



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

**“EMPRESA EN EL AMBITO GLOBAL: UN ENFASIS EN LA INNOVACIÓN CON I+D
Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA COLOMBIANA”**

PERIPLO INTERNACIONAL: NEW ORLEANS, ESTADOS UNIDOS

ANDRÉS FERNANDO GONZÁLEZ RINCÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

JULIO 2016

1. Resumen

El presente documento pretende enmarcar la importancia de la innovación, la investigación y el desarrollo con base en un estudio de caso de dos empresas norte americanas, en las que se evaluarán aquellos elementos que han sido clave para el posicionamiento de dichas empresas en el mercado y finalmente establecer su aplicabilidad en el contexto colombiano dentro las denominadas pymes.

A modo de valor agregado, es necesario reconocer las ventajas que se tienen al tomar como ejemplo a dos empresas norteamericanas y poder usarlas como un recurso informativo desde sus mismas instalaciones, con lo cual se hace propicio para el presente documento, no solamente la elaboración de conclusiones con base en dichas compañías sino ser consecuente con la realidad nacional, teniendo en cuenta la amplia tasa de mortalidad de las pequeñas y medianas empresas y las oportunidades que tendrían de establecerse en el ámbito global si son guiadas de manera efectiva .

Es por eso que a continuación se establecerá un análisis corporativo de la empresa Elmer Chocolate y Wal-Mart, tomando como base de la investigación elementos de suma importancia para el ámbito empresarial a nivel global como lo son la innovación, la investigación y el desarrollo y a partir de ahí proceder a la elaboración de criterios comparativos entre dicha organización y las empresas colombianas, con el fin de tomar lo elementos que se acoplen mejor a nuestro contexto y así contribuir al desarrollo.

2. Introducción

Las empresas conviven en un sistema global dinámico e interdependiente, en donde la complejidad de las relaciones han modificado, derribado y construido nuevos paradigmas que establecen las reglas de juego en un ambiente impredecible que deja atrás a aquellas organizaciones que no logren acoplarse a un modelo dominado por la denominada era de la Información, en la cual el conocimiento y el acceso a la tecnología se vuelve el núcleo del desarrollo continuo.

Sin embargo mantenerse al tanto de lo que ocurre en la actualidad y adoptar las nuevas tecnologías a los diferentes modelos de negocio y organizaciones que existen no resulta ser suficiente, pues los bienes y servicios de valor agregado arrebatan aquellos pedazos de los competitivos mercados a aquellos que no generan conocimiento y solamente lo asimilan, es a partir de esta problemática como surgen variables de suma importancia con una aplicabilidad prácticamente obligatoria en aquellas empresas que deseen lograr un crecimiento sostenible, como lo son la Investigación y el Desarrollo e igualmente la Innovación. “La empresa de clase mundial, se caracteriza por la rápida difusión del conocimiento, la cual depende en gran medida del grado de asociación entre la capacidad de producir conocimientos, de los mecanismos para “distribuirlos” de la manera más amplia posible y de la aptitud de los diversos participantes (individuos, empresas o asociaciones) para absorberlos y utilizarlos.” (Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez , Bisleivys. 2009)

Las últimas décadas han demostrado que en Latinoamérica existe un gran potencial para la creación y desarrollo de estas empresas capaces de sumergirse con éxito en el ámbito global,

el crecimiento económico de las naciones del sur del continente americano ha demostrado que entre muchas variables el emprendimiento es una de las más importantes, “En los países de América Latina se está produciendo una verdadera transformación en políticas de desarrollo empresarial, que incorpora el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción de una nueva mentalidad que valoriza la actividad empresarial.”(Inter-American Development Bank, 2004.) Específicamente en Colombia las denominadas PYMES son una fuente de desarrollo de vital importancia en el país, y demuestra también una fuerte inclinación hacia el emprendimiento por parte del colombiano, explorando otras posibilidades de subsistencia diferentes a la vinculación a las grandes compañías.

