

Revista Latinoamericana de Difusión Científica



Volumen 5 - Número 9
Julio – Diciembre 2023
Maracaibo – Venezuela

Gestión estratégica e innovación en las organizaciones: Aproximaciones reflexivas

DOI: <https://doi.org/10.38186/difcie.59.13>

Reynier Israel Ramírez Molina*

Luís Alfonso Vergara Ramos**

María Gabriela Padrón Molina***

Ramineth Joselin Ramírez Molina****

RESUMEN

La investigación describe la gestión estratégica e innovación en las organizaciones desde una perspectiva reflexiva y teórica, considerando los desafíos y oportunidades del entorno, buscando el mejoramiento de su capacidad de adaptación y crecimiento. Con una perspectiva post - positivista, método hermenéutico, enfoque construccionista, mediante la interpretación de fuentes documentales disciplinarias, utilizando la técnica y análisis de datos para examinar tanto las fuentes clásicas como actuales de la variable de estudio. Los hallazgos evidencian que la gestión estratégica e innovación se hacen necesarias en un entorno empresarial competitivo y cambiante, generando un efecto positivo en la capacidad de adaptación. Se concluye que estas variables de estudio mejoran los procesos externos e internos corporativos, adoptando nuevas tecnologías y formas de trabajo; por ello se hace perentorio fomentar la creatividad para darle respuesta a los desafíos, problemas y requerimientos del entorno.

PALABRAS CLAVE: Gestión, Empresa, Creatividad, Administración de empresas.

*Profesor e Investigador de la Universidad de la Costa, Departamento de Ciencias Empresariales. Atlántico – Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5073-5158>. E-mail: rramirez13@cuc.edu.co

**Estudiante de la carrera de Administración de Empresas y Miembro del Semillero de Investigación en Gestión del Talento Humano (SIGTH) de la Universidad de la Costa, Atlántico – Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4033-4630>. E-mail: lvergara17@cuc.edu.co

***Estudiante del programa de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, de la Corporación Universitaria Reformada, Atlántico – Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5165-3077>. E-mail: maria.padron@cunireformada.edu.co

**** Doctorante del VI Semestre del Doctorado en Ciencias Gerenciales (Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín - URBE). Coordinadora de Salud de la Fundación Villa Bernarda (FUNDAVIBE), Maracaibo-Zulia, Venezuela. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4531-0873>. E-mail: rjramirez1@urbe.edu.ve

Este artículo es producto del proyecto de aula “Gestión estratégica e innovación en las organizaciones” vinculando a los estudiantes en el marco de los procesos de aula que fortalecen las estrategias didácticas que utiliza el autor principal docente para garantizar el aprendizaje, Programa de Administración de Empresas, Departamento de Ciencias Empresariales, articulado con el Semillero de Investigación en Gestión del Talento Humano (SIGTH), y enmarcado en las materias: Procesos del Talento Humano, y Gestión de Talento Humano del área de conocimiento Talento Humano, de la Universidad de la Costa, Atlántico – Barranquilla, Colombia.

Recibido:28/04/2023

Aceptado: 15/06/2023

Strategic Management and Innovation in Organizations: Reflective Approaches

ABSTRACT

The research describes strategic management and innovation in organizations from a reflective and theoretical perspective, considering the challenges and opportunities of the environment, seeking to improve their ability to adapt and grow. With a post - positivist perspective, hermeneutic method, constructionist approach, through the interpretation of disciplinary documentary sources, using the technique and data analysis to examine both the classical and current sources of the study variable. The findings show that strategic management and innovation are necessary in a competitive and changing business environment, generating a positive effect on the ability to adapt. It is concluded that these study variables improve external and internal corporate processes, adopting new technologies and ways of working; for this reason, it is imperative to encourage creativity to respond to the challenges, problems and requirements of the environment.

KEY WORDS: Management, Enterprises, Creativity, Business management.

Introducción

Hoy en día la gestión estratégica implica habilidades artísticas como científicas para desarrollar, aplicar y examinar las decisiones que se toman, con el fin que permitan a las empresas lograr sus metas. Esto teniendo en cuenta la visión y misión de la organización, seguido por analizar el entorno, establecer objetivos claros, fomentar la creatividad e innovación, siendo esta un aspecto fundamental para que la empresa alcance el éxito en la actualidad. En cualquier negocio indiferentemente de su naturaleza, cada vez más competitivo y cambiante, las empresas necesitan ser capaces de adaptarse y así estar preparadas para los retos que se puedan presentar en el entorno.

