

Innovación organizacional y su impacto en la competitividad empresarial

Martínez Garcés, Josnel*
Padilla Delgado, Lina**
Tabares Ruiz, Jennifer***

1. Objetivo

Analizar el impacto de la innovación organizacional en la competitividad de las clínicas estéticas enfocadas al turismo de salud en la ciudad de Santiago de Cali.

2. Revisión teórica

Actualmente, el rápido desarrollo tecnológico y la economía global interconectada conllevan a las organizaciones a ser mayormente innovadoras. La innovación organizativa, que se define como la generación e implementación de nuevas estructuras organizativas, procesos o prácticas, ha sido considerado como la clave para lograr el éxito sostenido y el crecimiento económico de una empresa, y ha logrado obtuvo mayor atención por parte de investigadores y profesionales (Jia, Chen, Mei, & Wu, 2017).

La innovación desde las practicas organizacionales, además de permitir la creación de nuevos productos y servicios, también provee de sostenibilidad en la medida que evoluciona y se desarrolla en la búsqueda del establecimiento de ventajas competitivas que permitan la supervivencia de las organizaciones en ambientes altamente cambiantes (Chaubey & Sahoo, 2018). Este tipo de innovación facilita la iniciación y adopción de otras prácticas innovadoras, que permitan la reducción de costos administrativos, mejoras en las practicas internas, el acceso al conocimiento externo (Zuñiga-Collazos, 2016).

Por otra parte, y bajo un un concepto amplio, se puede afirmar que la competitividad incluye las fortalezas y debilidades que definen las capacidades locales y regionales de desarrollo; incluye además la relación entre gobiernos, instituciones y empresas para la generación de condiciones que propicien el desarrollo sostenido, sostenible y competitivo (Medina y Naranjo, 2014). En este orden de ideas, Saavedra y Milla (2017) respaldan esta idea al afirmar que la competitividad considera factores externos determinantes de índole económico, político y social. De esta manera, el trabajo colectivo entre empresas, Estado y sociedad coadyuvan de forma rápida al desarrollo de ventajas competitivas.

Bajo estas consideraciones, resultan pertinentes las afirmaciones de Horta, Silveira & Camacho (2015), quienes sostienen que la innovación es clave para promover la competitividad dentro de las economías globalizadas en general y de las empresas en particular; de esta manera, son conceptos que se consideran ampliamente relacionados. Así, el potencial competitivo depende de las habilidades para gestionar el conocimiento (investigación y desarrollo) y la producción del valor agregado (innovación). La idea es cristalizada por Zayas (2018) quien sostiene que una empresa competitiva es consecuentemente innovadora y tiene visión de desarrollo tecnológico.

3. Resultados esperados

A través de la investigación se espera:

- a) Ampliar la comprensión del desarrollo de la innovación organizacional en el sector del turismo de salud. En este sentido, el poder comprender cuales son los factores que están propiciando un incremento en la posición competitiva de las empresas al fomentar la innovación en sus prácticas internas y externas.

* Magister Scientiarum en Planificación y gerencia de ciencia y tecnología. Magister Scientiarum en Gerencia de empresas, mención gerencia financiera. Licenciado en Contaduría pública. Correo electrónico: josnel.martinez@aunarcali.edu.co

** Licenciada en Administración de negocios. Correo electrónico: lina.padilla@aunarcali.edu.co

*** Administradora de Empresas. Correo electrónico: jennifer.tabares@aunarcali.edu.co

b) Proveer evidencia empírica que soporte la conceptualización teórica descrita por los autores analizados además de la posible relación positiva que puedan tener ambas variables. Entendiendo que en la medida que una empresa implementa acciones innovadoras que le permitan ser mayormente productiva, puede generar un impacto positivo en el rendimiento en comparación a la principal competencia de la empresa.

4. Impacto social, económico y ambiental

La investigación tendrá un impacto social positivo debido a que una vez se determine la importancia de la innovación organizacional frente a la competitividad empresarial, esta última se verá fortalecida garantizando una mejor prestación de servicios que se traduce a su vez en el bienestar de los pacientes que acuden a estos centros de salud estética en busca de tratamientos que garanticen calidad y economía. Esto también representa un impacto positivo para las clínicas desde el punto de vista financiero, pues a mayor volumen de clientes mayores ingresos obtenidos asegurando la continuidad del negocio a través del tiempo.

Referencias Bibliográficas

Camison, C. & Villar-López, A. (2014). Organizational Innovation as an enabler of technological Innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business research*, 67(1), 2891-2902.

Causado, E.; Mojica, A. & Charris, A. (2018). Clúster de turismo de salud en Colombia: referentes para la competitividad. *Duazary*, 15(3), 1-15.

Chaubey, A. & Sahoo, C. (2018). Enhancing organizational innovation in Indian automobile industry. *International Journal of Innovation Science*, 11(1), 82-101.

Gómez, C. (2017). Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad? *Revista Lasallista de investigación*, 4(2), 51-64.

Gómez, H.; Londoño, J. & Serrano, J. (2016). Innovación en instituciones de salud como fuente de competitividad. *Revista venezolana de gerencia*, 21(74), 227-241.

Horta, R.; Silveira, L. & Camacho, M. (2015). Competitividad e innovación en la industria manufacturera en el Uruguay. *Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 10(28), 1-24.

Jia, X.; Chen, J.; Mei, L.; & Wu, Q. (2017). How leadership matters in organizational innovation: a perspective of openness. *Journal of Management Decision*, 56(1), 6-25.

Marulanda, J.; Correa, G. & Mejía, L. (2009). El clúster de salud en Medellín. Ventaja competitiva alternativa para la ciudad. *Revista EAN*, 67, 37-58.

Medina, M. & Naranjo, I. (2014). Variables relevantes en el diseño de estrategias para la competitividad en PYMES. *ORBIS. Revista científica de ciencias humanas*, 9(27), 116-129.

OECD & Eurostat (2005). *Oslo Manual, Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Paris, Francia: OCDE.

Ramírez, J.; Parra-Requena, G.; Ruiz-Ortega, M. & García-Villaverde, P. (2016). From external information to marketing innovation: the mediating role of product and organizational innovation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(5), 693-705.

Saavedra, M. & Milla, S. (2017). La competitividad de la Mipyme en el nivel micro: el caso de Querétaro, México. *En-Contexto. Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 5(7), 1-25.

Torchia, M.; Calabro, A.; Gabaldon, P. & Kanadli, S. (2018). *Women directors contribution to organizational innovation: A behavioral approach*. *Scandinavian Journal of Management*, 34, 215-224.

Zayas, I. (2018). *El desarrollo tecnológico y la innovación como ente principal de competitividad en las empresas del sector agropecuario en el municipio Angostura, Sinaloa*. *Revista mexicana de agnegocios*, 42, 1-15.

Zuñiga-Collazos, A. (2016). *Analysis of factors determining Colombia's tourist enterprises organizational innovations*. *Tourism and hospitality research*, 8(2), 1-6.
