



Autor

Cesar Augusto Ramos Reyes
Profesional en administración de empresas
con estudios de posgrado en docencia
universitaria, alta gerencia y economía
solidaria, maestría en Gestión de la calidad.
Escuela Militar de Suboficiales Inocencio
Chincá – EMSUB
cesar.ramos.profesor@esub.edu.co

Marlén Deyanira Melo Zamora
Administradora de empresas con estudios de
posgrado en gerencia para el desarrollo
organizacional y Maestría en administración
de empresas MBA. Experiencia profesional de
18 años en cargos directivos y gerenciales en
logística, Courier y proyectos especiales.
Escuela Militar de Suboficiales Inocencio
Chincá – EMSUB
marlen.melo.profesora@esub.edu.co

“LA INNOVACIÓN Y EL LIDERAZGO, ALIADOS ESTRATEGICOS EN LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES.

Resumen

Esta reflexión es direccionada a presentar cómo la innovación en la actualidad se ha convertido en un factor fundamental dentro de la cultura organizacional fomentando la mejora y el desarrollo continuo de estrategias que permiten a las organizaciones la sostenibilidad, la proyección y el posicionamiento, dando las herramientas para enfrentar los cambios que demanda la competitividad, creando así nuevos escenarios, formas de mercado y contacto con los grupos de interés. se busca identificar de qué manera el liderazgo se relaciona con la innovación y como puede servir para mejorar los procesos dentro de la empresa. Aunado a la innovación está el liderazgo como componente importante para asegurar un funcionamiento general y facilitar dichos procesos de cambio e innovación, donde la empresa requiere un guía a los colaboradores en el desarrollo de sus tareas.

El papel del líder es responder de la manera más ágil a las condiciones de alteración en las tendencias, de enfrentarse a los nuevos y antiguos competidores, de realizar renovación en los procesos cuando sea necesario, de optimizar recursos y facilitar la obtención de las metas propuestas. El liderazgo es un mecanismo para facilitar esfuerzos individuales y colectivos en la consecución de objetivos compartidos.

Palabras clave

Innovación, Liderazgo, Eficiencia de las organizaciones, Competitividad, Mejora continua.

Introducción

En el mundo empresarial a través de la evolución se ha generado la necesidad de ser una condicionante en las organizaciones, tener como filosofía la innovación en todos sus procesos para lograr alcanzar los propósitos corporativos planteados en la misión y visión, marco epistemológico o teológico establecido en los modelos de gestión con los que son formados y fundamentados en la teoría y práctica quienes están en la responsabilidad de ser los líderes de estos entes en función de un objetivo social o económico, pero que en esencia busca ofrecer bienes y servicios para atender o beneficiar a una población.

Los constantes cambios y escenarios que cada día son más impredecibles, y muchas veces por los mismos ensayos e intereses de los seres humanos en su carrera o competencia de ser los encargados de dominar y ejercer cierto poder mal llamado liderazgo o factor diferencial dentro de la sociedad globalizada, han hecho necesario que todas las comunidades estén preocupadas permanentemente en reinventarse porque, al seguir desarrollando sus tareas y labores, o no son competitivos y/o productivos, o son un riesgo por el agotamiento de algún tipo de recursos, más aún cuando se podría llegar a colocar en riesgo a la sociedad, como son los colaboradores y usuarios o consumidores del bien o servicios al estar expuestos a esas condiciones del escenario.

El liderazgo desde la historia de la humanidad y al revisar la evolución y el desarrollo de las diferentes culturas, ha sido un factor predominante para lograr satisfacer los diferentes deseos y pretensiones de los grupos sociales, a través de la capacidad que tienen ciertos individuos en influir en los grupos de interés basados en generar estímulos y deseos de quienes hacen parte de su grupo focal o de intervención, partiendo de los diferentes fundamentos o formas de ver y pensar denominados enfoques o teorías motivacionales y convirtiéndose en los condicionamientos de los estilos de comportamiento, sin desconocer a la humanidad en su realidad sociológica.