Considerando la importancia en radicar sus capacidades para orientar a las organizaciones hacia el éxito a mediano y largo plazo, permitiendo a las empresas mantenerse competitivas en un entorno inestable a nivel mundial. Al respecto, pueden existir elementos que afecten negativamente la gestión estratégica en las organizaciones, sin embargo, al combinar la gestión estratégica e innovación se podrían prever distintos

factores negativos que se puedan suscitar. Ambas siendo claves para el éxito en el contexto empresarial, promocionando la dirección y toma de decisiones para alcanzar objetivos, impulsando el crecimiento, desarrollo y avances en las organizaciones, posibilitando adaptarse a las demandas de los mercados.

Es así como el desarrollo y evolución de las estrategias e innovación han desempeñado un rol que influye significativamente en la competitividad de las empresas, buscando siempre formas de mejoras en los procesos internos, adopción de nuevas tecnologías e implementación de originales formas de trabajo. Ya que las organizaciones buscan constantemente maneras de optimizar y diferenciarse en un ámbito empresarial, implementando ideas y enfoques emergentes que le permitan lograr la efectividad de sus servicios, productos y procesos.

En un mundo saturado e hiper dinámico, la administración es fundamental que aplique estrategias e innovación en búsqueda de la consolidación de objetivos empresariales, a fin de distinguirse en el mercado. A través de implementaciones de novedosas ideas, metodologías y enfoques que van de la mano de la gestión estratégica e innovación, respondiendo al cómo lograr las metas, dinamizando la estrategia del negocio y adaptándose al entorno de manera sustentable, generando calidad en los procesos y respuestas a los clientes.

En los últimos tiempos, varios países de Latinoamérica han progresado con la adopción de la gestión estratégica e innovación en sus organizaciones. Por nombrar algunos en Colombia, México y Brasil se logra evidenciar que han demostrado tener un efecto positivo para ajustarse a los cambios. Además, estas prácticas pueden fomentar un alto porcentaje en la economía, promoviendo el empleo, estableciendo una calidad de vida en las personas.

En Colombia, sectores de tecnologías y servicios, han implementado políticas gubernamentales para impulsar la innovación y emprendimiento. México ha hecho de este tema una prioridad para el gobierno y empresas, con programas para emprender e innovar; mientras que en Brasil se ha avanzado en políticas de estado que fortalecen la competitividad en las organizaciones.

Siguiendo esta línea de pensamiento, la gestión estratégica e innovación, permite anticiparse a los cambios del mercado y mantenerse relevantes en un mundo empresarial

en constante evolución, fomentando un mejor ambiente y cultura de mejora continua en las organizaciones, es decir, desaprender para aprender a ejecutar nuevos procesos, con la finalidad de optimizar los servicios que ofrecen y encontrar oportunidades para la creación de valor y satisfacción de los clientes, clúster y stakeholders, con miras al éxito de la organización en un mundo empresarial complejo.

Por ello, al caracterizar la gestión estratégica e innovación en las organizaciones desde una perspectiva reflexiva y teórica, se busca entender cómo estas variables de estudio pueden influir en el éxito y sostenibilidad de las organizaciones, así como en su capacidad de adaptarse a un entorno cambiante. De igual modo, se busca identificar las prácticas y herramientas más efectivas para el mejoramiento de calidad en las empresas. Ante estas premisas se formula la siguiente interrogante: ¿Cómo es la gestión estratégica e innovación en las organizaciones?

1. Metodología

Para llevar a cabo la investigación, se recurre a la literatura de expertos clásicos y contemporáneos en el campo, que proporcionan una sólida base epistemológica y metodológica. Autores como Sánchez (2019), Martínez (2015) y Hurtado (2010) describen y comparan diferentes enfoques históricos, epistemológicos y metodológicos, destacando las ventajas prácticas del método, así como las definiciones y conceptos relevantes para la investigación cualitativa. Según Sánchez (2019), se requiere un esquema paradigmático estructurado en aspectos filosóficos, teóricos y metodológicos para guiar la investigación. Es así como se realizaron revisiones, análisis y valoraciones del comportamiento de las variables con base en el marco referencial, generándose una introducción, desarrollo conceptual, identificación de hallazgos y conclusiones para abordar el fenómeno investigado. Todo esto permitió a los investigadores identificar realidades problemáticas, establecer hipótesis y reflexionar sobre ellas, lo que condujo a la búsqueda de información primaria científica que pudiera servir de orientación para comprender las realidades cambiantes en ciencia, tecnología e innovación. Además, se pudo sistematizar la investigación mediante descriptores cronológicos y lógicos de la literatura disciplinaria clásica y actual.

