
Innovación un factor clave para empresas competitivas

Autores:

Alfredo Quintos Ortiz

Benjamín Molina Martínez

Darío Ponce Zacarías

Miguel Ángel Celis Flores

RESUMEN

Cuando pensamos en la relación entre competitividad e innovación debemos considerar el tipo de innovación que puede favorecer el crecimiento de nuestra empresa. Así mismo la pérdida de competitividad, crea un aumento de costes de producción que incide negativamente en el precio o el margen de beneficios, todo ello sin aportar mejoras a la calidad del producto. Y es así como la innovación es parte fundamental en este proceso tomando tres fundamentos principales, al valor como su meta, al cambio como su vía y al conocimiento como su base. Además la innovación se orienta a aumentar el valor tanto de la propia empresa como de su oferta.

Palabras Clave: Innovación, Empresa, Competitividad, Productos, Servicios

Hablando de innovación

El tema de innovación y que cuyo concepto introdujo Schumpeter en los años cuarenta, el cual fue fundamento para el desarrollo de diferentes autores a partir de este momento, se ha convertido hoy en día en una necesidad primordial para las empresas, ya que es un fundamento primordial para el crecimiento tanto de la producción como de la productividad, en particular por ser una herramienta para la generación de valor¹.

Así mismo, hablar de innovación es hablar de generación de valor ya que la innovación es todo cambio que está basado en conocimiento y que genera valor. Esto expresa que la innovación contiene tres fundamentos principales, al valor como su meta, al cambio como su vía y al conocimiento como su base. Además la innovación se orienta a aumentar el valor tanto de la propia empresa como de su oferta.

Referente a aumentar el valor, se deberá contribuir a una mejor cuenta de resultados, una mejor posición o una mejor imagen y, en cuanto a aumentar la oferta, se hace referencia a un mejor comportamiento en el mercado de su oferta, reflejado en el incremento de su cuota o en una mejor aceptación de precios unitarios más elevados.

Tradicionalmente en términos generales, la innovación la han ligado a un contexto exclusivamente industrial y tecnológico. Sin embargo, esta también puede basarse en la detección de una nueva línea comercial o en la capacidad de las empresas para mantener la mayor cuota de mercado posible.

Estas ventajas competitivas (innovación) abarcan desde unos niveles de inversión e investigación básica elevada, hasta los más pequeños cambios en el diseño o en la forma de presentar un producto ya existente o servicio, así como la fabricación y apoyo en el mercado del mismo.

En todo este proceso de innovar, las empresas deben asumir que se van a afectar a todas sus áreas funcionales, desde la del diseño y el desarrollo de bienes y servicios, la comunicación y el marketing, hasta la internacionalización, los recursos humanos, los procesos o la gestión empresarial por poner un ejemplo.

Asimismo, las empresas tienen la necesidad de adecuarse mejor y más rápido al avance tecnológico así como al actual mundo competitivo donde se adopta una serie de medidas para alcanzar el nivel de competitividad que demandan los mercados y optimizar la consecución de resultados.

Y de esta manera definir a la innovación como la aplicación comercial de una idea de forma que se originen productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, permitiendo generar beneficios empresariales.

Dentro de los diferentes tipos de innovación se pueden analizar desde tres enfoques diferentes²:

¹ SCHUMPETER, Joseph. Teoría del desenvolvimiento económico. Quinta Reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México, 1978.

² Oslo, Manuel. (2005) Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (3ra Edición)(Vol 1.). España: Grupo TRAGSA

-
- **Según el grado de innovación:**
 - **Innovación Incremental:** Pequeños cambios dirigidos a aumentar la funcionalidad y prestación del producto o servicios, sin modificar sustancialmente la utilidad del mismo.
 - **Innovación Radical:** Es una ruptura con lo anteriormente establecido, siendo innovaciones que dan lugar a nuevos productos, diseños, tecnologías, usos o formas organizativas, que no son resultado de una evolución natural de los ya existentes.
 - **Según la naturaleza de la innovación**
 - **Innovación tecnológica:** Cuando la propia tecnología sirve como medio para introducir un cambio en la empresa, mediante la aplicación industrial del conocimiento científico o tecnológico.
 - **Innovación Comercial:** Variación en puntos estratégicos del marketing que a su vez influyen en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
 - **Innovación Organizativa:** Cambios orientados hacia la organización bajo la cual se desarrolla la actividad productiva y comercial de la empresa, posibilitando un mayor acceso al conocimiento y un mejor aprovechamiento de los recursos materiales y financieros.
 - **Según la aplicación de la innovación**
 - **Innovación de Producto o Servicio:** La creación de un nuevo bien o servicio no obstante se puede realizar uno sensiblemente mejorado respecto a sus características básicas, especificaciones técnicas y otros componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones.
 - **Innovación en Proceso:** Redefinición de los procesos productivos o en la aplicación de una tecnología de producción nueva o sensiblemente mejorada, con el fin de aumentar el valor del producto final. El resultado debe ser significativo y podría afectar a la cadena de valor.

