

LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN EL SIGLO XXI

**ENSAYO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
DIPLOMADA EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

LAURA DANIELA CASTIBLANCO ACOSTA

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
ENERO 15 DE 2022
BOGOTÁ D.C**

Tabla de contenido

Tema	3
Problema	3
Hipótesis	4
Plan de trabajo	4
Argumentos a favor de la hipótesis	5
Argumentos en contra u objeciones	7
Propuestas alternativas	10
Recapitulación y conclusiones	11
Bibliografía	11

Tema

Obstáculos para la innovación

Teniendo en cuenta que la innovación es el proceso que transforma las ideas en activos tangibles e intangibles que generan valor para una empresa y sus distintas fases, con el fin de potencializar a la misma y hacerla más eficiente en relación al mercado en el que se desarrolla, es necesario para su progreso que se vea afectada por obstáculos internos y externos, los cuales a su vez servirán de guía para que pueda completarse exitosamente el planteamiento y aplicación del proceso innovador. Por lo tanto, es necesario conocer cómo y por qué la implementación de tecnologías, la definición de un enfoque adecuado, el manejo de mecanismos corporativos con orientación al control y medición de acciones y los límites de inversión son indispensables para llevar a cabo las funciones de innovación en las empresas o modelos de negocio.

Problema

El desafío que enfrentan las empresas para innovar en el siglo XXI, debido a la velocidad en la que avanzan la ciencia y la tecnología, la falta de educación financiera y las crisis económicas que atraviesan los países.

En la actualidad las empresas y sobre todo las pequeñas y medianas empresas se enfrentan a desafíos bastante grandes cuando se habla de innovación, podemos escuchar de muchos de ellos que la misma es todo un desafío en estos tiempos basándose en la idea de que ya todo existe o ya todo está creado, haciendo difícil la tarea de investigar y crear nuevos productos o servicios innovadores o incluso

para la creación de nuevas marcas, ya que mientras se gestiona una idea que se cree innovadora, una igual puede estar saliendo al mercado y ganando posicionamiento, además de los altos costos y la poca inversión de algunos países en investigación y ciencia.

Hipótesis

Existen tres razones principales por las cuales las empresas no invierten en innovación, la primera es por la teoría de que todo ya está inventado o creado por alguien más o por otra empresa con más capital, la segunda es la falta de educación o de concientización financiera a la hora de emprender y crear empresa, y la tercera es el temor a invertir en investigación, ciencia y desarrollo.

Debido al miedo que existe en las empresas a desarrollar sus tecnologías propias, la falta de un enfoque adecuado en sus objetivos y los mecanismos corporativos inadecuados además del mal manejo de las inversiones, se crean barreras para innovar y de estos nace la hipótesis de que es difícil innovar debido a que todo ya existe, al miedo de invertir, también a la situación económica de cada empresa y del país donde se encuentra por falta de inversión en investigación y ciencia, esto se presenta sobre todo en empresas pequeñas o que hasta ahora están surgiendo en el mercado.

Plan de trabajo

Por medio de la identificación del problema, el planteamiento de la hipótesis y la explicación de cada uno de ellos se llevará a cabo el desarrollo del tema, explicando

los argumentos a favor y en contra basados en artículos e investigaciones que sustenten los argumentos y también por medio de los conocimientos adquiridos durante el transcurso del diplomado, dando continuación a las propuestas alternativas frente a la hipótesis con sus respectivos argumentos y por último la explicación y recapitulación del ensayo por medio de la conclusión del mismo.

Argumentos a favor de la hipótesis

1. Las empresas nuevas en el mercado tienen más obstáculos a la hora de innovar, debido a la falta de capital para invertir.

En su mayoría las diferencias económicas se deben la poca de competitividad, debido a la baja productividad de algunos sectores económicos y la poca capacidad que tiene las pequeñas y medianas empresas para encontrar nuevas ideas, mejores oportunidades de negocio o estrategias para mejorar su estructura productiva y la organización en general. Por otra parte, dicha situación no radica solamente de la baja financiación, la falta de creatividad para innovar o las pocas alternativas que ofrecen algunos países. (Alfaro & Caneo, 2014, p. 9).