Por lo que la investigación en cuestión emplea un enfoque pospositivista con un método cualitativo, paradigma constructivista como marco teórico, y la hermenéutica como técnica de recolección de datos. Según Villalobos et al. (2020), Sandín (2003) y Morin (2011), estos elementos están dirigidos por tres dimensiones interdependientes: ontológica, epistemológica y axiológica, lo que permite a los investigadores sistematizar la forma en que se genera y se configura la percepción de la realidad, en función de las hipótesis formuladas y la contrastación con el conocimiento socialmente aceptado. La hermenéutica también tiene un papel importante en la dimensión axiológica. En este sentido, se detallará el proceso de construcción de la investigación de manera sistemática y rigurosa (Ver Esquema 1).

Esquema 1. Ruta del constructo del trabajo de investigación según su naturaleza

Ruta del constructo metodológico	Acciones
Definición conceptual	Revisión bibliográfica sobre el constructo. Identificación de las dimensiones del constructo. Elaboración de una definición conceptual clara y precisa del constructo.
Valoración y aportes teóricos	Análisis y evaluación de aportes teóricos. Registro de los resultados. Análisis y reflexión de los resultados obtenidos.
Metodología	Define la metodología, enfoque teórico, paradigma, técnica utilizada y análisis llevado a cabo en la investigación.
Reflexiones finales	Se exponen la gestión estratégica e innovación en las organizaciones desde un aspecto reflexivo, acercamiento teórico e interpretación de los resultados.

Fuente: elaboración propia (2023).

2. Referentes conceptuales

2.1. Gestión estratégica e innovación: un enfoque reflexivo

La palabra “gestión” proviene del francés “gestion” que significa “administración” o “manejo”. La palabra “estrategia” se deriva de la palabra griega “strategos”, que significa “el arte del general” y se refiere a la planificación y dirección de operaciones militares. La palabra “innovación” proviene del latín “innovatio”, que significa “renovación” o “cambio”. En conjunto, la frase “gestión estratégica e innovación” se refiere al proceso de planificación y aplicación de una estrategia a largo plazo para la organización, que incluye la búsqueda constante de nuevas ideas y enfoques para mantenerse competitivo en un entorno cambiante.

Asimismo, la estrategia e innovación son habilidades que ayudan a las organizaciones a elaborar nuevas ideas, gracias a esto, hoy en día han ganado gran importancia en el mundo empresarial, donde la gestión estratégica implica el proceso de identificación, formulación y aplicación de una acción, respondiendo al cómo se ejecutará. Mientras que la innovación se enfoca en dar origen y aplicar novedosas ideas, generando gran valor para las empresas y dando repuestas a sus problemáticas. A medida que las organizaciones buscan mantenerse competitivas en un ambiente en constante transformación, la combinación de una gestión efectiva y cultura innovadora se torna fundamental, por la capacidad para crear y diseñar nuevos productos, servicios, procesos y plan de estrategia empresarial.

La gestión estratégica es un concepto clave en el mundo empresarial y ha sido abordada por varios autores a lo largo de los años. Porter (1996), define la gestión estratégica como el proceso de detectar y aprovechar las oportunidades de mercado para obtener una posición competitiva superior. En otras palabras, se trata de un proceso que implica la identificación de necesidades en las empresas, así como el progreso de oportunidades, y amenazas del entorno, a fin de desarrollar una estrategia que permita a la organización competir de manera efectiva en el mercado.

Considerando la relevancia de la gestión innovadora y estratégica, la originalidad y autenticidad en el contenido, son cruciales en un entorno altamente competitivo. Se destaca la necesidad de reconocer y emplear las alternativas de mercado para lograr una ventaja competitiva sostenible, este proceso implica un análisis detallado del contexto

empresarial, los recursos y capacidades. Tomando en cuenta una visión a largo plazo y comprensión clara de los objetivos corporativos, los cambios y tendencias del mercado.

Por tanto, dicha variable se debe considerar como un proceso continuo de evaluación y ajuste para mantener la ventaja competitiva sostenible en un contexto empresarial cambiante. Esto conlleva la obligación o requerimiento de tomar decisiones conscientes y adaptadas a lo que necesita el entorno de manera lógica y sistémica, basada en un análisis riguroso y conocimiento profundo de la organización y sus aspectos externos e internos. De esta manera, se pueden identificar y aprovechar oportunidades, enfrentar desafíos y amenazas con una estrategia clara, originando una gestión efectiva de los recursos y adecuada toma de decisiones en el futuro.

Con relación a todo esto se puede estimar como aspectos críticos en el mundo empresarial, ya que una estrategia adecuadamente diseñada y ejecutada podría establecer el resultado final de una empresa, la capacidad de hacerlo bien o mal, permitiendo a las organizaciones identificar mejores oportunidades en el mercado, a fin de implementar estrategias efectivas ante la competencia.