Así mismo la clasificación de las empresas innovadoras según sus características estructurales estratégicas contribuye notablemente al diagnóstico de la realidad, como demuestran las investigaciones sobre patrones de innovación. Estas investigaciones clasifican a las empresas innovadoras según su edad, tamaño o sector productivo, principalmente, asociando a cada una de estas categorías valores similares en otros descriptores como la existencia de grupo empresarial, el nivel y tipo de cooperación, el esfuerzo en I+D, etc³..., de manera que:

- **Edad:** La antigüedad está relacionada con la experiencia y los conocimientos acumulados, siendo una variable estructural básica en estas investigaciones.

³ Guzmán, Joaquín. & Martínez, Juan (2008) Tipología de la innovación y perfiles empresariales una aplicación empírica. *La innovación en la economía y en la empresa*, págs. 59-77

-
- **Tamaño:** La dimensión de la empresa influye en los recursos disponibles para la innovación, siendo por ello una variable estructural básica en este tipo de estudios.
 - **Sector productivo:** Los condicionantes tecnológicos y competitivos de cada sector figuran como factores influyentes de la innovación (análisis sectorial).
 - **Intensidad tecnológica:** La relación de la tecnología con cierto tipo de innovaciones puede constituir un rasgo diferenciador entre las empresas del territorio.
 - **Solvencia financiera:** La disponibilidad de medios financieros condiciona el desarrollo de los proyectos de innovación, siendo uno de los principales problemas para las empresas innovadoras.
 - **Grado de internacionalización:** La cifra de ventas exteriores es una referencia del nivel de competitividad de las empresas.
 - **Grupo empresarial:** La pertenencia a un grupo puede significar más recursos disponibles, mayor poder negociador, un stock de conocimientos y experiencias más amplio y una fuente de aprendizaje permanente para los participantes.
 - **Propiedad familiar:** Las particularidades de la empresa familiar pueden repercutir en la innovación, si bien no existe un consenso entre los investigadores sobre el sentido de esta influencia.
 - **Cooperación interempresarial e institucional en I+D:** La cooperación en I+D y otros procesos de innovación tecnológica suelen aportar importantes ventajas a las empresas.

Hablando de competitividad

Las empresas tienen diferentes objetivos estratégicos como son la búsqueda del máximo beneficio, el incremento de cuota de mercado, la mejora de la productividad o el aumento del éxito competitivo. La literatura aporta dos alternativas para explicar su consecución; una de ellas sostiene que las condiciones externas determinan la competitividad empresarial y la otra indica que la fuente de la ventaja competitiva, se encuentra en la existencia, frente a sus competidores, de recursos críticos y capacidades distintivas.

Pero ¿qué es competitividad?, de acuerdo con Garay⁴, “la competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos.

Actualmente es notable el interés por conocer las estrategias que mejoran la competitividad, Permitiendo con ello alcanzar mejores resultados. Otra línea de investigación abierta es la que trata de relacionar la estrategia competitiva con los recursos y capacidades. Evidentemente, el objetivo del trabajo es doble: por un lado se busca ver la influencia que la estrategia de la empresa tiene en el éxito competitivo de las MiPyMEs y, por otro, analizar el efecto en los resultados empresariales de los recursos y capacidades, la interacción entre la estrategia empresarial y los recursos así como de las capacidades en los resultados organizacionales.

⁴ Garay S., Luis Jorge. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industriatrina/246.htm>

La competitividad es una forma común y vulgar de medir la economía de un país en relación a los demás, es como si quisiéramos ver que llega primero a una carrera, en la cual solo importa atraer y retener talento y la inversión.

Otros aspectos importantes para tener un mejor rendimiento en la competitividad son la eficiencia de los sistemas y el aprovechamiento de los recursos que hacen posible la elaboración de bienes y servicios.

Desde el punto de vista del desarrollo económico, una empresa será mayormente competitiva en un mercado si puede producir más productos a un costo menor. Conservando en todo momento altos niveles de productividad, eficiencia y calidad, lo cual se puede entender como una empresa redituable.

Pero como se puede medir este nivel de eficiencia del cual hablamos, También el IMCO(Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.) sugiere políticas públicas como: competir por talento con un sistema universitario flexible, relación inmediata y con partidos políticos que se acoplen a una la ley de transparencia, y finalmente abrir a la inversión extranjera.

