

**LA CULTURA ORGANIZACIONAL ORIENTADA A LA INNOVACIÓN COMO
FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO**

**LINEA DE INVESTIGACION
DESARROLLO Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
SUB LINEA
CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL**

JOSE LUIS FLOREZ HAECKERMANN

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
2012**

JUSTIFICACIÓN

La innovación se ha tornado un tema de especial interés para el desarrollo económico, especialmente por la dinámica compleja del mercado y las tecnologías. Este tema se aborda usualmente desde una perspectiva macroeconómica, pero también resulta importante analizar específicamente las estrategias a nivel empresarial para que se desarrollen productos y servicios que puedan ser competitivos internacionalmente.

Actualmente en Colombia se están consolidando Planes Regionales de Competitividad a largo plazo para desarrollar sectores industriales de clase mundial. En el caso de Bolívar, se destacan sectores como el turismo, logístico, astillero, petroquímico – plástico y el agro. Las políticas formuladas para la consolidación de estos sectores están orientadas al fortalecimiento y diversificación de la oferta de servicios y productos, pero para que esto pueda tornarse en una realidad, debe hacerse un trabajo directo en las empresas, de manera que sus procesos se articulen con los objetivos estratégicos del Plan.

En ese orden de ideas, uno de los factores que permite la innovación en las organizaciones, es la Cultura Organizacional, lo cual ha sido expuesto por múltiples autores a raíz de investigaciones empíricas y conceptuales. Este tema ha sido abordado tradicionalmente desde una óptica psicológica, pero resulta fundamental que se visualice como ésta puede incidir en la generación de valor de las organizaciones.

DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROYECTO

La innovación puede ser descrita como la introducción exitosa 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 (Manual de Bogotá, 2001). En algunas ocasiones, esta ha sido relacionada con eventos accidentales ó golpes de suerte bajo situaciones inesperadas. Claver (1998) indica que las llamadas “empresas innovadoras” no pueden estar relacionadas con esfuerzos esporádicos materia de innovación, por el contrario, deben desarrollar un esfuerzo constante para conseguir resultados significativos.

El concepto de innovación ha trascendido en las últimas décadas hacia uno más estructurado, llegándose a considerar que la innovación está acompañada por factores asociados al individuo y su entorno. Entre estos factores, se presenta un especial énfasis tanto a un nivel macroeconómico como microeconómico en analizar las entradas (inputs) al proceso de innovación, como el monto inversión en investigación y desarrollo y el equipo científico con el que se cuenta (Tellis, 2009).

En tal sentido Tellis (2009), en aras de investigar los factores que inciden en la innovación, realizó un estudio en 759 empresas de las 17 economías más grandes del mundo, encontrando que la cultura organizacional es un factor que incide significativamente. Además Kanter (1988 citado por McLean, 2005), por ejemplo, plantea que factores asociados a la cultura organizacional tales como los ambientes colaborativos, el trabajo en equipo y la fe en los talentos del personal permite que la innovación ocurra en las organizaciones. La cultura organizacional puede ser descrita como la colección de valores, creencias y normas compartidas por los miembros de una organización y reflejadas en las metas y las prácticas de la misma (Hofstede et al., citado por Khazanchi, 2007).

Sin embargo, existen limitados modelos para la valoración de la Cultura Organización orientada a la Innovación (Dobni, 2008), presentando un enfoque principalmente orientado a al comportamiento de los individuos y desconociendo la importancia que puede tener la Gerencia Estratégica del Talento Humano en la Generación de Valor para las Organizaciones. En el caso específico de los países en vía de desarrollo, la innovación surge como una oportunidad de crecimiento económico, razón por la cual debe darse una apropiada gestión desde el punto de

vista microeconómico en aras de introducir exitosamente y oportunamente productos y/o servicios en el mercado internacional.

El proyecto consiste básicamente en una revisión exhaustiva de la literatura asociada a la Cultura Organizacional orientada a la Innovación, de manera que pueda construirse con base en información empírica y conceptual una propuesta de modelo como uno de los factores dinamizadores del desarrollo económico regional.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general:

Desarrollar un análisis de la Cultura Organizacional orientada a la Innovación como factor de desarrollo económico.

Objetivos específicos:

Revisar literatura existente asociada a la Cultura de Innovación, con el propósito de identificar los elementos clave que asocian a este factor con el desarrollo empresarial.

Determinar de qué manera los componentes de la cultura organizacional, influyen en la innovación empresarial.

Definir cuales serán las estrategias para su incorporación en el sector empresarial.

INTRODUCCIÓN

El cambio, la innovación, la calidad, el conocimiento e incluso la creatividad no son conceptos nuevos en el marco del desarrollo organizacional. En los últimos decenios se han venido desarrollando toda una diversidad de modelos teóricos destinados a hacer frente a una sociedad sumamente compleja y a mejorar en definitiva el funcionamiento de las organizaciones.

A modo de ejemplo, ya en los años 50 se habían propuesto diferentes modelos de cambios organizacionales como el modelo de las tres etapas de Lewin (1951). Este autor distingue tres fases diferentes para todo proceso de cambio: descongelamiento, cambio y congelamiento.