Por otro lado, la innovación es vista por autores como Schumpeter (1934), Drucker (1985), y Ramírez et al. (2022), como un motor clave del crecimiento económico y prosperidad a largo plazo. La innovación puede tomar muchas formas, desde pequeñas mejoras en los procesos existentes hasta la innovación de nuevas ideas y su aplicación para generar grandes estrategias, que busquen solventar cualquier realidad problemática en el mundo de las organizaciones.

Por consiguiente, la innovación ha tenido un papel crucial en el progreso de la civilización, produciendo capacidades dinámicas en estas y su competitividad, armonizando su ecosistema de manera sostenible. Por ello, se puede afirmar que la innovación, es fundamental para el progreso de las empresas y las economías, al posibilitar la generación de novedosos bienes, prestaciones y esquemas de empresa, abre nuevas oportunidades y mejora la eficiencia y productividad de las empresas, aperturando nuevos nichos del mercado y consiguiendo la absorción de clientes potenciales. Además, la innovación puede producir un efecto beneficioso en el bienestar de las personas, condicionado por mejorar su estilo de convivencias, necesidades y recursos.

Asimismo, la innovación puede ser el resultado de mejoras incrementales en los procesos existentes, por tal razón es esencial que las empresas fomenten una cultura de innovación y creatividad, experimentando nuevas ideas y enfoques. En su obra “The Lean Startup” (2011), Ries propone una metodología basada en la experimentación y feedback de los clientes para desarrollar y mejorar la calidad organizacional. Según este autor, la gestión estratégica e innovación deben ser un proceso interactivo, en el que la empresa prueba y ajusta continuamente sus ideas para encontrar soluciones óptimas.

Para Ries, la innovación son procesos articulados, componente esencial de la planificación estratégica empresarial y que propicia una cadena valor. En este sentido, es fundamental que la empresa tenga una percepción clara de su propósito y objetivos a largo plazo. Destacando la importancia de la cultura empresarial en el proceso de gestión estratégica e innovación. Las empresas deben fomentar una cultura de experimentación, aprendizaje y mejora continua, en la que el fracaso sea visto como una oportunidad para aprender y crecer.

Una gestión estratégica sólida puede proporcionar un marco para la innovación al establecer objetivos claros y definir una dirección clara para la organización. Al tener una estrategia definida, la empresa puede detectar los campos en los que se requiere innovar y establecer prioridades en consecuencia. Puede ayudar a la empresa a evaluar las oportunidades y desafíos del entorno y a adaptarse a los cambios en el mercado. La innovación puede generar oportunidades y desafíos estratégicos al permitir la innovación en términos de nuevas ideas y estrategias que se puedan presentar en las empresas. Al desarrollar soluciones innovadoras, la empresa puede obtener un lugar prominente en el mercado y mejorar su posición en relación con sus competidores. Además, incrementa el desempeño, traduciéndose en un aumento en la rentabilidad.

Por lo cual se considera abordar las distintas características que diversos autores han propuesto sobre la gestión estratégica e innovación, ya que esto permite obtener una comprensión más completa y detallada sobre estos temas. Al analizar las diferentes perspectivas y enfoques, se pueden identificar las mejores prácticas y enfoques efectivos para mejorar la gestión estratégica e innovación en una organización. Considerando estas definiciones, a continuación, se presentan las diferentes características de la gestión estratégica e innovación expuestas por distintos autores (Ver tabla 1).

Tabla 1. Características de la gestión estratégica e innovación

Autores	Años	Características de la gestión estratégica e innovación
Chesbrough	2003	Fomento de la innovación abierta y colaboración con socios externos.
Kim y Mauborgne	2005	Creación de un espacio de mercado inexplorado, mediante la innovación y diferenciación.
Ries	2011	Implementación de la metodología Lean Startup, basada en la interacción y validación de hipótesis.
Bashir y Madhavaiah	2018	Se recomienda que la gestión estratégica se lleve a cabo de forma constante y no se vea como una actividad única para lograr una ventaja competitiva duradera.
Nair y Prajogo	2019	La gestión estratégica debe ser adaptable y flexible para enfrentar un entorno empresarial complejo y en constante cambio.
McGrath	2019	Un enfoque que se centra en la capacidad de ser ágil, adaptable y experimentar, con especial énfasis en la necesidad de innovación constante.
Anthony	2021	Promueve la cultura de innovación y colaboración con otros miembros del ecosistema empresarial.

Fuente: elaboración propia (2023).

Estas características sistematizan la gestión estratégica e innovación, representan principios fundamentales orientados a la resolución y planeación de una organización para lograr el éxito en un entorno competitivo. La orientación al cliente y creación de valor, se refieren a comprender las demandas y anticipaciones de los clientes, ofreciendo soluciones que satisfagan esas necesidades de manera efectiva.