La reflexión pretende ser capaz de dimensionar el potencial de lograr articular estos componentes conceptuales esenciales en la sociedad cuando se organizan con el propósito de lograr o alcanzar resultados colectivos, justificando la existencia y necesidad dentro de una comunidad, siendo el factor relevante para potencializar su importancia o reconocimiento al ofrecer bienes o servicios extremadamente sensibles o necesarios de consumo, más aún en los nuevos escenarios, donde se requieren modelos de organizaciones cibernéticas, basadas en la implicación de tecnología y diseñadas por el ser humano para atender diversos entornos propios del quehacer del ser humano.

El éxito organizacional basado en la Innovación empresarial

El mejoramiento continuo, filosofía de la calidad hace parte de la dimensión basada en la innovación empresarial, garantizando en las organizaciones los cambios aplicados en los procesos para crear productos y servicios inminentemente necesarios, basados en atender las necesidades percibidas por los clientes y / o usuarios, permitiendo una mejor eficiencia y productividad. En la medida de lograr optimizar este pensamiento, hace posible los cambios o reinversiones para llegar a ser a las empresas líderes o dominantes del mercado (Acevedo Niño, 2015).

La investigación, el desarrollo y la innovación se han transformado en un factor fundamental para las organizaciones, generando la necesidad de desarrollar estrategias y nuevos retos, que permitan seguir evolucionando, así como el crecimiento y el fortalecimiento del negocio. Debido a ello, se piensa en la constante inversión en innovación de todos los procesos, de cara a alcanzar integralmente las áreas de la compañía, creando estrategias diferenciadoras y entregando valor agregado a sus Stakeholders.

Un ejemplo de la necesidad de innovación no solo a nivel de producto, empaque o etiqueta, sino en todos los niveles corporativos, es el caso empresarial "IBM Mobile Innovation Lab, que brinda espacio para el desarrollo de nuevos modelos de negocios, o Phillips Design, empresa que mantiene un espacio dedicado a la exploración de nuevas ideas. El caso de Lab 126 de Amazon, refleja la importancia de la innovación y muestra varios laboratorios que le han dado la idea para el desarrollo de nuevas ideas". (Blog Inusual. 7 laboratorios de innovación, por Pere Rosales).

La revisara Dinero 2018, menciona cómo la empresa Bavaria invirtió US\$95 millones en innovación dispuestos para fortalecer las operaciones de la compañía, en éste artículo el señor Ricardo Moreira, presidente Regional de Bavaria dice: "Este monto será destinado a investigación y tecnología en cada una de las regiones donde operamos, con el propósito de continuar diversificando e innovando nuestro portafolio, crear nuevas líneas de producción, instalar nueva infraestructura para optimizar procesos operacionales y dinamizar la productividad de las plantas" demostrando así la importancia de la innovación como fuente de cambio y lograr el éxito, aunados a procesos de eficacia, eficiencia y mejora continua.

Como estas, existen hoy por hoy, muchas empresas que le apuestan a la innovación como estrategia para permanecer y liderar el mercado. La imperante necesidad de destinar recursos y acciones de esencial importancia a la creación de I+D+i, son factores coyunturales a largo plazo, permitiendo garantizar aprender de las lecciones y capitalizar los éxitos logrados de los procesos de investigación en busca de innovación, siendo posible al tener directivos con pensamiento y acciones de liderazgo fundamentadas en atender los condicionamientos de los nuevos escenarios definidos por los CEO como los retos de su gestión, siendo el alcanzarlos, la creación desde el performance de la organización y la marca, frente a la competencia y los consumidores quienes serán los jueces desde el punto de vista del mercado, el posicionar y reconocer el producto y la marca.

Las buenas prácticas de apoyo en el desarrollo de la innovación, se relacionan con el direccionamiento de los esfuerzos a procesos específicos, promoviendo la exaltación de nuevas rutas, impulso de ideas, generación de soluciones y aplicación de ellas, verificando el impacto y potencializando el desarrollo de nuevas experiencias, que a la par con la construcción y mejoramiento de procesos, redundará en organizaciones altamente integradoras, enriqueciendo sus procesos e involucrando elementos generadores de valor y mejores nivel de desempeño (Dyer, Gregersen & Christensen 2009).