En las últimas décadas, todas las empresas, desde el sector agropecuario hasta el sector de las telecomunicaciones, se han visto obligadas a introducir paulatinamente nuevos conceptos organizacionales, lo que implica someterse a todo un conjunto de cambios, a fin de responder a las cada vez mayores exigencias del mercado y enfrentarse a los nuevos competidores.

En los tiempos actuales, marcados por "organizaciones que aprenden", como única alternativa viable para adaptarse a economías cada vez más competitivas y globalizadas, emerge con más intensidad y casi de forma paralela a la gestión del conocimiento, el concepto de gestión del cambio como motor de las nuevas economías y desarrollos organizacionales.

Mediante la innovación es posible crear nuevos patrones de aprendizaje y nuevos mercados, dando lugar a una estrecha relación entre los ciclos prolongados de crecimiento y el surgimiento de un conjunto de innovaciones encadenadas, con fuertes efectos de arrastre e interconexiones entre diversos sectores. El potencial de impulsar el desarrollo de los distintos países depende en gran medida de su capacidad de participar en este tipo de ciclos y de las oportunidades que ofrece la transformación productiva, incorporando las innovaciones de procesos y productos en las empresas y sectores

El impulso principal proviene de la interacción entre las actividades de investigación y desarrollo (públicas y privadas) y la capacidad de las firmas de

generar, adoptar y difundir las innovaciones de procesos y productos (Freeman y Pérez, 1998; Freeman, Clark y Soete, 1982). Los esfuerzos públicos de investigación y desarrollo crean las bases para que la ciencia aporte y se relacione con las actividades productivas. Los laboratorios de investigación y desarrollo de las empresas se orientan a aquellas innovaciones que contribuyen a buscar nuevas ventajas competitivas. Muchas veces las innovaciones surgen de los esfuerzos sistemáticos de los laboratorios de investigación y desarrollo, que cuentan con un volumen considerable de recursos financieros y tecnológicos. En su surgimiento y difusión hay un componente sistémico que refuerza el papel de las externalidades vinculadas a la interacción con los centros de investigación públicos y privados

MARCO TEÓRICO

Hay que estar conscientes de que el mundo ha evolucionado a través de los años, antes solo se hablaba de una economía primaria e insípida que solo incluía términos, como mano de obra, tierra y capital; ahora se habla de la globalización y de grandes empresas capitalistas que han abarcado gran parte de nuestro continente creando algunas lo que se conoce como monopolios capitalistas, pero que también han incluido términos sociales dentro de vocabulario empresarial.

Esta más que claro que el termino social se desligaba de la cultura organizacional como tal, porque era considerado como hechos aislados que poco influían dentro de una producción empresarial, hoy en día grandes estudiosos como es el caso del señor Schumpeter, ven la parte social como fuerzas inmateriales que también condicionan la naturaleza y el nivel de desarrollo económico de una organización y/o un país.

El modelo de Schumpeter asegura que “Los efectos de los cambios tecnológicos y sociales (tecnología, innovación y ambiente socio-cultural), ejercen un impacto más decisivo y más dinámico; por esta razón, estos factores inmateriales fueron denominados por Schumpeter “fuerzas o factores del desenvolvimiento económico o evolución económica; existiendo una diferenciación clara entre los conceptos “crecimiento económico” y “Desenvolvimiento o desarrollo económico”. Refiriendo que el primero se refiere a un aumento de los “medios de producción producidos” y al incremento de la población que es la abastecedora de la fuerza de trabajo necesaria para el proceso de producción. Pero este proceso, por sí mismo es lento y no genera transformaciones socio-culturales importantes. Su única manifestación es el crecimiento de la producción. Su impacto en la sociedad es, pues cuantitativo y no cualitativo”.

“El segundo concepto es el de desarrollo económico. “El desenvolvimiento en nuestro sentido, es un fenómeno característico, totalmente extraño a lo que puede ser observado en la corriente circular, o en la tendencia al equilibrio (crecimiento económico). Es un cambio espontáneo y discontinuo en los cauces de la corriente, alteraciones del equilibrio, que desplazan siempre el estado de equilibrio existente con anterioridad”. El desarrollo económico es, pues, un fenómeno dinámico y no estático, implica, contrario al crecimiento económico que es únicamente “alteración de datos”, unos procesos de transformación cualitativa de la sociedad y de la economía. A pesar de que el desarrollo económico está determinado por la Tecnología y las fuerzas socio-culturales, las dos no lo determinan con la misma intensidad”.

Y es que hay que tener en cuenta que la sociedad la cual es vista como un ente no moderador de procesos productivos, es quien influye directamente en el cambio de la economía mundial, ya que el comportamiento de los individuos a la hora de consumir, comprar un producto, es quien va incidir directamente en el movimiento de flujo de una empresa, ya sea visto como individuo o como un conjunto. Es a través de ellos que muchas de las compañías o empresas estandarizan sus productos, dependiendo del estudio previo que se haya hecho sobre las necesidades de la sociedad en general y no solo es vista como un ente consumidor, sino también productivo (mano de obra). Es por esto que ese desarrollo económico está en constante movimiento y cambio, ya que en esta vida son muy pocas las cosas que son estáticas.