De igual manera, el análisis de la industria, ventaja competitiva y estrategias de crecimiento son esenciales para entender cómo se desenvuelven las organizaciones y puede competir de manera efectiva. El enfoque a la innovación disruptiva e identificación de nuevas oportunidades ayudan a la organización a actualizarse constantemente, y encontrar nuevas formas de agregar valor a sus productos o servicios. La experimentación, aprendizaje y adaptación constante son esenciales para una

organización que busca innovar y mejorar continuamente. El fomento de la innovación abierta y colaboración con socios externos pueden ayudar a la organización a obtener perspectivas que de otra manera no habría considerado.

Por su parte, la creación de un espacio de mercado inexplorado mediante la innovación y diferenciación, prima para lograr el éxito en un mercado dinámico. La implementación de la metodología Lean Startup, basada en la interacción y validación de hipótesis, es relevante porque ayuda a la organización a ser ágil y tomar decisiones informadas sobre cómo invertir sus recursos limitados. Estas características son fundamentales para una gestión estratégica e innovación, cooperando a las organizaciones para adaptarse y prosperar en un entorno empresarial con posibles escenarios de incertidumbres.

Para mantenerse competitivas las empresas en un mercado en constante evolución, estas deben adoptar un enfoque estratégico e innovador, implicando la identificación de objetivos claros y creación de un plan de acción para alcanzarlos. Esto requiere una comprensión profunda de la industria en la que se opera, así como de los factores cambiantes en las empresas. Al establecer una estrategia clara, las empresas pueden enfocar sus recursos y esfuerzos en las áreas que son más importantes para su éxito. Siempre las empresas deben estar dispuestas a adaptar su estrategia a medida que cambian las condiciones del mercado.

Esto significa que deben ser capaces de acompañar constantemente su estrategia y ajustarla según sea necesario para asegurarse de que estén en el camino correcto hacia sus objetivos y retos. Por lo cual se deben considerar las técnicas que pueden presentar la gestión estratégica e innovación para la consolidación de metas (Ver tabla 2).

Existen distintas técnicas que ayudan a fomentar la estrategia e innovación en las organizaciones, con el propósito de: (a) ayudar a las organizaciones a adaptarse a un entorno empresarial cambiante, el ambiente empresarial se encuentra en una continua transformación, y las técnicas para la gestión estratégica e innovación permiten a las organizaciones adaptarse a estos cambios y mantenerse competitivas; (b) proporcionar las técnicas para la gestión estratégica e innovación con un enfoque estructurado y analítico para la toma de decisiones, otorgándole a las organizaciones la capacidad de tomar decisiones informadas y fundamentadas; (c) fomentar la innovación, las técnicas para la

gestión estratégica e innovación fomentan la innovación al alentar a las organizaciones a Innovar y crear soluciones novedosas al pensar de manera no convencional, para los desafíos empresariales; (d) mejorar el desempeño y eficiencia, la aplicación efectiva de técnicas para la gestión estratégica e innovación puede ayudar a las organizaciones a mejorar su desempeño y eficiencia, conduciendo a mayores ganancias y una posición sólida en el mercado.

Tabla 2. Técnicas para la Gestión Estratégica e Innovación en las organizaciones

Autores	Años	Técnicas para la Gestión Estratégica e Innovación
Kim y Mauborgne	2005	Creación de nuevos mercados, eliminación de los existentes y exploración de nuevas oportunidades de mercado, y de la estrategia del océano azul.
Osterwalder y Pigneur	2010	Utilización del modelo Canvas de negocio para la innovación y planificación estratégica.
Alex Osterwalder	2017	Enfoques innovadores que buscan explorar nuevas oportunidades de crecimiento a través la implementación de estrategias.
Abele y Spöttl	2017	Design thinking se utiliza como metodología de resolución de problemas y se enfoca en desarrollar soluciones innovadoras y creativas para abordarlos.
Bachchan y Knowles	2018	Métodos para aumentar la diversidad y mejorar la calidad de las organizaciones.
Chesbrough	2019	Estrategia de innovación que aprovecha el conocimiento y la experiencia de actores externos al negocio para mejorar los procesos internos.

Fuente: elaboración propia (2023).

El fin de todo esto con la gestión estratégica e innovación es lograr que las organizaciones puedan alcanzar y conservar una posición competitiva superior en el mercado. Desarrollando estrategias efectivas para mejorar su posición en el mercado, aumentar su cuota de mercado, mejorar la eficiencia operativa, reducir costos, mejorar la calidad y atender de manera más efectiva las demandas de los clientes, garantizando un cambio y mantenerse competitivas en un entorno empresarial en constante evolución, permitiéndoles crecer y prosperar en el largo plazo.

