el comportamiento del conocimiento, a fin de que se desarrolle la aplicación del conocimiento.

De acuerdo a Pedraja, Rodríguez y Rodríguez (2006), las capacidades dinámicas en las organizaciones, son reconocidas como ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y la gestión del conocimiento a través del ciclo de vida de la empresa, el cual se desarrolla de la siguiente manera:

- **Nacimiento de la Firma:** *En esta etapa la empresa tiene más énfasis sobre la creación del conocimiento y éste puede volverse muy exitoso. Aquí los trabajadores tienen pocas barreras de comunicación efectiva, comparten conocimiento en los almuerzos y asambleas, es decir de manera informal.*
- **Crecimiento:** *Aquí la empresa se preocupa por compartir conocimiento, como la creación de la Internet.*
- **Madurez:** *Aquí la empresa crea sistemas formales y estructuras que van a facilitar la explotación de conocimiento y oportunidades. La empresa crea capacitación, se relaciona con los stakeholders, etc.*

La economía del conocimiento⁷, entendida como la capacidad de aprender nuevas capacidades, termina, de esta

⁷ El papel crucial del conocimiento en el bienestar y desarrollo económico es ampliamente reconocido en estudios internacionales. Países, regiones, sectores y empresas que muestran un crecimiento mayor son aquellos que han sido más exitosos en la generación y aplicación de conocimiento. Para enfatizar y poder captar el dinamismo del momento actual, el concepto 'economía de aprendizaje' se ha preferido sobre 'economía de conocimiento'. Parte de la hipótesis que en las décadas pasadas hubo una aceleración en la creación y destrucción de conocimiento. El éxito de muchas actividades económicas no es tanto tener el acceso a una masa de conocimiento especializado. El camino hacia el éxito parece estar más en la habilidad de aprender y desaprender rápidamente. (Archibugi y Lundvall, 2001, 307).

manera, siendo la mayor fuente de creación de valor, a través de la innovación, la productividad y la diferenciación en los mercados. De ello, las dinámicas del aprendizaje en las organizaciones enmarcan un contexto fundamental para el desarrollo organizacional: garantizan la sostenibilidad de las empresas a través del tiempo, dentro de su entorno de competencia, expresado como capacidad evolutiva.

Las lógicas difusas de la competencia, expresadas como se presenta teóricamente en estas líneas, ha conducido a que las compañías se hayan visto obligadas a cambiar sus estructuras estáticas a estructuras flexibles, en función de reorientarse a actividades cuyos nortes son la satisfacción de las necesidades del cliente y alcanzar valores diferenciales respecto a los competidores apoyadas por importantes y altamente dinámicas herramientas tecnológicas.

Alcanzar ser dinámicos en el aprendizaje de las organizaciones es un recurso que demanda tiempo y esfuerzo para los gerentes y requiere de la participación de todos los integrantes de la empresa, con especial orientación del cuerpo directivo, incluyendo este recurso dentro de la planeación estratégica.

1.5. Capacidades básicas en la organización

Las capacidades básicas y rigideces centrales (core capabilities and core rigidities) representan un factor determinante para las competencias de la gestión de innovación, las cuales permiten a las empresas contar con un recurso humano más capaz para gestionar la organización inteligente. Cuatro elementos permiten establecer la importancia del desarrollo de competencias para gestión de innovación:

- Teoría de los recursos y capacidades.
- Innovación.
- Gestión de innovación.
- Competencias/capacidades para la gestión de innovación.

En este sentido, se destacan los cambios en las organizaciones ante las dinámicas que plantea la globalización y el avance tecnológico, así como la importancia de complementar las competencias generales con las competencias para la

gestión de innovación, principalmente para tener un mayor conocimiento, comprensión, sensibilidad y habilidad para innovar. Es más que evidente que la empresa del presente siglo desarrolla sus actividades en un ambiente cada vez más globalizado y, de ahí, que deba considerar los recursos y capacidades y la innovación como elementos clave en la estrategia y el mantenimiento y desarrollo de ventajas competitivas.