Es en esta transformación del mundo que es posible incluir la innovación como un término relevante para la cultura organizacional, pero antes de hablar sobre innovación, es bueno recordar sobre los cambios en la cultura organizacional y si estos realmente aprenden y evolucionan. El señor Joaquín Gairín Sallán, en su ensayo sobre Cambio de cultura y organizaciones que aprenden, afirma que “el rol de la organización y gestión, en marcos de autonomía, puede variar entre el ser un mero soporte, un agente educativo o un instrumento central de la innovación. Relacionar estas tres situaciones con modelos de educación, enseñanza, tipología de profesor o cultura dominante permite establecer un paralelismo útil para el diagnóstico, la mejora y el control de las instituciones”.

Se dice que las organizaciones como entes abstractos no podrían aprender, ya que esto es solo una cualidad de los seres vivos, pero están aprenden a medida que sus individuos ya sea de forma colectiva o individual ejecutan tareas que hacen que esta mejore progresivamente, ya sea porque los procedimientos internos se mejoran y/o porque la interrelación entre los objetivos, los recursos y el sistema relacional se hace, a nivel organizativo, menos disfuncional. Es bien sabido que el aprendizaje permanente como una meta no es algo que es muy fácil, de hecho tras de ese aprendizaje hay muchos factores que influyen directamente sobre él, un ejemplo tangible es las tecnologías y sus cambios constantes.

Tecnología que puede jugar muchas veces hacia el lado negativo, ya que estas podrían ser obsoletas y de poca ayuda a las organizaciones, esto quiere decir que todo dependiendo de los recursos que tengan las mismas, podrán avanzar en los diferentes campos, entre otras cosas; por otra parte estas metas también podrían verse afectadas por los enfoques que se le den o por la ambición individual que posee cada ser humano, que muchas veces no va en cause con las de la empresa, para esto se deben establecer, los objetivos, misión, visión, y que estos sean difundidos de forma eficiente a todos sus trabajadores; deben tener un veedor que se encargue de aclarar cualquier duda acerca de los mismos.

Este comportamiento y según lo que dice en el ensayo del señor Gairín, se vas más que todo reflejado en organizaciones educativas ya que estas tienen como misión principal contribuir a la mejora de la sociedad a través de la formación de ciudadanos libres, críticos y responsables; también del conocimiento de las especiales características que les configuran como organizaciones que hacen referencia, entre otras cuestiones, a la ambigüedad de metas, la existencia de tecnologías poco desarrolladas, la variedad de destinatarios, la alta profesionalización de los técnicos, etc. (Gairín, 1996); y de las dificultades añadidas que conlleva el desenvolverse en un contexto con amplia implantación de enfoques neoliberales, que potencian valores como el individualismo, la competitividad, la obsesión por la eficiencia, el relativismo moral, el conformismo social o el pragmatismo frente a la ideología.

De modo que el centro educativo que aprende debe ser consciente del contexto en el que está enclavado, qué misión tiene como institución social y como organización y a qué intereses sirve directa o indirectamente. Pero, sobre todo, debe entender que si no existen preguntas, es difícil que se busquen respuestas. Avanzar en la línea de organizaciones que aprenden exige de cambios internos y externos, coherentes con cambios culturales. Son estos cambios los que nos planteamos, y lo hacemos desde una perspectiva direccional: ¿qué orientación han de tener?, ¿cuál ha de ser el resultado y los procesos deseados?, ¿cómo potenciarlos?, etc.

El aprendizaje de las organizaciones también tiene que ver y como ya se había mencionado antes, con el entorno donde esta se maneje por un lado y por otro la integración de varios de los componentes técnicos y directivos que hacen parte de la misma, esto incluye la acción diferenciada de la dirección, la forma como se aplica el proceso organizativo, la propia historia institucional y sus inquietudes en relación con la mejora, configuran diferencias y dan una personalidad única y particular a cada institución. Esto sirve de ejemplo para volver a recalcar, que en definitiva, el mundo va en constantes cambios y que en esos cambios están incluidas las partes sociales, entre ellos la cultura, debido a que esta podría favorecer o no el proceso de aprendizaje colectivo.

En este momento se incluye el término Cultura como aquel que va a dar una idea más clara de lo que se ha venido mencionando anteriormente. Hoy día la cultura es concebida como el conjunto total de los actos humanos en una comunidad dada; toda práctica humana que supera la naturaleza biológica es una práctica cultural. La cultura ha pasado por diferentes procesos y resignificaciones a lo largo de las épocas, fue finalmente en el siglo XVIII, cuando adquiere un verdadero significado desde el punto de vista de formación intelectual y académica, dejando a un lado lo que más adelante en la esencia de la cultura, la praxis entre los seres humanos.

Es decir, en el romanticismo la cultura era considerada el cultivo de las facultades intelectuales, tales como la filosofía, la ciencia, el arte y la religión, de ahí que se considerara a un hombre culto o inculto según sus condiciones intelectuales y artísticas. En adelante esta resignificación del término cultura, es la que va a impedir que esas diferencias culturales existentes entre los mismos seres humanos, sigan siendo un punto de divergencia y de discriminación. Además, se genera una nueva concepción de cultura en la que se incluyen prácticas humanas, económicas, políticas, científicas, jurídicas, religiosas, discursivas, comunicativas y sociales.