Sin embargo y aunque no es un tema que se trabajará a profundidad dado que no es el objeto de estudio de este proyecto es importante anotar que existe una gran tasa de mortalidad en estas empresas que difícilmente logran superar los primeros años de existencia. Los motivos pueden ser diversos, se pueden encontrar entre ellos la falta de habilidades administrativas y de planeación, la excesiva burocracia, la inseguridad del país entre otros; sin embargo existe un factor que también ha logrado ser determinante pues es la falta de conocimiento y la baja involucración en el ámbito global y sus tendencias (I+D, Innovación) lo que ha llevado a muchas empresas colombianas a no ser capaces de generar conocimiento y mucho menos mantenerlo, gracias a la experiencia obtenida en una empresa de los Estados Unidos (país con una tasa de emprendimiento alta), “considerado el país con mayor índice de emprendedores, las fundaciones, las universidades y los centros de enseñanza y de investigación privados”. (Inter-American Development Bank, 2004.)

Es necesario buscar aquellos elementos que hicieron de esta compañía una organización sostenible, y poder adaptar dichos factores a nuestro entorno teniendo en cuenta las diferencias y características del ámbito mundial.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Evaluar qué elementos claves para el éxito de las empresas Elmer Chocolate y Walmart son aplicables dentro de las empresas colombianas, para afrontar de mejor manera los retos que se hacen presentes en un ámbito global.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Conocer los criterios y estrategias que usaron las empresas estudiadas para alcanzar su posición actual en el mercado.

3.2.2 Identificar las similitudes entre estas compañías y la empresa colombiana.

3.2.3 Proponer desafíos a la empresa colombiana en términos de innovación.

4. Palabras Clave:

- a. **Investigación:** La búsqueda de conocimientos científicos nuevos que fundamentan los fenómenos y sucesos que ocurren, analizando propiedades, estructuras y relaciones para formular hipótesis, teorías y leyes. Las investigaciones aplicadas se orientan a la práctica, estudiando métodos y medios para ello. . (Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez , Bisleivys. 2009)
- b. **Desarrollo:** Utilización de conocimientos científicos para la producción de materiales, dispositivos, procedimiento, sistemas o servicios nuevos y mejorados. Realiza trabajos sistemáticos basado en conocimientos existentes, procedente de las investigaciones aplicadas y

de la experiencia práctica. . (Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez , Bisleivys. 2009)

- c. Innovación:** Según la Resolución 246 del Consejo de Estado de la República de Cuba en su capítulo 10 se considera que la innovación en las empresas logra producir cambios positivos que dan lugar a un nuevo estado del desarrollo. La base de las innovaciones es la utilización económica y socialmente útiles del conocimiento y las tecnologías. (Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez , Bisleivys. 2009).

5. Revisión de literatura

a. “El Desafío de la innovación”

Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez , Bisleivys.

Ministerio de Educación superior

La Habana: Cuba

El entorno empresarial ha sufrido una importante transformación por efecto de la globalización, las empresas que se desarrollan en el ámbito global se ven inmersas en la constante necesidad de gestionar el conocimiento, los autores de “El Desafío de la innovación” (Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez , Bisleivys. 2009) exponen la importancia que radica en una correcta administración o gestión del mismo como fuente de generación de valor agregado, y afirman que aunque existen diferentes definiciones en relación a la gestión del conocimiento, todas se amalgaman en un núcleo común el cual es la gestión de capital intangible de la organización en pro del mejoramiento continuo y el desarrollo de la misma.

Dicha gestión no puede tomarse a la ligera, los autores manifiestan la importancia de poseer un conocimiento detallado de ciertos elementos en pro de generar procesos coherentes y poder alcanzar objetivos visibles para la consecución de metas y objetivos, logran por lo tanto

establecer una lista de ítems a seguir que demuestran que la innovación, la investigación y el desarrollo son estructuras de conocimiento que se desglosan en diversos procesos y tareas que buscan dar origen a una sinergia que emerja como un nuevo valor agregado a la organización, ya sea en sus productos, en sus servicios o los procesos que se usan para brindarlos.