En Colombia podemos identificar que en los últimos 10 años se ha promovido por muchos medios que las personas deben empezar a crear empresa, por tal razón se han creado movimientos, estrategias, educación y campañas que impulsan al emprendimiento como medio para generar ingresos y mejorar la economía del país, sin embargo, no es tan fácil como lo muestran, ya que aunque exista la idea, falta inversión y lo que se genera es la creación de muchas cosas que ya existen sin

darles un valor agregado o innovador y es allí donde dichos emprendimientos se estancan o dejan de crecer.

2. Existe mucha desinformación y falta de educación financiera en las personas que deciden crear empresa en la actualidad, generando deudas enormes y más gastos que ingresos, lo cual dificulta que se puedan enfocar en crear productos o servicios innovadores.

Los aspectos de gastos y costos agrandan todas las variables que influyen en las dificultades que encuentran las compañías para lograr un financiamiento y poder lidiar con los costos tan altos que hacen de la innovación algo más inalcanzable, las probabilidades de que las empresas desarrolle propuestas innovadoras se ve bastante reducida por las restricciones y dificultades financieras tanto del país de origen como de la forma de manejar sus finanzas. Se concluye también que hay un efecto en que las empresas desisten de la inversión en innovación cuando éstas se ven con dificultades o limitaciones en su economía que pueden ser la falta de capital propio, de líneas de financiamiento y costos de innovación muy altos. Estas situaciones son más evidentes y frecuentes en pequeñas empresas.

Los empresarios hoy en día deben adquirir créditos muy altos con tasas de interés importantes para poder hacer mejoras en sus negocios o empresas, también para invertir, atraer más clientes por medio de publicidad, mejorar la calidad de sus productos o servicios, para invertir en arreglos o mantenimientos, dejando de lado la investigación para generar innovación que es realmente donde van a encontrar un crecimiento más acelerado de sus empresas, sin embargo, invertir en esto es mucho más costoso que invertir en los demás factores ya mencionados y es esta una de las razones principales por las cuales las empresas prefieren no innovar.

Argumentos en contra u objeciones

Exposición de las objeciones con sus respectivos argumentos relacionados directamente con la hipótesis

1. Hay quienes están en contra de esta hipótesis, debido a que han tenido otro tipo de experiencia en cuanto a la innovación y esto hace que tengan un punto de vista muy distinto al que aquí se quiere exponer, por ejemplo para las empresas grandes o con mucho reconocimiento y éxito en ventas puede que se les dé más fácil la tarea de innovar, ya que cuentan con el capital económico y humano para este proceso, además de la experiencia y el conocimiento que son básicos para el éxito en la innovación:

“El vaso está medio lleno” y “el vaso está medio vacío” son descripciones de una situación que se puede ver igual, sin embargo tienen significados diferentes. Cambiar la visión del dueño de una compañía de un vaso medio lleno a un vaso medio vacío trae grandes oportunidades de innovación.

Esta visión ha creado muchas oportunidades para la innovación. Una percepción distinta no cambia la situación original. Sin embargo, si cambia el significado. Paso muy poco tiempo para que los computadores dejarán de ser vistos como amenazas y como una herramienta que sólo podían usar las grandes empresas, para ser utilizada como algo que las personas pueden adquirir para múltiples funciones diarias. Los factores económicos no dictan necesariamente un cambio semejante; en realidad, pueden ser irrelevantes.

Lo que determina si la gente ve un vaso a medio llenar o medio vacío es la disposición antes que la realidad, y un cambio de actitud a menudo resiste la cuantificación. Pero esto no es imposible ni intangible. Es concreto. Se

puede determinar, se puede demostrar. Y se puede aprovechar para una oportunidad de innovación (Villafaña, 2008, p. 8).

Es aquí donde decimos que todo se trata de percepción y de puntos de vista, dependiendo de cómo ha sido el proceso de innovar de cada empresa y cómo ha sido el inicio o desarrollo de la idea.

Existen también quienes se oponen vendiendo la idea de que solo con charlas y procesos “educativos” se puede llegar a crear un producto o servicio innovador, cuando realmente se requiere de muchos factores más que son útiles y necesarios.