Como fin, la cultura constituye también una autoinvención, una verdadera actividad creadora, tal y como lo define Mario Teo Ramírez, en su libro Auto conformación de la cultura. Sin embargo, no hay que soslayar el hecho de que la cultura pueda considerarse como un conjunto de signos y símbolos, como una abstracción que, aunque se expresa a través de situaciones concretas o más o menos concretas, es en gran medida y sobre todo eso, una entidad abstracta. Cuando se simboliza algo, cuando se rodea, se construye a partir de símbolos.

North, 1990, afirma que hablar del término cultura es referirse a términos de que la cultura era vista como un bien de consumo de lujo, que no aportaba ningún bienestar general a la sociedad, antes por el contrario era un bien individual, y no era vista como un medio de desarrollo de la sociedad en su conjunto. Varios estudios sostienen que la cultura crea sentimientos de identidad común y de pertenencia, elementos claves para la cohesión social. Adicionalmente, la cultura ejerce influencia en el reconocimiento e identificación de valores comunes, factores importantes para el establecimiento, la preservación y la práctica de la democracia.

Por otra parte y no desvinculando lo anterior, la Comisión Europea afirma que "...la cultura es un aspecto importante de la sociedad humana y ayuda a promover la inclusión y cohesión social, como así también la participación política...". Otros estudios sostienen que la cultura, o las características culturales de una sociedad, afectan la formación de valores y éstos el grado de felicidad de las personas.

La UNESCO, en su portal <http://www.unesco.org/new/en/culture/>, sostiene que "...la diversidad cultural es una fuerza para el desarrollo, no sólo respecto al crecimiento económico, sino también como medio para una vida intelectual, emocional, moral y espiritual más plena", y que la "diversidad cultural es un activo indispensable para la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenido", con lo que "contribuyendo a la reducción de la pobreza, la cultura ofrece importantes beneficios en términos de cohesión social...".

Cultura, Comercio y Globalización. Preguntas y Respuestas. Bogotá: Ediciones UNESCO / CERLALC. 2000, Cultura es el repertorio de esquemas simbólicos que organiza el universo de significaciones para una sociedad o un grupo determinado.

Desde ella adquieren sentido y fuerza los comportamientos. El hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que “la cultura, es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”.

La cultura permite la producción de conocimiento, la cohesión social y el desarrollo económico sostenible y competitivo, mediante la generación de industrias y productos basados en la propiedad intelectual. Por esto, se dice que la cultura juega múltiples roles en la competitividad de las naciones y es la fuente de la diferenciación que sustenta la transición de ventajas comparativas a competitivas; el valor agregado que suscita experiencias en una economía de los contenidos y los intangibles.

De igual manera, se constituye en la principal fuente de innovación, creatividad y fuerza loca sin negar las interrelaciones y sinergias que pueden darse entre todas estos segmentos de actividad, nos referimos aquí a aquellas que, a partir de la generalización de la imprenta, se basan en unos contenidos, crean unos usos sociales y desarrollan un modelo de financiación que permita su expansión y aplicación masiva. Son las que, como ya intuyera Walter Benjamín hace años, tienen como eje un trabajo simbólico en un proceso industrial basado en la inversión de capital y en la división del trabajo, que permite su conversión en mercancía. Pero no en una mercancía cualquiera.

Otro término que se traerá a colación dentro de este proyecto es el de cultura organizacional, que son expresiones utilizadas para designar un determinado concepto de cultura (el que la entiende como el conjunto de experiencias, hábitos, costumbres, creencias, y valores, que caracteriza a un grupo humano) aplicado al ámbito restringido de una organización, institución, administración, corporación, empresa, negocio (cuando habitualmente el concepto “Cultura”, se aplica al ámbito extenso de una sociedad o una civilización).

Por otra parte, Armengol (2000: 3), se refiere a cultura organizacional como un concepto complejo. De hecho, se encuentran dos escuelas de pensamiento cultural que han influido en este concepto: una se basa en lo que se puede observar directamente de los miembros de la comunidad, es decir, sus patrones de conducta, lenguaje y uso de objetos materiales; la otra escuela prefiere referirse básicamente a cuáles son los hechos que se comparten en la mente de los miembros de una comunidad, es decir, creencias, valores y otras ideas importantes que puedan tener en común.

Algo que caracteriza a la cultura organizacional es que puede coger de otros tipos de cultura para retroalimentarse, algunas de las funciones de la cultura organizacional es que Motiva o limita las prácticas de la gerencia interna sobre el

desarrollo de las políticas de una organización pública (Cultura administrativa), para competir en el mercado y para actuar consecuentemente (Cultura corporativa), ofrecer a los clientes productos y servicios con valor agregado y de garantizar utilidades para la empresa (Cultura corporativa), tiene como propósito el controlar y modelar a los empleados de una empresa. (Cultura empresarial), estructura la descripción mental, tanto en los ciudadanos como en los funcionarios públicos, de lo que es y ha de ser el “buen gobierno” y la “administración apropiada” (Cultura política).