Resulta por lo tanto muy útil recalcar aquellos elementos que los autores usan para tener una gestión del conocimiento efectiva pues esto da luces para lograr identificar si las empresas que son objeto de estudio del presente proyecto logran acoplarse a lo que manifiestan los autores, es así como una organización debe:

Inventariar: Los autores definen esta función como la identificación de las tecnologías que ya hacen parte de la organización

Vigilar: Hacer seguimiento a las constantes evoluciones del ámbito tecnológico

Evaluar: Los autores hacen referencia a la importancia de conocer el potencial tecnológico propio.

Enriquecer: Hace énfasis en la necesidad de buscar nuevos estándares de conocimiento dentro de cualquiera que sea el campo de dominio de la organización, básicamente se puede resumir en la búsqueda constante de conocimiento.

Optimizar: Una efectiva utilización de los recursos.

Proteger: Un tema de suma importancia como es el de proteger los derechos y la autoría del conocimiento que se genera. (Suárez, Rogelio, Betancourt, Lianny de la, Jiménez, Bisleivys. 2009)

Lo anterior es simplemente una guía general que puede abrir paso al mejoramiento y desarrollo de la empresa, sin embargo no puede pasarse por alto la variabilidad de los componentes organizacionales dentro de los mercados que a su vez son más diversos y competitivos, pues esto genera un punto de análisis interesante al inferir que la inversión en I+D e innovación carece de medidas homogéneas entre las empresas y las industrias abriendo paso a la incógnita en relación a si las empresas que se desenvuelven o van a ser creadas en el ámbito global invierten lo suficiente, y si también invierten en las áreas correctas o todo lo contrario.

5.2 Innovación sin incertidumbre

John D. Wolpert

Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L

Madrid: España.

John D. Wolpert dice en su libro “Innovación sin incertidumbre” que apostarle a la innovación implica riesgos y por ende puede generar fracasos que más adelante alimentarían la resistencia en contra de la investigación, “Lo peor de todo es que la percepción de que las inversiones han fracasado genera escepticismo y resistencia en la empresa ante futuras iniciativas de innovación.” (Wolpert, John D, 2004), esto aporta un elemento fuerte de análisis, en especial si se lleva al contexto Colombiano y latinoamericano en general en donde los indicadores macroeconómicos demuestran que es una región con baja inversión en estos aspectos a comparación de lo que sucede en Estados Unidos, Europa y Asia, John continua diciendo “La innovación es siempre una búsqueda arriesgada, con un resultado incierto y a menudo remoto, pero ¿debe esto condenarla a una inversión irregular?” (Wolpert, John D, 2004), lo que Wolpert pretende con esta interrogante y su libro en términos generales es dar un nuevo enfoque a la

innovación, desviarla del secretismo empresarial que hace más sesgado su progreso y abrirse más a las nuevas ideas y tendencias de los mercado sin comprometer los factores críticos de su “Know How” que deben mantenerse en secreto.

5.3 Innovación Sostenible

Judy Estrin

Universidad de Granada

Granada: España

Si bien destinar recursos de todo tipo a la generación de conocimiento puede ser un proceso arriesgado, costoso y que al final puede dar resultados negativos no puede descartarse esta actividad, independientemente de la industria, del producto o servicio que se ofrezca, de los diversos procesos involucrados o las características propias de la compañía. Lo anterior puede soportarse con la premisa que Judy Estrin expone en su libro “Innovación Sostenible” que dice que “La innovación no es opcional” (Judy, Estrin, 2002), pues es una variable que no solamente afecta a las organizaciones sino al entorno económico en general, Estrin establece con claridad que pese a las diferencias entre las naciones del mundo todos coexisten en un entorno en el cual aún se depende del petróleo, del cambio climático y la seguridad nacional entre otros factores, de manera que los líderes empresariales y políticos de todo el mundo están en la obligación de desarrollar iniciativas de generación de conocimiento que cumplan las exigencias de los retos que el entorno nos presente en el ambiente sociopolítico actual.