Según Porter y Stern (2001) y Ramírez et al. (2023a,b), el éxito de la gestión estratégica e innovación en las organizaciones depende de tres factores principales: la capacidad de la organización para anticipar y ajustarse a las transformaciones en el contexto empresarial competitivo, la habilidad de la organización para establecer y preservar ventajas competitivas duraderas, y la capacidad de la empresa para explotar oportunidades de innovación y generar renovación de servicios, procesos y productos que cumplan con las demandas del mercado. Estos factores están estrechamente relacionados y se refuerzan mutuamente, una gestión estratégica e innovación efectiva debe abordar estos factores de manera integrada y coherente para lograr el éxito a largo plazo.

Es esencial estar atentos a los cambios y tendencias del mercado, anticiparse a ellos y adaptarse rápidamente para seguir siendo competitivos y sustentables. Además, la capacidad de crear y mantener ventajas competitivas sostenibles es fundamental para asegurar el éxito a largo plazo. Estas ventajas pueden ser tecnológicas, de costos, calidad, marca, entre otras, pero deben ser únicas y difíciles de imitar por la competencia, en este sentido, la innovación continua es esencial para mantener y fortalecer estas ventajas.

Por último, la capacidad de explotar oportunidades de innovación y desarrollar servicios, procesos y productos innovadores que cumplan con las necesidades del mercado, es crucial para mantenerse relevante y competitivo. La innovación no solo implica crear nuevos productos, sino también mejorar los procesos internos, implementar nuevas tecnologías y generar nuevas formas de interactuar con los clientes.

En definitiva, la gestión estratégica e innovación efectiva requiere de una visión amplia y prospectiva del entorno competitivo, una capacidad para crear y mantener

ventajas competitivas sostenibles, y la habilidad para explotar oportunidades de innovación. Todo esto debe ser abordado de manera integrada y coherente para lograr el éxito a largo plazo. Además de estos factores, otros autores también destacan la importancia del liderazgo comprometido y capaz, para asumir los retos en las organizaciones (Ver tabla 3).

Al centrarse en estos factores claves, antes mencionados las organizaciones pueden desarrollar una capacidad de innovación sólida y mantener su ventaja competitiva en un mercado en constante evolución. Gracias a esto hoy en día, las organizaciones que han conseguido implementar una gestión estratégica e innovación efectiva han demostrado ser más resistentes ante los cambios en el entorno competitivo y siendo capaces de ofrecer soluciones innovadoras y valiosas a sus clientes. Además, han llegado a mantener su posición líder en el mercado. Por lo tanto, es fundamental que las organizaciones consideren estos factores claves y los integren en su estrategia para asegurar un porvenir éxito.

No obstante, la ejecución efectiva de la gestión estratégica e innovación en las organizaciones puede presentar algunos desafíos. Es importante que las organizaciones cuenten con líderes comprometidos y capacitados que puedan liderar procesos de cambio y estimular una cultura innovadora en la empresa. Además, las organizaciones deben estar dispuestas a asumir riesgos y a experimentar con nuevas ideas y enfoques para poder generar innovación de manera efectiva, de igual manera, es esencial que las organizaciones cuenten con los recursos indispensables, tanto de índole económica como humana, para apoyar la innovación y gestión estratégica, considerando las perspectivas y enfoques para abordar dicha variable de estudio en la gestión, siendo útiles para que las organizaciones elijan el enfoque adecuado según sus necesidades y naturalezas (Ver tabla 4).

Estos enfoques se han basado en la mejora continua, innovación abierta, y gestión del conocimiento, son considerados fundamentales para que las organizaciones puedan adaptarse y prosperar en un entorno de negocios con cualidades diferenciadoras. Al implementar estos enfoques, las organizaciones pueden mejorar su eficiencia operativa, aumentar la excelencia de sus productos y servicios, reducir costos y generar valor para sus clientes.

Tabla 3. Factores claves de la gestión estratégica e innovación

Factores claves	Autores	Aportes
Proceso de innovación	Christensen (1997)	La organización debe ser capaz de identificar oportunidades de innovación, generar ideas nuevas y creativas, y llevar esas ideas al mercado de manera efectiva.
Cultura Organizacional	Schein (2010)	La organización debe fomentar una cultura de colaboración, aprendizaje continuo, experimentación y toma de riesgos para apoyar la innovación.
Recurso y capacidad	Teece (2018)	La organización debe ser capaz de invertir en investigación y desarrollo, tecnología y talento para apoyar la innovación.
Planificación estratégica	Pacheco y Pineda (2020)	La organización debe ser capaz de establecer objetivos claros y medibles, identificar oportunidades de innovación y definir un plan de acción detallado para alcanzar sus objetivos.
Liderazgo	Maxwell (2022)	Los líderes deben ser capaces de establecer una visión clara y estratégica para la organización, así como de fomentar una cultura de innovación y aprendizaje continuo.