Los valores políticos de una sociedad contribuyen en el moldeamiento de sus organizaciones públicas (Cultura política), los valores políticos de una sociedad contribuyen en la definición de los límites de la acción administrativa de las organizaciones públicas (Cultura política), permite establecer criterios y reglas de acción para un mejor desempeño de las organizaciones en lo social (Cultura social), enfrentar problemas de adaptación externa e integración interna en las organizaciones, enseñar a los nuevos miembros de la organización el modo(s) correcto (s) de percibir, pensar y sentir.

Por otra parte, también problemas relevantes a la organización, moldear a sus miembros y establecer los parámetros de conducta en la organización o al entrar en relación con este, definir límites, estableciendo distinciones entre una organización y otra, transmitir un sentido de identidad a los miembros de la organización, facilitar la traducción, articulación, identificación e interiorización de los objetivos generales, respecto a los objetivos compartimentales e individuales en la organización, tender a ser un silencioso sistema de control comportamental.

La cultura hace, por tanto, referencia a significados, concepciones y prácticas compartidas que, implícita o explícitamente, denotan normas que guían, los significados y modos de hacer de las organizaciones. Bolívar (2000: 135), considera, al respecto, varios estratos: los artefactos y las pautas de conducta, seguidos de las normas y los principios, serían la parte más visible; mientras que las menos visibles serían los valores, las creencias y cogniciones y los presupuestos básicos (estrato más profundo).

Son estas conductas las que también vienen a condicionar el trabajo del empresario, del empresario innovador, como individuo, lo cual se podrá manifestar en lo colectivo, para el señor Schumpeter, “no es cualquier empresario que monta una empresa, ni es el capitalista dueño del dinero, ni un técnico, etc. El empresario es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción¹²; es decir, la persona (cualquiera, con negocio o sin negocio) que sea capaz de generar y gestionar innovaciones radicales dentro de las organizaciones o fuera de ellas”.

El empresario no son los que asumen los riesgos, sino los pioneros en la introducción de nuevos productos, nuevos procesos y nuevas formas de organización o en introducirse en nuevos mercados. Son hombres con facultades excepcionales que aprovechan oportunidades que otros no perciben o que crean oportunidades gracias a su propio arrojo e imaginación. Según Schumpeter, la gente solo adquiere el carácter de empresario cuando genera o introduce innovaciones radicales y pierde tal carácter tan pronto como su innovación se masifica, se vuelve rutinaria, es decir, tan pronto como “pasa de moda”. Se deduce, entonces, que para poseer el carácter permanente de empresario, debe ser un innovador constante, permanente.

Y esto también va de la mano de varios factores entre ellos el constante cambio ya sea de mentalidad, de metas, de instrumentos, que puedan facilitar el alcance de las metas propuestas. Para Schumpeter el desarrollo económico está condicionado por un proceso de transformación económica, social y cultural, y las causas principales para que este se dé, es por medio de la innovación y de las fuerzas socio-culturales. Más sin embargo para este autor la innovación vendría siendo el principal factor que determina decisivamente el desarrollo, relegando los factores socioeconómicos.

Relevándolos pero no dejándolos de lado, ni mucho menos excluyéndolos del proceso de transformación de las organizaciones, algo que sus predecesores no entendieron, asegurando que factores como la tecnología es lo único que ejerce poder sobre la sociedad actual, ya sea de forma negativa o positiva. En efecto, muchos piensan, los más optimistas, que la ciencia y la tecnología son el instrumento que puede hacer que el crecimiento y el desarrollo económico de los países subdesarrollados pueda acelerarse; es más, estos mismos autores llegan a afirmar que esta ciencia y tecnología serían los elementos capaces de sacar del subdesarrollo a estos países.

Otros son aún más pesimistas, ya que estos aseguran que las tecnologías y la ciencia, son los responsables directos, de todas las desgracias y/o calamidades del ser humano, ya que lo han vuelto seres dependientes de aparatos electrónicos, que dictan mucho de enseñar cosas que sean de provechos o que sean para la construcción de seres inteligentes y con mucha más capacidad de análisis. Y que también han contribuido abrir más la brecha económica, la desigualdad social y desigualdades económicas que el mundo padece.

Por otra parte autores como Sagasti, afirman “Se ha encontrado que la ciencia y la tecnología modernas están estrechamente vinculadas al surgimiento de una injusta distribución internacional del trabajo entre los países altamente

industrializados y los países subdesarrollados, y que en vez de proporcionar atajos hacia las metas de desarrollo han contribuido a acentuar las diferencias entre ellos. La aceleración del ritmo de cambio técnico después de la segunda Guerra Mundial ha proporcionado a las naciones industrializadas nuevos medios para mantener su dominación sobre el Tercer Mundo, y se hace difícil para los países subdesarrollados aprovechar los nuevos avances tecnológicos, particularmente si la autonomía y la autodeterminación se postulan como características deseadas del proceso de desarrollo”.

Es indudable que la ciencia y la tecnología juegan un papel importante en el desarrollo de las fuerzas productivas, pero no se puede perder de vista que éstas no son autónomas, que, por el contrario, su papel en el desarrollo lo ejerce en y desde determinadas condiciones socio-económicas que determinan su carácter, funcionamiento e impactos. Por lo tanto son conceptos que van ligados el uno del otro, y es esta unión la que ha permitido que muchas empresas u organizaciones progresen.