Entonces se analiza el contexto Norteamericano con base en lo que expone el texto de Estrin, en donde es evidente la importancia que le da ella a los desarrollos tecnológicos y científicos como base fundamental del desarrollo de los Estados Unidos, tal como ella lo afirma “Innovación, exploración, libertad y renovación: ideales que han sostenido la vitalidad de la cultura y los negocios de Estados Unidos”. (Judy, Estrin, 2002) La autora de manera clara manifiesta que un elemento como la innovación no es una “cita llamativa” que le da un atractivo a las organizaciones a modo superficial, pues se hace vital conocer el proceso productivo del sector sea cual sea, y ser consciente de que una vez logrado un desarrollo en cualquiera que sea el ámbito en que se presente los resultados bien podrían generar beneficios de manera exponencial. Ese pensamiento en el que se le da un realce o importancia a la innovación es lo que ha dado como resultado el hecho de haberse convertido en la nación más influyente a nivel económico, político y cultural de todo el mundo.

Si se toma como base el texto de Estrin, en el contexto colombiano, como bien se dijo en la sección introductoria del presente proyecto se hace necesario dar un valor agregado a una ponencia de este tipo teniendo en cuenta que su aplicabilidad puede acarrear beneficios a posteriori dentro de nuestro entorno, ya sea descubriendo algo, reafirmando una teoría, o simplemente generando una reflexión que de paso a un posible mejoramiento. La ventaja que acarrea la posibilidad de conocer dos empresas de distintos sectores del mercado Norteamericano es que se pueden evaluar métodos, estructuras y procesos que a la larga (y sin descartar la importancia que conlleva reconocer que existen grandes diferencias entre su sector empresarial el nuestro), pueden emularse con el fin de mejorar la competitividad de las empresas que se han creado o están por crearse y deban desenvolverse en un ámbito global, es aquí donde

se abarca un elemento clave que tiene gran relación con la innovación y el I+D conocido como competitividad.

5.4 La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones

Hidalgo Nuchera, Antonio, León Serrano, Gonzalo, Pavón Morote, Julián

Universidad de Alcalá

Madrid: España

“La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones” es un texto en donde sus autores logran enlazar la innovación como fuente de competitividad lo cual puede resultar vital para la empresa colombiana que sea cual sea su tamaño, estructura o razón social está cada vez más inmersa en los mercados globales, sin embargo no necesariamente implica un gran desgaste el cual las empresas no son capaces de soportar, de hecho los autores afirman que “El desarrollo de la innovación implica la implementación de un cambio en el ámbito de la organización que no necesariamente tiene que ser de especial relevancia. Más bien sucede al contrario, es decir, que con frecuencia es la acumulación de pequeñas innovaciones la que origina importantes avances en el ámbito competitivo”. (Hidalgo Nuchera, Antonio, León Serrano, Gonzalo, Pavón Morote, Julián, 2003)

Lo que se pretende demostrar aquí según Hidalgo, es que la innovación no es un rotulo que manejan solo las organizaciones multinacionales con activos financieros multimillonarios y marcas reconocidas a nivel mundial, sino que cualquiera que sea capaz de generar un cambio benéfico y novedoso en el más mínimo de los procesos está incurriendo en innovación, está generando conocimiento, valor agregado y por ende mejores posiciones en el mercado. Resulta interesante ver como los autores del texto anteriormente mencionado reflexionan acerca de los efectos que la innovación puede generar en el entorno, pues estos por el hecho que provengan de un nuevo desarrollo y arrojen mejores resultados no significa que va a tener una total aceptación, básicamente porque se necesita salir de la zona de confort para generar nuevas experiencias que resultarían incómodas para ciertos sectores que en su momento estuvieron tranquilos en su entorno, a esto se le denomina “resistencia al cambio” y es un reto de suma importancia que aquellas empresas que se intentan desenvolver en un ámbito global deben enfrentar tanto a nivel interno como externo.