Fuente: elaboración propia (2023).

Esto conduce a un beneficio competitivo en el mercado y a poseer empresas exitosas a largo plazo. Por lo tanto, se considera esencial que las organizaciones adopten estos enfoques para mantenerse relevantes y competitivas en el mercado actual, la

capacidad de adaptarse y evolucionar constantemente se considera clave para el éxito empresarial, y estas estrategias son una parte fundamental de ese proceso.

Tabla 4. Enfoques de la gestión estratégica e innovación en las organizaciones

Autores	Enfoque de gestión estratégica e innovación
Chesbrough (2015)	Enfoque de innovación abierta, se refiere a la colaboración y cooperación entre empresas y organizaciones para la creación y desarrollo de soluciones innovadoras.
Brown (2018)	Enfoque de Design Thinking se basa en comprender a fondo a los usuarios y sus necesidades, para generar soluciones innovadoras y enfocadas en ellos.
Durand y Rüling (2021)	Enfoque en la innovación que promueve la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.
Christensen y Roth (2022)	Enfoque de la innovación disruptiva, se fomenta la experimentación y exploración de nuevas oportunidades de mercado.

Fuente: elaboración propia (2023).

En la actualidad, muchas organizaciones aplican la gestión estratégica e innovación para mantenerse competitivas en el mercado y adaptarse a los cambios constantes del entorno empresarial. La gestión estratégica e innovación son consideradas herramientas fundamentales para el éxito empresarial a largo plazo. La aplicación de estas variables varía según el tipo de organización, su tamaño, el sector en el que operan y otros factores relevantes. Sin embargo, hoy en día las organizaciones reconocen la importancia de establecer objetivos a largo plazo, comprender el entorno empresarial, fomentar una cultura de innovación, para satisfacer las demandas de los clientes.

De acuerdo con lo antes expuesto se puede decir que: (a) muchas empresas tecnológicas aplican la innovación abierta para generar nuevas ideas y colaborar con otras empresas, universidades y unidades de investigación dedicadas a fomentar la innovación; (b) las empresas de servicios financieros aplican la gestión del conocimiento para recopilar y compartir información sobre el mercado y las tendencias económicas, y así tomar

decisiones estratégicas; (c) las empresas de fabricación aplican la mejora continua, para ser líder en el mercado y lograr la retención de los clientes, resultando en la permanencia en el mercado y su rentabilidad, apuntando a la sustentabilidad y sostenibilidad.

Reflexiones finales

Al abordar la caracterización de la gestión estratégica e innovación en las organizaciones desde una perspectiva reflexiva y teórica se puede afirmar que:

(a) hoy en día esta permite a las empresas mejorar sus procesos internos, adoptar nuevas tecnologías y encontrar nuevas formas de trabajo, respondiendo a las realidades problemáticas de las organizaciones;

(b) la implementación de novedosas ideas y enfoques pueden ser un factor determinante en el progreso y evolución de las empresas, permitiendo mantenerse a la vanguardia y responder a los requerimientos de los clientes. Una combinación entre estrategia e innovación ha llevado a muchos logros y resultados positivos en las organizaciones, entre estos: el incremento en la efectividad y ejecución de diferentes procedimientos, y las estrategias de innovación han permitido el surgimiento de una variedad de productos y servicios que representan ventajas competitivas capaces de satisfacer las demandas y necesidades de los consumidores, aumento en la rentabilidad de la organización, promover una cultura de constante mejora y permanencia en el mercado;

(c) la implementación exitosa de la gestión estratégica e innovación requiere una implicación y participación de todos los interesados en la organización, incluyendo la comunidad, clúster y stakeholders, desde los líderes hasta los colaboradores deben estar articulados;

(d) es fundamental establecer un marco de trabajo que permita la identificación y desarrollo de nuevas ideas, evaluación de su viabilidad para aplicar las mejores soluciones;

(e) en reflexión las organizaciones que se enfocan en la estrategia e innovación tienen una mayor probabilidad de crecimiento y desarrollo sostenible. Estas empresas son capaces de anticipar variaciones en el entorno de mercado y adaptarse rápidamente a las demandas innovadoras y requerimientos actualizados de los consumidores. Además, la

innovación les permite mejorar sus procesos internos y encontrar nuevas formas de generar valor para sus clientes.

Referencias

Abele, J., & Spöttl, G. (2017). Design thinking for innovation: Research and practice. Springer.

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur (2010). Utilización del modelo Canvas de negocio para la innovación y la planificación estratégica.

