

PREFACIO

Dra. Cira de Pelekais
cira.pelekais@floridaglobal.university

Innovación empresarial en tiempos de crisis

Para García et al., (2021), el mundo entero enfrenta una gran recesión económica a causa del COVID-19, un nuevo tipo de coronavirus. Dicha situación trae diversos desafíos para la sociedad. Al respecto, los gobiernos del mundo están tomando medidas para frenar el avance de la epidemia y disminuir el efecto que está causando en la economía mundial.

En palabras de Ardiles (2020), las micro y pequeñas empresas están entre los segmentos más afectados por esta pandemia; pero, a su vez, cumplen un papel importante, ya que tienen la responsabilidad de suministrar productos y servicios para la población. La reducción de la demanda (nacional e internacional) se considera un problema principal que se está enfrentando, debido a las órdenes de confinamiento en muchos países del mundo con la finalidad de evitar la propagación del virus. En consecuencia, las mypes han disminuido sus ingresos, de ahí que se les dificulta acceder a insumos.

Ante estos planteamientos, los estudiosos del tema, hablan de innovación empresarial para superar la crisis, pero ¿Qué es innovación?

Para Moncada et al., (2019), el término innovación se relaciona con “crear algo nuevo”, “cambio de ritmo”, plot twist, entre otros. Sin embargo, está más cercano a “hacer un cambio”. La innovación es una fuente de ventajas competitivas. Guarda relación con el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos; incluso, en modelos que generen características que sean de valor y de diferenciación. Todo proceso de innovación debe añadir un valor relevante para el cliente o consumidor, el cual percibirá la ventaja que se ofrece frente a la de la competencia.

De acuerdo con Fuentes & Mojica (2017), las empresas que innovan tienen la capacidad de poder aumentar la cuota de mercado, reducir los costos de producción y generar mayor rentabilidad. En ese sentido, es vital que las empresas aprovechen los recursos locales endógenos (culturales, institucionales, económicos, sociales, ambientales y políticos). Con ello, podrán desarrollar sistemas innovadores que las conviertan en empresas competitivas dentro de la región y el mercado mundial.

Según García et al., (2021), se puede sostener que innovar requiere la integración de conocimientos, tecnología, personas y recursos para generar valor agregado a un producto o servicio. Esto permitirá su relevancia dentro del mercado y su competitividad; por otro lado, la innovación debe ir alineada con las preferencias de los consumidores. Por ende, tiene que aportar a satisfacer sus necesidades.

Partiendo de lo expuesto con anterioridad, se hace evidente la necesidad que las empresas asuman la innovación como un proceso que apalanca la mejora organizacional en pro de garantizar la productividad y mejora continua. De igual forma, ejecutar acciones que les permita mantenerse en un mercado global con especiales exigencias ante un ambiente impregnado por una crisis generada en tiempos turbulentos.

Referencias

- Ardiles, T. (2020). San Martín: Impacto económico pos covid-19 sería de S/ 1198 millones. Agronoticias. <https://agronoticias.pe/ultimas-noticias/san-martin-impacto-economico-pos-covid-19-seria-de-s-1198-millones/>
- Fuentes, S. N. H. & Mojica, K. Y. S. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial en Cúcuta. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 23-33. 10.19053/20278306.v8.n1.2017.7368
- García Monsalve, J., Tumbajulca Ramírez, I., Cruz Tarrillo, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción*, 12(2), 99-110. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Moncada Fernando, Á., Montoya Monsalve, J. N., Rocío, O. P. S. (2019). *Desarrollo de un modelo de competitividad para la consolidación del clúster aeroespacial colombiano*. <http://editorial.ucentral.edu.co/editorialuc/index.php/editorialuc/catalog/book/453>