Sin embargo, es necesario resaltar que el fenómeno de la innovación no puede estudiarse al margen de la estructura de intereses económicos y de poder en el cual se genera, se desarrolla y se utiliza. Un análisis de la innovación debe partir, primero que todo, del dilucidamiento de las relaciones existentes entre este marco socio-cultural y el proceso innovador.

Un ejemplo de esto es lo sucedido con la empresa Latinoamérica Goodyear de Chile en 1989, ellos estaban interesados en adoptar una cultura que les favoreciera en el proceso de calidad, en toda su gestión. Todo esto requería un esfuerzo colectivo por parte de todos los miembros de la empresa, que estuviera orientado hacia el mejoramiento del desempeño de todos los niveles, con lo que se esperaba obtuvieran buenos resultados con los clientes, y consecuentemente los logros de las metas de una empresa.

Algo que se tuvieron que favoreció el cambio en esta empresa fue el hecho de que se hizo paso a paso, y que el proceso no pretendía cambiar todo lo existente, sino reacomodar algunas cosas, como por ejemplo precisar las características culturales de la empresa, las subculturas y definir el tejido cultural del momento; a esto también se le suma la planeación organizada y centrada de todos sus altos ejecutivos. Todo esto tenía por finalidad descubrir los elementos que podían influir en la aceptación o rechazo de la construcción de la cultura de calidad total.

La innovación es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Innovar proviene del latín innovare, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad. La innovación va de la mano con la mejora continua; la diferencia es que en la mejora continua se ven resultados a corto plazo, y los cambios son graduales, mientras que en la innovación se notan grandes cambios y se pueden ver resultados a mediano plazo. Mientras que la mejora continua es orientada al proceso, la innovación va orientada al resultado final.

Este término es considerado muy ambiguo, dentro del lenguaje empresarial, ya que es algo muy extenso. Cuando se habla de innovación organizacional se hace referencia a la innovación en sí misma; los diferentes tipos de innovación de las organizaciones; los cambios en la estructura de las organizaciones. El tema de la innovación en las organizaciones, es algo que se ha venido estudiando desde varios años, algunos aportados por autores como Van de Ven y otros (2001, P.345-380), a partir de los resultados del Programa de Investigación en torno a la Innovación de Minnesota (MIRP), definieron el proceso innovador y lo concentraron en cinco factores: ideas, resultados, personas, transacciones y conceptos.

La actividad innovativa, según Yoguel y Boscherini (1996), se desarrolló en un ambiente económico con diversos tipos de incertidumbres, que son codificadas de distinta forma por las firmas en función de su cultura organizacional y del grado de desarrollo de sus competencias. Estas competencias acumuladas permiten decodificar de distinta forma en conjunto de informaciones y señales del ambiente en términos de conocimientos específicos vinculados a sus particularidades.

En esta dirección, se observa que la innovación en las empresas adquiere un carácter multidimensional, diferenciándose dos planos que influyen no sólo en la importancia que tienen las actividades innovativas, sino también en las diferentes modalidades y respuestas bajo las cuales se manifiestan. En primer lugar, Yoguel y Boscherini (1996) destacan las modalidades de gestión, las características personales, educativas, emprendedoras, la toma de decisiones de los empresarios, la historia previa de las firmas y la capacidad de diseño de estrategias. En segundo lugar, está el entorno socio-institucional y su influencia en la construcción de competencias.

Creatividad e innovación empresarial no sólo son elementos fundamentales para alcanzar el éxito en una empresa, sino también, son requisitos indispensables

para la supervivencia de ésta. Éstos no sólo permiten asegurar una posición competitiva en el mercado, sino también, hacer frente a los constantes cambios que se dan en éste. Asimismo, no son elementos exclusivos de algunas áreas de una empresa, sino que pueden ser útiles en todas las áreas o aspectos de ésta. Estos no sólo se hacen presentes al momento de crear nuevos productos o servicios, sino también se pueden hacer presentes, por ejemplo, al momento de desarrollar procesos más eficientes, implementar nuevas formas de distribución, diseñar nuevas estrategias publicitarias, etc.

Algunas de las formas de practicar la innovación empresarial son:

- Estimular la creatividad empresarial: La creatividad es la base de la innovación; para innovar es necesario contar con los conocimientos necesarios, pero es la creatividad la que permite aprovechar estos conocimientos, por ejemplo, para crear e implementar nuevos productos, tecnologías o procesos.
- Erradicar el miedo al fracaso: para innovar es necesario erradicar el miedo al fracaso en nuestros trabajadores, por ejemplo, haciéndoles saber que está permitido hacer todas las pruebas que crean conveniente y cometer todos errores que sean necesarios, pero siempre y cuando, se aprendan de estos errores.
- Lanzar constantemente nuevos productos: Se deben lanzar constantemente nuevos productos al mercado, los cuales no necesariamente tienen que ser totalmente nuevos, sino que se podría transformar los ya existentes modificándole el diseño, agregándole nuevas funciones o características, cambiarles el empaque, etc.
- Estar atento a los cambios del mercado: para innovar se debe estar siempre atento a las nuevas necesidades, a los nuevos gustos, a las nuevas modas y a las tendencias; de tal manera que se puedan aprovechar rápidamente o reaccionar ante éstos, por ejemplo, diseñando productos que satisfagan las nuevas necesidades.