5.5 El desafío de la innovación: de la Sociedad de la Información en adelante

Larrea Jiménez de Vicuña

Editorial UOC

Barcelona: España

Para José Larrea en su libro “El desafío de la innovación: de la Sociedad de la Información en adelante”, el temor al cambio no es la única dificultad que afrontan las empresas para desarrollar innovación y generar conocimiento pues como dice el “en el campo de la nueva Sociedad de la Información, global e interconectada, los riesgos de quiebra del sistema son también evidentes.” (Larrea Jiménez de Vicuña, 2014), básicamente afirma que los constantes avances tecnológicos

hacen sentir a las personas más inseguras pues no logran discernir en que momento llegarán a la meta, es decir, bien se puede lograr o adoptar un nuevo avance dentro de cualquier industria, sin embargo la volatilidad de los mercados y la velocidad con la que avanza la sociedad de la información hace que dichos avances que tomaron cierto tiempo y recursos para desarrollarse luego se vuelven obsoletos en poco tiempo.

“Un elemento preocupante de esa tendencia a la mayor seguridad en un contexto de sociedad avanzada y de estado de bienestar es que se vaya consolidando también una cultura de aversión al riesgo, que se traduce en una caída alarmante del espíritu emprendedor...” (Larrea Jiménez de Vicuña, 2014), es ahí donde el autor expresa que vencer este obstáculo y desarrollar una mayor tendencia al riesgo de convierte en un reto de primer orden, pues el emprendimiento de nuevas ideas como lo dice el autor es un elemento clave para la generación de una mayor competitividad dentro de los mercados a nivel mundial. Es importante ver como Vicuña también identifica dentro del aspecto de la innovación una diferencia crítica entre un proyecto empresarial y una empresa, teniendo en cuenta que el primero es un referente básico de lo que se trata la gestión del conocimiento, una visión a largo plazo a través de la constante y difícil incertidumbre de los mercados y la búsqueda constante de una buena posición en el mercado, “El proyecto empresarial se posiciona frente al entorno de manera diferente, intentará trascender de la moda del momento, aunque debe integrarla y convivir con ella. La empresa, por el contrario, puede crearse al amparo de una moda para aprovecharse de ella, conseguir sus objetivos y desaparecer.” (Larrea Jiménez de Vicuña, 2014).

5.6 Innovación y competitividad empresarial

Leonel Corona Treviño

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Puebla México

Leonel Corona Treviño en “Innovación y competitividad empresarial” nos afirma que “la innovación es una condición necesaria pero no suficiente para alcanzar la competitividad.” (Corona Treviño, 2006). Lo que el autor busca exponer en este texto es que la innovación es solo una variable más para un fin empresarial que consiste el alcanzar la competitividad la cual afirma es una “variable multifactorial” (Corona Treviño, 2006) que abarca otro tipo de condiciones y habilidades necesarias para que las empresas puedan competir más allá de los mercados locales y establezcan pautas a seguir dentro de los mercados que rompan paradigmas e impongan las reglas de juego dentro del comercio.

En términos generales lo que Corona expone en términos de innovación es que es una amalgama de habilidades gerenciales que no se limitan exclusivamente el interés por explorar nuevos desarrollos, métodos o tecnologías, sino que se necesitan de habilidades de otro tipo para lograr un desarrollo sostenible y alcanzar una fuerte competitividad, entro dichos aspectos se mencionan en liderazgo, conocimientos financieros, estrategias de mercado y cualquier ámbito organizacional que sea necesario para modificar las gestión actual de determinada empresa y llevarla a un nivel más eficiente y especializado.

5.7 Creatividad y talento para la innovación

Juan José Goñi Zabala

Publicación formada por un capítulo del libro Mentefactura

Madrid: España

Lo anterior también es compatible con el autor del texto “Creatividad y talento para la innovación” Juan José Goñi Zabala quien también afirma que la innovación es una cuestión de sinergia empresarial donde la “capacidad de innovación latente de cualquier organización se desarrolla a través de las actividades, habilidades y competencias de las personas que conviven en la organización...” (Goñi Zabala, 2014). Igualmente Zabala explica que las empresas innovadoras logran permear esa necesidad de generar conocimiento a lo largo y ancho de sí mismas generando una cultura por la innovación que una vez se alcanza se convierte en una fuente invaluable de desarrollo con el potencial de catapultar a la compañía a un éxito importante dentro del mercado, tal como lo afirma “las capacidades para innovar en una organización están, por lo tanto, soportadas sobre una serie de capacidades de las personas, que han de desarrollarse y exteriorizarse en un espacio o cultura de innovación.” (Goñi Zabala, 2014).