Razones por las que no se aceptan las objeciones

1. Para llevar a cabo una idea innovadora no solo se requiere de un factor, es necesario un conjunto de procesos e ideas que incluyen el mercado, el capital para inversión en talento humano, conocimiento y maquinaria, la educación financiera de las empresas, la estabilidad económica del país y de la empresa y por supuesto las necesidades de cada una para lograr identificar cómo desde cada situación se puede llevar a cabo el proceso de innovación.
2. Es importante tener en cuenta que no es lo mismo crear empresa en todos los países, las economías son cambiantes y hay unas más avanzadas y exitosas que otras, por eso siempre debe existir una educación y concienciación acorde al lugar donde se está creando empresa o donde se piensa implementar la idea de innovación:

Las fuentes de innovación demográficas son las más verídicas. Las contingencias demográficas tienen períodos de maduración; Sin embargo,

estos factores muchas veces no son tenidos en cuenta a la hora de hablar de inversión en innovación, es importante tener en cuenta épocas, años y calidad de vida de cada país o cada economía (Villafaña, 2008, p. 8).

Desde hace mucho tiempo los gerentes o dueños de empresas saben que los datos demográficos son importantes, pero no le han prestado la suficiente atención a las estadísticas de población debido al poco cambio. Sin embargo, en el último siglo ocurrió todo lo contrario. “Las oportunidades de innovación que ofrecen los cambios en la cantidad de personas y su distribución por edades, educación, ocupaciones y ubicación geográfica figuran entre los objetivos empresariales más lucrativos y menos riesgosos” (Villafaña, 2008, p. 8). Por esta razón es importante generar también fuentes de información y educación para que las nuevas empresas tengan en cuenta estos factores.

Propuestas Alternativas

Las propuestas alternativas para solucionar el problema y dar profundidad a la hipótesis son las siguientes:

1. Para que las nuevas empresas decidan invertir en innovación, es importante que los países creen canales y medios de información y concientización sobre educación financiera especializada en enfocar a las empresas en como invertir y la importancia de hacerlo conscientemente y para fines que van a llevar al éxito como lo es la innovación, motivando y además informando que a pesar de que estamos en un momento del mundo donde todo se trata de tecnología

y de avances que van a grandes velocidades, no todo está creado y aun es posibles crear productos y servicios innovadores.

2. Es importante también que las empresas se enfoquen en el futuro y saber hacia dónde van sus clientes, conocerlos muy bien, que aprendan a medir la innovación y cómo pueden aplicarlo a lo que ellos ofrecen. Además de reconocer los intentos fallidos que han surgido a la hora de innovar y aprender de ellos para aplicarlo en los nuevos intentos, buscar ayuda en terceros, integrándose incluso a lo ya existente para si tener más ideas de qué aplicar y qué no aplicar y alcanzar los objetivos de innovación.

Conclusión

Para concluir y teniendo en cuenta la hipótesis de que existen tres razones principales por las cuales las empresas no invierten en innovación, la primera es por la teoría de que todo ya está inventado o creado por alguien más o por otra empresa con más capital, la segunda es la falta de educación o de concientización financiera a la hora de emprender y crear empresa, y la tercera es el temor para invertir en investigación, ciencia y desarrollo. Es importante reconocer que son tres razones válidas y existentes en las empresas de la actualidad, sin embargo siempre existen posibles soluciones como el fomento de la educación financiera, la creación de empresas de forma consciente y realista, la importancia de aprender de intento fallidos por mejorar las estructuras de la empresa y así crear lazos de innovación más grandes, entender que no todo está inventado a pesar de los grandes avances en ciencia y tecnología, siempre se pueden crear productos y servicios nuevos por

medio de una correcta inversión y análisis de mercados, a pesar de que hay un problema, también es evidente que existen soluciones a este.

Bibliografía

- Alfaro, S. & Caneo, W. (2014). Obstáculos a la Innovación en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs). [tesis de seminario, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129823/Obst%c3%a1culos%20a%20la%20innovaci%c3%b3n%20en%20la%20peque%c3%b1as%20y%20medianas%20empresas%20%28.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villafaña Figueroa, R. (2008). La disciplina de la innovación: Drucker, P. [Análisis]. Estrategias de crecimiento empresarial. <http://inn-edu.com/Innovacion/InnovacionDrucker.pdf>