Es preciso señalar que existen dos fines principales que tiene una innovación empresarial. El primero es aumentarla eficacia competitiva que tiene una empresa, esto mediante la realización de cambios sustanciales en los procesos internos de la empresa para que la organización sea mucho más competitiva por sobre el resto de los miembros de una industria. El segundo fin se centra en aumentar el valor que perciben los clientes con los productos y servicios que ofrece un negocio, esto mediante una reconversión del modelo de negocio de la empresa,

donde la investigación y desarrollo es fundamental para encontrar oportunidades a explotar en un cierto mercado.

Por otra parte Phillip Kotler, el padre de la mercadotecnia, dice que el camino que debe seguir toda empresa que tenga una posición de líder de mercado, es realizar una continua innovación en sus productos y servicios. Esto le ayudará al negocio a proteger su apreciada posición en el mercado y a evadir ataques frontales de los competidores de la industria.

La amplitud y el uso más extenso de las tecnologías de información y comunicación representan un cambio fundamental en la economía y la sociedad. En esta postura surgen dos posiciones: 1) la de quienes piensan que casi toda la información es conocimiento, y por ende, que más información implica necesariamente mayor conocimiento; 2) la que admite que existen diferencias entre información y conocimiento y describe la producción de conocimiento como un proceso complejo que no responde a un aumento de la información (Jonson, et. al., 2002; en Yoguel et. al. 2004).

Las tecnologías tendrían influjo sobre la competitividad si se verifica un cambio técnico y organizacional previo o simultáneo que permitiera la optimización en los productos, y que involucrara la definición de estrategias y políticas de gestión tecnológica, el desarrollo de modelos y sistemas de organización del trabajo encaminados a hacer viables la generación y circulación de conocimientos y una estructura organizativa que facilitara procesos de comunicación y aprendizaje.

Los planteamientos a priori que aparecen bajo estos supuestos y para el análisis de las PyMEs en Colombia son los siguientes: 1) heterogeneidad estructural que reduce niveles de competencias tecnológicas; 2) débil presencia y profundidad de las redes productivas; 3) perfil de especialización complejo, caracterizado por escaso eslabonamientos hacia atrás y el predominio de commodities; 4) limitado desarrollo institucional; y, 5) ausencia de políticas sistémicas, que reducen la presencia del paradigma tecnológico.

La innovación, según Castells (1999) es un conjunto específico de relaciones de producción y gestión, basado en una organización social que comparte una cultura industrial y metas instrumentales encaminadas a generar conocimiento, procesos

y productos. Los medios de innovación son fuentes para la generación de valor agregado en el proceso de producción industrial en la era de la información. En este sentido, se reconoce el papel de las empresas, aportando al producto como a procesos innovativos.

Cabe destacar la estrecha relación entre la difusión de las innovaciones y los esfuerzos por adoptar, adaptar y posteriormente crear nuevas tecnologías en los países en desarrollo. Desde principios de los años ochenta, los estudios pertinentes han prestado especial atención al tema de la microeconomía del cambio técnico (Fransman y King, 1984; Bell y Pavitt, 1994; Cimoli, 2005; Cimoli y Dosi, 1995; Maloney y Perry, 2005; Dosi, 1988; CEPAL, 2007e). Se ha observado que el aprendizaje de las economías en desarrollo consiste en incrementar la adopción y adaptación a las innovaciones en todas las actividades relacionadas con los procesos productivos, el diseño y la calidad de los productos y las estrategias de comercialización.

De este modo, se desarrollan las capacidades tecnológicas y se generan las ventajas competitivas que redefinen el potencial exportador de las empresas y la inserción internacional de cada economía. Por otra parte, tal como se vio en el capítulo I, sección B, en las economías en desarrollo, la importancia de las actividades de adopción y adaptación en los procesos de aprendizaje resulta evidente cuando se toman en consideración los niveles de ingreso (Klinger y Lederman, 2006).

Las innovaciones tecnológicas en la frontera comienzan a generarse a partir de un umbral (7.000 dólares en PPA de 1995) que es superior al ingreso por habitante de la mayoría de los países de la región. Sin embargo, hay varios países en que el ingreso es mayor y, por lo tanto, el rezago en materia de investigación y desarrollo en esos casos es especialmente preocupante.

CONCLUSIÓN

El objetivo principal de este trabajo era dar a conocer cómo influye el proceso de innovación dentro de una organización y/o empresa que quiere obtener un desarrollo socioeconómico favorable, o desfavorable según algunos criterios utilizados por los gerentes o la parte ejecutiva de la misma. Y también dar cuenta sobre los principales agentes culturales, sociales, tecnológicos que influyen dentro de las mismas, para que se puedan obtener las metas propuestas.

La economía organizacional estudia el desempeño económico de las organizaciones como resultado de la motivación del personal, radicación de los poderes de decisión, decisiones de inversión, gobernabilidad corporativa y como las organizaciones funcionan en el mercado. Los economistas organizacionales tratan de explicar las conductas organizacionales. Mediante la endogeneización de las instituciones se ha extendido el estudio de conducta económica.