6. Método:

6.1 Tipo de método: El método que se realizará para el desarrollo de la investigación y consecución de los objetivos será el de observación simple

6.3 Direccionamiento del método: El método está dirigido a funcionarios y procesos de la empresa que puedan tener conocimiento y/o responsabilidades en relación a la innovación la investigación y el desarrollo.

7. Empresas a estudiar:

a. **Elmer Chocolate:** Originaria de New Orleans, esta compañía comienza su existencia dentro de la industria de los dulces en 1855 a través de una administración esencialmente familiar, actualmente la producción de dulce se hace mediante el uso de tecnología a base de

computadores y máquinas de alto calibre. La visita será dirigida por Ivan Pinto, gerente de planta y Esmeralda López asistente de recursos humanos

b. **Centro logístico de Wal-Mart:** Corporación multinacional de tiendas que opera cadenas de almacenes de descuento, en este caso en particular se realizará una visita al centro distributivo el cual opera en las inmediaciones de Hammond en Louisiana. La visita será dirigida por Greta, Morris y Brandon, funcionarios de planta.

8. Resultados

a. Objetivo

Conocer los criterios y estrategias que usaron las empresas estudiadas para alcanzar su posición actual en el mercado.

Elmer Chocolate: Durante la visita a Elmer Chocolate resultó de vital importancia para la presente ponencia evidenciar las estrategias que hacen de esta organización un ente sostenible y competitivo, si bien es una empresa que de por sí posee una identidad propia al ser netamente familiar y además tiene un direccionamiento estratégico enfocado a competir durante las festividades más importantes del año en donde la demanda de dulces se incrementa, no se puede pasar por alto la fuerte apuesta que se hizo en los últimos meses en términos de tecnología. Como lo afirman los funcionarios de la organización, los modelos de producción actuales se han venido haciendo más complejos y competitivos de manera que la competencia se hace cada vez más difícil, antes se realizaban procesos semiautomáticos pero se requería de una mayor ambición para poder mantenerse en el mercado, es por eso que la estrategia más adecuada lograrlo fue emular a los mejores sin incurrir en el error de copiarlos en su totalidad, la apuesta en tecnología y la necesidad de hacer lo que los mejores hacen dio como resultado la adquisición

de máquinas provenientes de Alemania y Suiza, países con un fuerte desarrollo tecnológico y amplia competitividad en la industria chocolatera.

Wal-Mart: Es importante tener en cuenta que el tamaño de esta organización hace imposible resolver esta interrogante únicamente con lo que se muestra en uno de sus centros logísticos, sin embargo este arroja muchas luces en lo que se hace a nivel general para mantenerse a la vanguardia de los mercados de almacenes de cadena, lo cual además va en sintonía con el enfoque de esta ponencia, pues como se evidenció durante la visita guiada la apuesta a la tecnología es bastante grande, los procesos operativos siempre van de la mano de importantes implementos tecnológicos que agilizan los procesos y procedimientos.

Síntesis

1. Ambición empresarial
2. Estrategias y planes a largo plazo
3. Enfoque en la tecnología
4. Conocimiento de la competencia
5. Espíritu competitivo
6. Seguimiento y adopción de prácticas, tecnologías o procesos de los líderes de cada industria.

b. Objetivo

Identificar las similitudes entre estas compañías y las empresas colombianas.

Alcanzar este objetivo resultó ser uno de los más complejos teniendo en cuenta que la empresa norteamericana se encuentra en el punto más alto de los mercados mundiales, sin embargo estos fueron los elementos que se lograron establecer.