1.6. Aprendizaje organizacional

De reciente introducción como estrategia organizacional y con directa interrelación con las capacidades de innovación empresariales, se encuentra el aprendizaje organizacional. Según Garvin (1994) el aprendizaje organizacional requiere de una organización capaz de crear, adquirir, y transferir conocimiento, y modificar su comportamiento para reflejar nuevos conocimientos y percepciones. Así mismo, Steib (1997) plantea que el aprendizaje organizacional se produce cuando los sistemas y la cultura de la organización son capaces de retener ideas y conceptos relacionados con las mejoras en los modos de actuar, de producir, de crear, en todos los ámbitos y esferas y transferirlos a nuevos individuos.

Por su parte, Argyris & Schon (1999) sostienen que las organizaciones que desarrollan el aprendizaje organizacional inician con simples procesos anti rutinarios, que no cuestionan la estructura de la organización, sus interrelaciones con el entorno, sus valores o sus procesos de toma de decisiones. Luego se adentra en un segundo nivel en el que se busca la reestructuración organizacional, siempre partiendo desde el aprendizaje individual, y que cuestiona la racionalidad detrás de las acciones.

En este sentido, se plantea el aprendizaje organizacional como una capacidad dinámica para crear, adquirir y transferir conocimientos, para ser traducidos en un cambio evolutivo en el comportamiento interno de las empresas, productividad, y una mayor adaptación a los cambios del entorno. Estos cambios pueden comprender cambios en la capacidad de procesamiento de la información proveniente del entorno,

modificaciones de las rutinas, reglas y procedimientos existentes, una renovación de los objetivos, políticas y normas, o simplemente puede conllevar a una modificación de los principios y valores clave de la organización.

De acuerdo con Cortina y Santiesteban (2011), son numerosas las investigaciones que destacan la importancia del aprendizaje organizacional para mantener y crear ventaja competitiva en la turbulencia del entorno. Su clave está en transformar la información en conocimiento, siendo éste más valioso cuanto más adecuada sea la gestión del conocimiento y el propio proceso de aprendizaje organizativo.

2. REFLEXIÓN FINAL

Las reflexiones centrales respecto a la innovación y las capacidades de innovación empresarial hacen referencia a que estos constructos deben encontrarse en el proceso de la gerencia estratégica y deben ser reconocidos como herramientas clave para el logro competitivo empresarial.

Esto explica la creciente preocupación en el campo de estudio de expertos en gestión de la innovación y dan cuenta de la necesidad de lograr que los empresarios y gerentes interrelacionen en su gestión estratégica, de manera íntima, la innovación como estrategia fundamental de negocio.

Como resultado de lo expuesto, las organizaciones modernas deben contemplar en su estrategia corporativa como aspecto clave para el éxito organizacional, el estudio de los procesos de innovación y su aplicabilidad.

Para ello deben desarrollar las capacidades básicas, junto con capacidades dinámicas que permitan aumentar sus posibilidades competitivas, coadyuvando a la generación de ventajas sostenibles en las empresas en un sector de una industria.

Es fundamental señalar el hecho de que las organizaciones deben realizar inversiones de recursos en ACTI (Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación) lo que debe traer como beneficio el aumento de su capacidad innovadora.

Para finalizar es importante que las organizaciones se sumerjan en el aprendizaje organizacional ya que esta estrategia organizacional les permitirá a estas adaptarse y ser más flexibles ante un entorno cada vez más dinámico y cambiante.

Se concluye de acuerdo a los conceptos presentados por las diferentes teorías gerenciales que la diferencia presentada actualmente en la conexión empresa-innovación-investigación puede ser superada por las organizaciones modernas, aplicando la gestión de la innovación empresarial en los planes de gerencia estratégica.