La esencia de la competitividad radica en la calidad de las interacciones que establece la empresa, por ende la teoría de Urie Bronfenbrenner nos da idea de la relación entre los diversos sistemas, esta teoría consiste en un enfoque ambiental sobre el desarrollo del individuo sin embargo se puede extrapolar a las empresas debido a que la competitividad no solo tiene que ver con la organización interna de la empresa, también se consideran factores externos, los sistemas de Bronfenbrenner son cuatro: microsistema, mesosistema, exosistema y macrosistema, es probable que se pregunten ¿cómo se relaciona o cómo se puede argumentar la competitividad tomando de referencia a la teoría ecológica?.⁵

La respuesta es simple dentro de las múltiples definiciones que se han creado en torno a la competitividad existen algunas que nos hablan de la competitividad no como un concepto exclusivo del sector privado, el nuevo enfoque de competitividad crítica el modelo tradicionalista que considera el análisis estático, actualmente dicho termino se basa en las ventajas competitivas: entorno económico, eficiencia de la cadena de valor, infraestructura física, capital humano, servicios financieros, exportaciones, tecnología y sistemas legales, en resumen la competitividad no es un fenómeno microeconómico sino macroeconómico, es por ello que se deben considerar las políticas públicas y las relaciones interinstitucionales. Ahora la pregunta es ¿cómo se mide la competitividad? A través del índice global de competitividad (Foro Económico Mundial); Índice Doing Business (Corporación Financiera Internacional, IFC por su siglas en inglés, y el Banco Mundial); el Anuario de Competitividad Mundial (International Institute for Management Development, IMD) y el Índice de Competitividad Internacional (Instituto Mexicano para la Competitividad, IMCO).

Como punto final solo queda decir que la competitividad por medio de la teoría ecológica comprende la interrelación de los entornos del mundo organizacional, condiciones sociales,

⁵ BRONFENBRENNER, U. (1987b). La ecología del desarrollo humano. Experimentos en entornos naturales y diseñados. Barcelona: Paidós.

culturales y estructurales que determinan a las instituciones, la competitividad tiene como piedra angular al individuo de esta forma el desarrollo del individuo es esencial para su comprensión.

Relación entre innovación y competitividad

Cuando pensamos en la relación entre competitividad e innovación debemos considerar el tipo de innovación que puede favorecer el crecimiento de nuestra empresa, es por ello que al hablar de innovación tenemos que tomar como punto de partida la diferencia entre una innovación cerrada y una innovación abierta, la primera no toma en cuenta factores externos, al contrario su información es protegida y no se comparte, esto supone un problema que es el tiempo para la implementación de innovación, es decir que una empresa puede tener una gran idea pero para llevarla a cabo muchas veces no se cuenta con los recursos suficientes lo que genera pérdida de tiempo, por consiguiente la competitividad debe ir ligada a una innovación abierta, en donde las ideas se puedan materializar para ello se requiere de una característica de la innovación abierta que es la propiedad intelectual.

Sin embargo la competitividad también toca otros aspectos como la calidad y la innovación, así como la capacidad para generar satisfacción en los consumidores cuando hacen la compra, los cuales son factores claves para el desarrollo de la competitividad.

A si podemos darnos cuenta que en otros países como Corea del Sur, su desarrollo económico está basado en dos vertientes la competitividad y la innovación. Según un boletín económico del 2014 Corea del sur ocupa un lugar 25 en la lista de las naciones más competitivas del mundo incluso por arriba de países europeos como España. De acuerdo con el Informe de Competitividad Global 2013-2014 del Foro Económico Mundial, se puede concluir que Corea del Sur tiene como principales Prioridades competitivas las infraestructuras de su país así como la estabilidad de su entorno macroeconómico, su sistema de salud y principalmente su nivel de educación, el tamaño de su mercado, y la capacidad para innovar. El término innovación refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias en un ámbito, un contexto o producto. De manera que cuando alguien innova, aplica nuevas ideas, productos, servicios entre otras cosas, esto con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y a su vez entregar productos con un mayor valor agregado.

Es muy importante que la innovación se emplee en algunos momentos, debido a que se podrán introducir cambios, mejoras, reducción de procesos, esto con el fin de facilitar y realizar un cambio a algo que tiene una debilidad y en ello poder aplicar el concepto.

Jamás implicará un paso para atrás en algo, la involución sino muy por el contrario, la innovación supone mejorar y crecer en algún aspecto o sentido y siempre será muy bienvenida donde sea.

Pero ¿Cómo surgen las ideas?

Cabe hacer mención que el ser humano es un ser pensante y a su vez analiza el entorno que lo rodea, haciendo esto un origen para crear ideas y poder ser usado como un proveedor de información.

Una condición esencial de la innovación es su aplicación a un nivel comercial, de manera que no solo es inventar algo, sino que además es crear esa idea satisfactoriamente añadiendo técnicas y conocimiento, para que se esta manera tenga una repercusión en el mercado.

Asimismo la competitividad es la capacidad de competir en el ámbito de la economía, dicho de otra manera, se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.