Elmer Chocolate vs Empresas Colombianas: Ambos perfiles buscan establecerse en el mercado a través de una apuesta emocional de sus productos hacia los consumidores, así como empresas del sector colombiano como Colombina y Chocorrano intentan evocar momentos felices y de unidad, Elmer Chocolate de igual manera enfoca su estrategia publicitaria hacia las emociones que pueden generar los dulces como recuerdos de la infancia y fechas especiales. De igual manera se resalta el hecho de que la inmensa industria productiva de EEUU no haya diluido a la compañía en una empresa integrada por personas ajenas entre sí, sino que ha logrado mantenerse como una organización familiar lo cual es algo muy recurrente en las empresas colombianas de hoy en día que se mantienen de generación en generación con pocos o nulos cambios en su dirección.

Wal-Mart vs Empresas Colombianas: Pese a que las empresas de los Estados Unidos gozan de lugares privilegiados en los mercados mundiales el centro logístico de Wal-Mart evidenció que las condiciones laborales de los empleados no distan mucho de las de los empleados colombianos quienes se enfrentan en diversas ocasiones a ambientes laborales peligrosos y extenuantes y donde pese a las ayudas tecnológicas que se pueden encontrar en las instalaciones el proceso manual sigue generando gran dependencia de la empresa hacia los trabajadores.

Síntesis: No logra ser posible establecer similitudes en el aspecto tecnológico o de la innovación entre las empresas de ambas naciones más allá de que en ciertas ocasiones tanto empresas colombianas como estadounidenses apelan a la adquisición de tecnología foránea para el desarrollo de sus actividades, por lo demás se evidencia una brecha importante en términos de I +D, tecnología e innovación que se tratarán más adelante.

c. Objetivo

Proponer desafíos a la empresa colombiana en términos de innovación.

Se pretende tener como base para la proposición de estos desafíos, aquellas fortalezas principales que evidenciadas en las empresas analizadas y que estas a su vez establecieron como aquellos ítems que llevaron a estas organizaciones al éxito con el fin de tener una base coherente de información:

- **Fortaleza 1:** Ambición empresarial

Desafío: La empresa colombiana debe motivarse a estar en la cima de los mercados de sus respectivas industrias, es importante que el empresario colombiano esté en disposición de adquirir conocimiento de manera constante, estar siempre actualizado de las nuevas tendencias y desarrollos de su respectivo sector.

- **Fortaleza 2:** Estrategias y planes a largo plazo

Desafío: La empresa colombiana debe asumir el desafío de planear, no solamente la realización de estimaciones y/o supuestos sino establecer modelos de estrategia y previsión futura con base en datos cuantificables y medibles sin importar el tamaño de la compañía y evitar gestionarse conforme el mercado la lleve.

- **Fortaleza 3:** Enfoque en la tecnología

Desafío: Enfocarse en aquellos elementos claves de la organización que pueden ser mejorados con herramientas tecnológicas de mejor efectividad, sin incurrir en el error de inversiones innecesarias, pero siempre teniendo en cuenta el aspecto tecnológico como algo primordial.

- **Fortaleza 4:** Conocimiento de la competencia

Desafío: La empresa colombiana bien puede conocer la competencia de mercados locales o cercanos, pero si quiere desenvolverse en el ámbito global es importante que asuma la responsabilidad de obtener toda la información posible que le sea disponible, para siempre estar al mismo nivel de las empresas competidoras de todo el globo, o por lo menos tener la capacidad de desarrollar estrategias para alcanzarlas con base en esa información.

- **Fortaleza 5:** Espíritu competitivo

Desafío: Establecer retos ambiciosos pero realistas, es natural que el mercado global pueda ser intimidante para la pequeña y mediana empresa, pero así como lo logran las empresas norteamericanas se debe desarrollar una motivación constante a ser los mejores

- **Fortaleza 6:** Seguimiento y adopción de prácticas, tecnologías o procesos de los líderes de cada industria.

Desafío: Reconocer el Benchmarking como una práctica obligatoria y constante de manera que el conocimiento que se obtenga permita dentro de los límites establecidos, emular las prácticas empresariales exitosas casi de manera instantánea con el fin de no perder terreno en mercado.

9. Criterios establecidos y pre-establecidos

Se presentarán a continuación una serie de criterios pre-establecidos que se formularon previamente a la experiencia en los Estados Unidos y se compararán con nuevos criterios adquiridos una vez culminó el periplo con el fin de establecer aquellos paradigmas o creencias que se lograron cambiar o ratificar al tener contacto con el ámbito internacional.