Anthony, Scott D. (2021). "Eat, Sleep, Innovate: How to Make Creativity an Everyday Habit Inside Your Organization". Harvard Business Review Press.

Bachchan, A., y Knowles, J. L. (2018). "Estrategias de Diversificación". Ediciones McGraw-Hill.

Bashir, M., & Madhavaiah, C. (2018). Continuous strategic management: A key to sustainable competitive advantage. Global Journal of Management and Business Research: E Marketing, 18(2), 15-20.

Brown, T. (2018). Design Thinking. Harvard Business Review, 96(6), 84-92.

Chan, K y Mauborgne, R (2005) creación de nuevos mercados, eliminacion de los existente y exploracion de nuevas oportunidades en el Mercado.

Chesbrough, H. (2003). Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business Press.

Chesbrough, H. (2015). Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business Review Press.

Chesbrough, H. (2019). Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business. Oxford University Press.

Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.

Christensen, C., y Roth, E. (2022). "Enfoque en la innovación disruptiva y el emprendimiento". Ediciones Deusto.

Drucker, P. F. (1985). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. Harper & Row.

Durand, T., y RÜling, C-C. (2021). "Enfoque en la innovación sostenible y la responsabilidad social". Ediciones Deusto.

Hurtado, J. (2010). Metodología de la Investigación. Guía para una comprensión holística de la ciencia. Ediciones Quirón.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review Press.

Martínez, M. (2015). Epistemología y metodología cualitativa en las ciencias sociales. Trillas, S.A de C. V.

Maxwell, J. C. (2022). "The 5 Levels of Leadership: Proven Steps to Maximize Your Potential". Center Street.

McGrath, Rita (2019). "Seeing Around Corners: How to Spot Inflection Points in Business Before They Happen". Houghton Mifflin Harcourt.

Morin, E. (2011). Introducción al Pensamiento Complejo. 1era edición, Editorial Gedisa. Barcelona - España.

Nair, A., & Prajogo, D. I. (2019). Linking strategic flexibility to firm performance: The role of management control systems. *Journal of Business Research*, 99, 405-413. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.01.031

Osterwalder, Alex (2017). "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers". Wiley.

Pacheco, R., y Pineda, E. (2020). "La flexibilidad y adaptabilidad como características de la planificación estratégica". *Revista de Innovación y Desarrollo Empresarial*, 10(2), 45-59.

Porter, M. E., & Stern, S. (2001). Innovación: la ventaja competitiva del futuro. *Harvard Business Review*, 79(6), 45-59.

Porter, M.E. (1996). Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Rendimiento Superior. Editorial: Free Press.

Ramírez Molina, R. I., Antequera, R.R., Baez, D.A., Lay, N.D., & López, L. (2023b). Support Systems and Technological Capabilities in Digital Transformation According to the Nature of the Company. In: Woungang, I., Dhurandher, S.K., Pattanaik, K.K., Verma, A., Verma, P. (eds) *Advanced Network Technologies and Intelligent Computing. ANTIC 2022. Communications in Computer and Information Science*, vol 1797. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-28180-8_14

Ramírez Molina, R. I., Pinzón Acosta, M. V., Vilorio De la Hoz, K. D., Ríos Pérez, J. D., & Lay Raby, N. D. (2023a). Innovative Strategies in agricultural production units: Knowledge in development of new services and value chains. *Revista de la Universidad del Zulia*, 14(39), 119-138. DOI: <https://doi.org/10.46925//rdluz.39.03>

Ramírez Molina, R. I., Ramírez Molina, R. J., Molina Molina, C. C., Vergara Ramos, L. A., & Santamaria Ruiz, M. J. (2022). Estrategias facilitadoras e innovación social: aproximaciones, teorías, aportes y reflexiones. *Opción*, 38(99), 290-312.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.

Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122.

Sandín, M. P. (2003). *Investigación cualitativa en educación: Fundamentos y tradiciones*. McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U.

Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership*. John Wiley & Sons.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40-49.

Villalobos Antúnez, J.V., Gutiérrez, J.F., Ramírez Molina, R.I., Díaz Cid, L., Ramos Márquez, Y., Enamorado-Estrada, J., y Ruiz-Gómez, G. (2020). Karl Popper y Heráclito: Antecedentes y problemas actuales de la Filosofía de la Ciencia. *Opción. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 36(92), 984-1018.

Conflicto de interés

Los autores de este manuscrito declaran no tener ningún conflicto de interés.

Copyright

La *Revista Latinoamericana de Difusión Científica* declara que reconoce los derechos de los autores de los trabajos originales que en ella se publican; dichos trabajos son propiedad intelectual de sus autores. Los autores preservan sus derechos de autoría y comparten sin propósitos comerciales, según la licencia adoptada por la revista.

Licencia Creative Commons

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