La incorporación de la innovación en las empresas se ha relacionado con la excelencia, así como un elemento que permite la generación de valor y la mejora en los niveles de

desempeño y desarrollo organizacional; éste puede ser aplicado en todos los procesos y modelos de negocio dentro de la estructura organizacional, permitiendo productos, servicios y procesos condicionados al mercado, a los avances tecnológicos, a redes de información apropiadas, construyendo organizaciones sólidas que permanecen en el mercado, auto-gestionables, con estructura empresarial diferenciadora y organizaciones líderes en su entorno (Acevedo Niño, 2015).

Los niveles de innovación en las organizaciones, dependerá en gran medida de la disposición y cultura organizacional donde, pueden verse resultados en mayor y menor medida dependiendo del estado de reacción y respuesta a la innovación. El autor (Abad 2019), presenta una serie de condicionantes a los que se ven expuestas las organizaciones en el momento de innovar y cómo éstas pueden facilitar o impedir el proceso y su impacto. En primera instancia, se habla de decisiones negativas o de resistencia al cambio, impidiendo el proceso de innovación.

El segundo tipo, refiere un aporte en niveles superficiales para la innovación, pero sin convicción a los procesos de cambio transformacional, estratégica o diferencial en los procesos desarrollados, siendo la respuesta poco profunda o sin alcance permanente para liderar la mejora continua en toda la estructura organizacional. El tercer tipo de respuesta mira la innovación como una necesidad para presentar solución a los problemas desde la óptica de la transformación, identificando las posibles causas y exponiendo las opciones de mejora, pero sin ahondar en todas las posibilidades relacionadas con el contexto, por ello ve reflejada una limitada trascendencia a la aplicación de la mejora continua y el desarrollo empresarial.

La cuarta instancia, examina nuevas alternativas dentro de los ambientes tradicionales y está presto a estudiar soluciones en otros contextos, sectores y áreas. En el siguiente nivel, la empresa explora de manera creativa las opciones de nuevas oportunidades para la solución de las problemáticas acaecidas, impregnando el todo de la organización y generando una cultura innovadora. Éste, da paso a un tipo de innovación organizacional, donde se generan nuevos escenarios de creación y empoderamiento logrando alcanzar las metas y objetivos propuestos más allá de las expectativas generadas (Abad 2019).

El liderazgo, la creatividad e innovación, agentes de cambio

En las organizaciones, los equipos nacen con la finalidad de dar apoyo a los procesos y cumplimiento de expectativas en entornos altamente cambiantes y competitivos, es así como estos equipos requieren un liderazgo congruente con los resultados que se esperan de él. Antiguamente las empresas no manejaban el liderazgo si no la autoridad, que era representada por la relación jefe/empleador, la cual implicaba únicamente, delegación de tareas y cumplimiento de estas, con el paso y evolución del tiempo, los entornos se volvieron cada vez más complejos y se necesitaba un cambio.

El repensar en la actualidad el concepto de liderazgo, va más allá de una mera figura autoritaria que demanda cumplimiento de actividades, es más que evidente en muchos ámbitos de la vida, incluso más allá del liderazgo empresarial, que el rol supone una interacción activa de

concreción y gestión, puesto que "el líder es el responsable de la consecución de los objetivos de una manera mucho más efectiva y rápida" (Fernández, 2019).

"En una aproximación a la conceptualización sobre el líder podría decirse que es el proceso mediante el cual de forma sistemática un individuo ejerce una mayor influencia que otro en el desarrollo de las funciones grupales u organizacionales" (Cevallos, 2012). Las investigaciones apuntan a la figura del líder como la persona capaz de guiar y fomentar el trabajo en equipo, de animar a los demás y mejorar el rendimiento para cumplir los objetivos o metas propuestas.

Observar los resultados que pueden tener los equipos, lleva necesariamente a la evaluación de los factores y ser más eficientes; así como los factores para involucrar la innovación como clave en la concreción de metas propuestas. Para ello es imprescindible resaltar y promover el clima de trabajo más adecuado como elemento indispensable en el ambiente para la generación de ideas (Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa 2013).

El líder se encarga de transmitir conocimiento y emociones impulsado por el cambio y la innovación lo cual impulsa la curiosidad, la escucha activa, mejora la interpretación y los valores, se comparten los criterios y se pierde la relación jefe/empleador, dando lugar a la relación líder/colaborador. En la actualidad por las condicionantes del entorno, los cambios dinámicos y las exigencias del mercado, es preciso que el líder reúna cualidades y capacidades para ajustarse a un mundo cada vez más dinámico y no siempre predecible, exigiéndole ser consciente de su contexto y que actúe en consecuencia.