Criterio Pre	Criterio Post
--------------	---------------

<p>La empresa estadounidense es líder y autónoma en todos sus procesos y procedimientos empresariales a nivel tecnológico.</p>	<p>La empresa estadounidense si bien ostenta un puesto de liderazgo ha perdido terreno frente a industrias europeas y asiáticas teniendo que adoptar las tecnologías de aquellos países.</p>
<p>La innovación y la tecnología están presentes en cada uno de los elementos de la empresa.</p>	<p>La innovación solo se realiza cuando es netamente necesario, principalmente en aquellos puntos donde se tenga contacto directo con el cliente, y cuando la tecnología ya se torna obsoleta o muy atrás de la competencia.</p>
<p>El trabajador Norte Americano está siempre abierto al cambio y apto para recibirlo</p>	<p>La resistencia al cambio también se evidencia en las empresas de EEUU, existen funcionarios que no disfrutan la adopción de nuevas prácticas.</p>
<p>La generación de patentes es primordial en la empresa norteamericana</p>	<p>Pese a la diferencias de tamaños tanto Elmer como Wal-Mart son generadores de patentes lo cual las hace participes del gran desarrollo del país.</p>

Tabla 1: Autor Andrés González

10. Conclusiones

- Es necesario generar conciencia de innovación en la empresa colombiana para lograr afrontar los retos futuros.
- La innovación no implica necesariamente grandes inversiones de capital y recursos.
- Debe formarse una alianza estratégica entre empresa, estado y universidad para generar conocimiento comercializable y valioso.
- Las patentes deben ser tenidas en cuenta como indicador de desarrollo y progreso.
- La empresa colombiana tiene el potencial de competir a nivel internacional si genera conocimiento y valor agregado.
- La tecnología y su adopción a los procesos empresariales no es opcional, deber ser adoptada como un método básico para alcanzar la competitividad
- La empresa norteamericana es ambiciosa y estudia su entorno de manera constante
- No existen compañías perfectas, y la empresa norteamericana también tiene retos por delante como la resistencia al cambio de sus empleados.

11. Bibliografía

- Corona Treviño, Leonel. Innovación y competitividad empresarial. México, D.F., MX: Red Aportes, 2006. ProQuest ebrary. Web. 8 July 2016. Copyright © 2006. Red Aportes. All rights reserved.
- Desarrollo emprendedor. Washington, US: Inter-American Development Bank, 2004. ProQuest ebrary. Web. 16 June 2016. Copyright © 2004. Inter-American Development Bank. All rights reserved.
- Estrin, Judy. Innovación Sostenible. McGraw-Hill Interamericana, 2002.

- Goñi Zabala, Juan José. Creatividad y talento para la innovación. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos, 2014. ProQuest ebrary. Web. 8 July 2016. Copyright © 2014. Ediciones Díaz de Santos. All rights reserved.
- Hidalgo Nuchera, Antonio, León Serrano, Gonzalo, Pavón Morote, Julián. La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones. Larousse - Ediciones Pirámide, 2003.
- Larrea Jiménez de Vicuña, José Luis. El desafío de la innovación: de la Sociedad de la Información en adelante. Madrid, ESPAÑA: Editorial UOC, 2014. ProQuest ebrary. Web. 8 July 2016. Copyright © 2014. Editorial UOC. All rights reserved.
- Oppenheimer, Andrés. Basta de historias. Ed: Debate, 2010.
- Suárez Mella, Rogelio Pedro, Rosa Betancourt, Lianny de la, and Jiménez Valero, Bisleivys. El desafío de la innovación. La Habana, CU: Editorial Universitaria, 2009. ProQuest ebrary. Web. 5 July 2016. Copyright © 2009. Editorial Universitaria. All rights reserved.
- Wolpert, John D. Innovación sin incertidumbre. Madrid, ES: Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L., 2004. ProQuest ebrary. Web. 8 July 2016. Copyright © 2004. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.. All rights reserved.