El desarrollo económico es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital. Evidentemente que los saltos cualitativos no se dan exclusivamente si se dan acumulaciones cuantitativas de una única variable, pues los saltos pueden ser incluso de carácter externo y no solo depender de las condiciones internas de un país.¹ Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo.

El conocimiento generado a partir del contexto de aplicación sostiene que el problema es el principio organizador de la producción de conocimientos en todos los niveles y tipos institucionales que directa o indirectamente tienen que ver con su solución. De esta manera el diseño da sentido a la búsqueda y promueve el descubrimiento.

En la actualidad, gestionar el cambio es uno de los grandes retos a los que se enfrentan no sólo las organizaciones, sino también los individuos que, por una parte, han de acompañar a las organizaciones en sus procesos de cambio y, por otra parte, deben ejercer la función de agentes del cambio cuya función consiste básicamente en poner en marcha y coordinar los procesos de cambio e innovación dentro de las organizaciones. Llega un momento en que es necesario conceptualizar y sistematizar el concepto de gestión del cambio y considerar cuáles son las premisas necesarias para la introducción de un sistema de gestión del cambio dentro de las organizaciones.

PALABRAS CLAVES

Economía: es la ciencia social que estudia el comportamiento económico de agentes individuales de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacer necesidades humanas y resultado individual o colectivo de la sociedad. Otras doctrinas ayudan avanzar en este estudio: la psicología y la filosofía intentan explicar cómo se determinan los objetivos, la historia registra el cambio de objetivos en el tiempo, la sociología interpreta el comportamiento humano en un contexto social y la ciencia política explica las relaciones de poder que intervienen en los procesos económicos.

El crecimiento económico: es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca se está del desarrollo.

Cultura: La etimología del término moderno "cultura" tiene un origen clásico. En varias lenguas europeas, la palabra "cultura" está basada en el término latino utilizado por Cicerón, en su *Tusculan Disputations*, quien escribió acerca de una cultivación del alma o "*cultura animi*", para entonces utilizando una metáfora agrícola para describir el desarrollo de un alma filosófica, que fue comprendida teleológicamente como uno de los ideales más altos posibles para el desarrollo humano. Samuel Pufendorf llevó esta metáfora a un concepto moderno, con un significado similar, pero ya sin asumir que la filosofía es la perfección natural del hombre. Su uso, y que muchos escritores posteriores "se refieren a todas las formas en la que los humanos comienzan a superar su barbarismo original y, a través de artificios, se vuelven completamente humanos".

Innovación: Diversos autores, expertos en la materia, han definido el concepto de innovación, existen múltiples definiciones acerca de un concepto que en apariencia es simple pero a la vez es ambiguo, una gran mayoría de definiciones

proviene de la definición promulgada por el economista austriaco Schumpeter en la cual la innovación abarca los 5 casos siguientes:

1. Introducción en el mercado de un nuevo bien o servicio, el cual los consumidores no están aun familiarizados.
2. Introducción de un nuevo método de producción o metodología organizativa.
3. Creación de una nueva fuente de suministro de materia prima o productos semi-elaborados.
4. Apertura de un nuevo mercado en un país.
5. Implantación de una nueva estructura en un mercado.

Tecnología: es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas. Es una palabra de origen griego, τεχνολογία, formada por téchnē (τέχνη, arte, técnica u oficio, que puede ser traducido como destreza) y logía (λογία, el estudio de algo). Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas. Cuando se lo escribe con mayúscula, Tecnología, puede referirse tanto a la disciplina teórica que estudia los saberes comunes a todas las tecnologías como a educación tecnológica, la disciplina escolar abocada a la familiarización con las tecnologías más importantes.

Cambio: es el concepto que denota la transición que ocurre cuando se transita de un estado a otro, por ejemplo: el concepto de cambio de estado de la materia en la física(sólido, líquido y gaseoso) o de las personas en su estado civil (soltero, casado, divorciado o viudo); o las crisis, o revoluciones en cualquier campo de los estudiados por las ciencias sociales, principalmente la historia, que puede definirse como ciencia del cambio.

BIBLIOGRAFÍA

- Cambio de cultura y organizaciones que aprenden- Joaquín Gairín Sallán (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Pedagogia Aplicada 08193 Bellaterra (Barcelona). Spain)
- Cultura en Organizaciones Latinas- Anabella Dávila, Nora H. Martínez.
- “Cultura Organizacional Y Desarrollo De La Innovación: Un Estudio De Casos De Empresas De Software Y Servicios Informáticos Del Parque Científico Tecnológico De La Unicen, Argentina”- María Camio, Alfredo Rébora, María Romero.
- Gestión del cambio y la innovación: un reto de las organizaciones modernas.
- www.wikipedia.com
- <http://www.banrep.gov.co/documentos/conferencias/medellin/2006/InnovacionEmpresarial.pdf>
- Cultura Organizacional, Capacidad de Ejecución e Innovación- Maximiliano E. Arbeláez.
- La innovación de tipo organizacional en las empresas manufactureras de Cartagena de Indias- Luis Carlos Arraut.
- Innovación y Desarrollo económico- CEPAL.
- Cuadernos de Administración- Pontificia Universidad Javeriana.
- Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico- Omar Montoya Suárez.