Actualmente, se ha dejado de lado los modelos de liderazgo basados en actividades, para dar paso a una generación que logre reformular las organizaciones como exitosas, haciendo frente a los cambios constantes, respondiendo a las necesidades de corto, mediano y largo plazo y colocando en primer lugar a los grupos de interés más representativos. GEORGE (2010) señala que "en el siglo XXI los líderes más exitosos estarán centrados en mantener un desempeño superior alineando personas en torno a la misión y valores y empoderando a los líderes en todos los niveles, a la vez que sirven a los clientes y colaboran en toda la organización". De aquí puede destacarse las acciones de alinear, empoderar, servir y colaborar (Utamchandani Tulsidas & Sabater Sempere, 2018).

Resalta la importancia de un entendimiento total por parte de los líderes en las necesidades y habilidades presentadas a lo largo de la estructura organizacional, que permita brindar elementos de desarrollo y estímulo a nivel individual y de equipo, concretando la investigación, el desarrollo y la innovación como función primordial en el quehacer empresarial y desarrollo de estrategias diferenciadoras. El rol del líder trasciende, dando mayor proyección al proceso de innovación, extendiendo las fronteras de la organización, permitiéndole explorar nuevos horizontes, siendo integradora y enriqueciéndose durante el proceso.

Rich Lyons, decano de la Haas Business School de Berkeley, destaca las capacidades que debe tener un líder innovador en la actualidad, siendo capaces de definir oportunidades, identificar el marco del problema, reconocer las oportunidades y saber experimentar. Debe decidir, elegir, esto implica hacer una valoración de las ideas, conocer modelos de ingresos resultantes de la innovación o "revenue

model innovation" y saber seleccionar riesgos. Por último, debe saber construir la capacidad de la organización mediante el empleo de la influencia sin usar la autoridad, la gestión de la ambigüedad y el conflicto, el impulso de la creatividad de su equipo y el uso de la gobernanza adaptativa, Rich Lyons, decaño de la Haas Business School de Berkeley (Acevedo Niño, 2015).

Discusión y conclusiones

La realidad de las organizaciones como estructura básica del modelo empresarial está condicionada de todos los elementos dados como realidad del contexto de la innovación, partiendo no solo de la preocupación de tener conocimiento de cómo tradicionalmente es elaborado o la prestación de un servicio ajustado a los condicionantes de las necesidades identificadas en los clientes o usuarios; en el permanente cambio de los escenarios y evolución tecnológica han hecho que las organizaciones basen sus modelos en ajustarse a estos escenarios, donde la tecnología es el imperante y la necesidad constante de cambio.

La investigación es necesaria en todas las organizaciones empresariales o instituciones de carácter público o privado, con intenciones e intereses de carácter económico, donde el resultado es obtener algún tipo de beneficio o utilidad definido como ganancias y también en los entes gubernamentales o sin ánimo de lucro creadas para el servicio y sustento de la sociedad como las ONG. Los gestores están obligados a dirigir los esfuerzos y agregar los recursos necesarios de tipo económico y talento con capacidades científicas para solucionar los problemas en cuanto a diseño y / o métodos de proceso con características y actualizadas en la implementación de las TIC y otros cambios en el escenario tecnológico.

La gran preocupación de los inversionistas y empresarios, junto con los entes gubernamentales es como garantizar el retorno de la inversión en el momento de iniciar procesos de investigación y desarrollo en busca de generar conocimiento encargado de proponer diseños innovadores que impliquen dar solución a las necesidades de los clientes y consumidores y donde ellos estén en condiciones de asumir los costos del privilegio de contar y hacer uso de este tipo de bienes de última generación, basados en tecnología de punta, que es evidente el riesgo y el posible fracaso de no lograr los objetivos esperados en los procesos investigativos, debiendo iniciar con otras nuevas propuestas de investigación.