Además los principales factores con los que debe contar una empresa para que se competente son: la relación entre la calidad y el precio del producto, el nivel de precios de los insumos. Igualmente, otros aspectos muy importantes para incrementar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas de producción, el aprovechamiento de los recursos necesarios para la elaboración de bienes y servicios, es decir, la productividad y un punto muy importante la innovación ya que si no se innova no se hace la diferencia entre los demás competidores.

La pérdida de competitividad, crea un aumento de costes de producción que incide negativamente en el precio o el margen de beneficios, todo ello sin aportar mejoras a la calidad del producto. La pérdida de competitividad, en este sentido, amenaza a largo plazo una empresa y con ello la vida de la misma.

Asimismo, la competitividad es un concepto que puede aplicarse a variadas situaciones de rivalidad de la vida. Así, puede referirse a la competitividad laboral de una persona profesional en su ámbito de trabajo; a la de un equipo en una disciplina deportiva; a la de un país considerado desde un punto de vista global o internacional.

No obstante, la competitividad también supone aspectos como la calidad, la innovación y la diferenciación del producto o servicio en relación con aquel que ofrecen los competidores.

El Instituto Nacional de Estadística (INE), el cual lleva a cabo las encuestas sobre Innovación Tecnológica, adopta una definición sobre empresa innovadora mucho más amplia, de manera que no hace referencia del lanzamiento de un nuevo producto, servicio o proceso sino a aquellas actividades relacionadas con el lanzamiento del mismo. En concreto, se considera empresa innovadora en un determinado período de tiempo, ha aquella que haya realizado al menos alguna de las siguientes actividades:

- I+D.
- Diseño Industrial.
- Adquisición y modificación de máquinas y herramientas de producción, procedimientos de producción y control de calidad, métodos y normas indispensables para la fabricación de un nuevo producto o proceso.
- Lanzamiento de la fabricación (modificación de productos o procesos, reciclaje del personal y fabricación experimental).
- Comercialización de nuevos productos.
- Adquisición de tecnologías inmateriales (patentes, invenciones no patentadas, licencias, know-how, marcas diseños, modelos de utilidad y compras de servicios con contenido tecnológico).

-
- Adquisición de tecnologías materiales (maquinaria y bienes de equipo con contenido tecnológico relacionados con las innovaciones de productos o procesos introducidos por la empresa).

El valor agregado en todo producto, servicio o proceso en una empresa es y será la innovación, ya que es una garantía confiable para competir la cual permite obtener una ventaja competitiva sobre los competidores. Y el contar con una ventaja competitiva permite a las empresas ser líderes en su ramo, tal es el caso de la empresa Google, que en su tiempo corto de vida innovo los sistemas operativos de los móviles y a partir de esta innovación, vendría una revolución en la telefonía móvil y la creación de nuevas compañías que en algunos casos, se han quedado en el camino y otros caso empresas que no innovaron y no se vieron inmersas en el nuevo cambio que generaba el mercado desaparecieron aunque hayan sido unas empresas bien estructuradas como fue el caso de BlackBerry.

Para finalizar tenemos el valor agregado de toda empresa es la innovación ya que busca mostrar una novedad al mundo y hacer la diferencia día a día, este valor agregado por consecuencia nos proporciona una ventaja competitiva y la ventaja competitiva nos permite liderar el mercado, que es el mayor anhelo que busca todas las empresas, tomando en cuenta que no todas lo logran, solo las más constantes, consistentes y perseverantes en el ejercicio y ejecución de la innovación.

De manera que innovación es igual a competitivo y para que esto suceda hay que abrir mentes para generar cambios en beneficio de las empresas y a su vez en beneficio de una mejor sociedad.

Pero así como se habla de ganancia la competitividad, supone una situación de aumento de costes de producción los cuales no se tenían contemplados y que recaen en los resultados. Cuando la pérdida de la competitividad, en este sentido, amenaza a largo plazo una empresa. Finalmente para terminar con el concepto, la competitividad es un concepto que se aplica a diferentes situaciones de rivalidad de la vida. De esta manera la competitividad laboral de una persona en su trabajo es su única carta de presentación.

Referencias:

- [1].SCHUMPETER, Joseph. Teoría del desenvolvimiento económico. Quinta Reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México, 1978.
- [2].Oslo,Manuel. (2005)Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (3ra Edición)(Vol 1.). España: Grupo TRAGSA
- [3].Guzmán, Joaquín. & Martínez, Juan (2008) Tipología de la innovación y perfiles empresariales una aplicación empírica. La innovación en la economía y en la empresa, págs. 59-77
- [4].Garay S., Luis Jorge. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996.
- [5].Disponibile en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>
- [6].BRONFENBRENNER, U. (1987b). La ecología del desarrollo humano. Experimentos en entornos naturales y diseñados. Barcelona: Paidós.