Por último, es clave resaltar que, luego de la revisión conceptual de gerencia estratégica e innovación, se ha observado una evolución del proceso de innovación mismo, pasando de contar con un carácter netamente estático a uno de naturaleza endógena, toda vez que los esfuerzos investigativos iniciales en este campo de estudio estuvieron focalizados al desarrollo de herramientas operativas orientadas al mejoramiento de la investigación y desarrollo. Finalmente, estos esfuerzos se han direccionado a las metodologías estratégicas para la gerencia de la innovación organizacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, se sugiere realizar futuros esfuerzos investigativos enfocados a la evaluación y fortalecimiento de capacidades de innovación empresarial en sectores, subsectores y clústeres específicos, que sean consideradas apuestas económicas y productivas claves regionales.

REFERENCIAS

- Archibugi, D. y Lundvall, B.A. (2001) *The Globalizing Learning Economy*. New York: Oxford University Press.
- Argyris, C., & Schon, D. (1999). *Organizational learning: a theory of action perspective*. California: Addison - Wesley.
- Arrow, K. (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors. *National Bureau of Economic Research, NBER*. En: <http://www.nber.org/chapters/c2144>. pdf consultado en diciembre de 2013.
- Cortina, J., Santiesteban, D. (2011) Perspectivas del aprendizaje organizacional como catalizador de escenarios competitivos. *Revista Ciencias Estratégicas*. Vol. 19 - No. 26 (Julio-Diciembre 2011)
- Datar, S. M. (2012). Convivir con la ambigüedad, *Revista IESE*, No. 14, p. 6.
- Dosi, G., Nelson, R, Winter, S. (2000). *The nature and dynamics of organizational capabilities*. Oxford: University Press.
- Eisenhardt, K., y Martin, J. (2000). Dynamic Capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21, 1105-1121.
- Fuhl, F. (2006). *The influence factors of dynamic capabilities: The case of innovation speed at Korean Electronics Companies*. Ketzin: Dissertation of the University of St Gallen. No. 3211. En [http://verdi.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/3211/\\$FILE/dis3211.pdf](http://verdi.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/3211/$FILE/dis3211.pdf) consultado en diciembre de 2013
- Garvin, D. (1994). Building a learning organization. *Harvard Business Review*. Enero 1999: 20.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidities- a paradox in managing new product development. *Strategic Management Journal*, 13: 111-125.
- Nelson, R.R., Winter, S.G. (1982). Search of useful theory of innovation. *Research Policy*, 6(1): 36-76
- Nieto, M. (2001). Evolución de los estudios sobre la dirección de la innovación tecnológica en la empresa. *Revista de Gestión de la Innovación*, Vol. 2, 41- 48.
- CEPAL (2013). Perspectivas económicas para América Latina. En: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/48374/LEO_2013.pdf consultado en noviembre de 2013.
- OECD y EUROSTAT (2005). Manual de Oslo. En: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDosloManual05_spa.pdf consultado en octubre de 2013.
- Pedraja R., L., Rodríguez, P, E., Rodríguez, J. (2006). Sociedad del conocimiento y dirección estratégica: Una propuesta Integradora. *Revista Interciencia*, 31 (8), 577-582
- Penrose, Edith. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York: John Wiley.
- Rao, J. (2012). Aprenda la lengua franca de la innovación. *Revista IESE*, 14: 13-19.

- Robledo, J., López, C., Zapata, W., Pérez, J. (2010). Desarrollo de una metodología de evaluación de las capacidades de innovación. *Perfil de coyuntura económica* No. 15, pp. 133-148.
- Solow, R. (1957). Technical change and aggregate production. *Review of economics and statistics*. Vol. 39 (3) p. 312-320.
- Steib, N (1997) ¿Tiene su empresa capacidad para aprender de forma continua? *Harvard Deusto Business Review*. 76, p. 54-58.
- Teece, D.J. (1982). Towards an economic-theory of the multiproduct firm. *Journal of economic behavior and organization*, 3(1): 39-63
- Teece D., Pisano, G., Schuen, A. (1990). Firm capabilities, resources and the concept of strategy. Consortium on competitiveness and cooperation. *Working paper #90-9, University of California, Center for Research in Management*.
- Teece D., Pisano, G., Schuen, A. (1997) Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, Vol. 18 (7), 509-533.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, Apr-Jun; 5, 2; p. 171-180.