Los líderes en cada una de las actividades empresariales, sustentan este estatus por la capacidad de reaccionar y ofrecer permanentemente un ADN y performance basado en innovación generado de los procesos investigativos, consolidados normalmente a largo plazo, requiriendo un trabajo arduo de fracasos y triunfos en el desarrollo y creación de productos y métodos, para la fabricación o elaboración de bienes y servicios, implementando todo tipo de tecnología, generando la invención de productos de interés en el consumidor o usuario, haciendo posible en los beneficiarios mejorar sus condiciones y bienestar de vida.

La disponibilidad de los gerentes o directores en fundamentar la capacidad de gestión en apostar a la innovación basada en trabajo colectivo para crear equipos de reflexión de necesidades y propuestas creativas con alto

contenido en investigación y uso de tecnologías de última generación, hace posible empoderar y tener una estrategia para obtener una mayor cantidad y diversidad de propuestas con fundamento científico para solucionar las diferentes problemáticas y retos, de La sociedad en constante cambio, condicionados por normas de tipo legal y otros factores del entorno.

Referencias bibliográficas

Abad, G. G. (15 de enero de 2019). ¿Cómo debemos liderar un proceso de innovación? Obtenido de /Hablemos de e m p r e s a s : <https://hablemosdeempresas.com/empresa/liderazgo-innovacion/>

Acevedo Niño, A. (2015). Andres Acevedo Niño. Obtenido de cumbre plataforma de liderazgo: <https://cumbre.cesa.edu.co/author/santiago-olarte/page/4/>

Cegos Online university. (2017). Innovación y creatividad en el liderazgo empresarial. Obtenido de Cegos online u n i v e r s i t y : <https://www.cegosonlineuniversity.com/innovacion-y-creatividad-en-el-liderazgo-empresarial/>

Cevallos, R. (2012). Liderazgo, coaching y emprendimiento. Obtenido de America economia web site: <https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/liderazgoit-171020182903.pdf>

Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 100 de 1993. Obtenido de Ley 100 de 1993: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1993/ley_0100_1993.html

Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (2013). ¿Qué hace a los equipos ser más innovadores? El liderazgo desde una perspectiva de multidominio. 1138-5758/\$-see frontmatter@2011ACEDE. Publicado por Elsevier España, S.L. Todos los derechos reservados. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cede.2012.05.002>

Drucker, P. F. (1985). The changing world of the executive. New york times books.

Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. (2009). The innovator's DNA. Harvard Business Review.

Fernández, H. (2019). Que es el liderazgo: importancia, estilo, habilidades y mitos. Obtenido de Economía TIC: <https://economiatic.com/liderazgo/>

George, B. (30 de Abril de 2010). The new 21st century leaders. Obtenido de Harvard Business Review: <https://hbr.org/2010/04/the-new-21st-century-leaders-1.html>

Grönroos, G. (1984). A service quality model and its marketing implications. European Journal of Marketing, 36-44.

InPYME. (s.f.). Liderazgo e innovación en las PYMES. Obtenido de InPYME sitio web: http://www.inpyme.es/pdf/liderazgo_e_innovacion_en_pymes.pdf

Jaramillo Martínez, A. A. (2017). *Liderazgo para la innovación*. Obtenido de Cumbre plataforma de liderazgo: <https://cumbre.cesa.edu.co/liderazgo-para-la-innovacion/>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 41-50.

Porter, M. (1998). *The competitive advantage of nations*. Harvard Business Review.

Revista Expansión. (28 de mayo de 2012). *Liderazgo para innovar*. Obtenido de Expansion: <https://expansion.mx/expansion/2012/07/03/liderazgo-para-innovar>

Sánchez, M. (24 de julio de 2017). *Liderazgo del siglo XXI*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/melitpro-es/liderazgo-del-siglo-xxi-5670d5c6f1b5>

Tushman, M., & O'Reilly III, C. (1997). *Winning through innovation*. Boston: Harvard business school press.

Utamchandani Tulsidas, T., & Sabater Sempere, V. (28 de Mayo de 2018). *Liderazgo innovador en la gestión y desarrollo de la innovación en el siglo XXI*. Obtenido de Universidad de Alicante facultad de ciencias económicas y empresariales: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/77389/1/TFG-Tanash-Utamchandani-Tulsidas.pdf>

Vandamme, R., & Leunis, J. (1993). Development of a multiple-item scale for measuring hospital service quality. *International Journal of Service*, 30-40.