

## LA ADMINISTRACIÓN, DESDE UNA PROSPECTIVA EMPRESARIAL

Adriana Paola Martínez Urquijo\*  
 Fabio Enrique Martino Galindo\*\*  
 Ana Blanco Ariza\*\*\*  
 Universidad Simón Bolívar

**RECIBIDO:** mayo 2 de 2014

**ACEPTADO:** julio 30 de 2014

### RESUMEN

El presente artículo de reflexión, cuyo objetivo fue realizar un análisis de la Administración, desde la prospectiva empresarial, esta función se ha hecho a lo largo de la historia, tomando desde los clásicos hasta los contemporáneo, que enfrenta desafío que son necesarios superar cambiando ciertos aspectos de aquellos planteamientos para la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades y está orientada hacia el crecimiento y la toma de decisiones y los riesgo, que cada vez son más inciertos, pero que al mismo tiempo, exigen compromiso de los gerentes y personal administrativo, para el desarrollo de las competencias profesionales. En el mundo de hoy, existen países que son potencias, que su fuerte es la innovación, tecnología el mejoramiento continuo, la calidad, etc. provocando un cambio en los estilos de vida, se concluye, que la prospectiva de la administración, son cambios y transformaciones, pero bajo la organización empresarial.

**Palabras Clave:** Administración, prospectiva, innovación y transformación de entornos

Martínez, A., Martino, F., & Blanco, A. (2014). La administración, desde una prospectiva empresarial., en *Liderazgo Estratégico*, Revista de los Programas de Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Simón Bolívar 1 (2), 16-37.

---

\*Estudiantes de quinto semestre de Administración de Empresas, [adrianapmu@hotmail.com](mailto:adrianapmu@hotmail.com)

\*\*Estudiante de quinto semestre de Administración de Empresas, [Fabio.martini.09@@hotmail.com](mailto:Fabio.martini.09@@hotmail.com)

\*\*\*Mg. en Administración de Empresas, Líder de grupo de investigación, Gestión Organizacional de la Universidad Simón Bolívar [ablancol@unisimonbolivar.edu.co](mailto:ablancol@unisimonbolivar.edu.co)

## MANAGEMENT FROM A BUSINESS PROSPECTS

### ABSTRACT

This article reflection whose objective was to conduct an analysis of the administration, from a business prospective, this function has been done throughout history, taking from the classics to the contemporary challenges facing that are necessary to overcome changing certain aspects of those approaches to the search for new markets and opportunities and is oriented towards growth and decision -making and risk, more and more uncertain , but at the same time , they require commitment from managers and staff, for the development of professional skills . In today's world, there are countries that are powers that its strength is innovation, technology, continuous improvement, quality, etc. it causing a change in lifestyles, it is concluded that the prospect of the administration are changes and transformations, but under the business organization

**Key words:** Administration, perspective, innovation, processing environment.

### INTRODUCCIÓN

Basados en el pensamiento de Heráclito (citado por Gaarder, 1994) “todo fluye, todo cambia, nada permanece”, se puede

evidenciar que la administración se encuentra en un cambio constante ya que está entrelaza con dos elementos importantes que evolucionan con mucha rapidez, el mercado y la tecnología, una persona que quiera constituir su propia organización debe estar a la vanguardia de los cambios y desafíos que el mercado le imponen.

El hecho que el mercado cambie con tanta velocidad origina competencia entre numerosas compañías, dicha competencia es producida por un bien y/o servicio que es ofertado por más de una empresa y todos ellos con la misma calidad, es aquí donde la tecnología juega su papel debido a que esta cambia causando que los elementos ofertados, sean de mejor calidad, produciendo que los compradores quieran siempre preferir aquel bien y/o servicio que cubra mayores necesidades y tenga un alto grado de satisfacción en ellos. Un ejemplo

del avance rápido de la tecnología, del mercado y la competencia de la misma es la variedad de marcas que existen de un mismo producto.

Para un administrador, el ágil avance de las ciencias aplicadas y de las oportunidades de venta que el mercado ofrece, le da la opción de que su empresa sea cual sea el ciclo de vida en el que se encuentre, sea capaz de llegar a la cima del éxito, ser una de las sociedades con mayor reconocimiento en el mercado y sea aquella empresa en donde todas las personas quisieran trabajar. Innovar, esa es la palabra clave en este campo, Jorge González Moore (2013) afirmó que “La innovación constante es la única forma de mantenerse competitivo, porque ninguna ventaja es sostenible en el largo plazo.” quien es innovador presentará de forma constante ideas, proyectos, productos, con el fin de cautivar la atención de los empleados del

cliente y del público en general, aquel que se confié de un proyecto que tuvo éxito al primer intento corre el riesgo de quedar estancado y que la competencia lo derrumbe. Cabe la pregunta ¿Cuál es el futuro de la Administración?

## ANÁLISIS

La evolución de la administración a pesar que ha sido lenta de igual forma es muy notable, han sido un sinfín de personajes que han contribuido con aportes muy valiosos a este campo permitiendo el progreso de esta, cabe resaltar que así como hay quienes han aceptado esos cambios existen otros que han insistido en llevar su organización basándose en una administración sistematizada.

Para que en este tipo de organizaciones se diera, Taylor (2007) afirmaba que tenía que estar basada en la eficiencia que era el resultado de “Saber exactamente lo que se esperara que hagan los empleados y después cerciorarse de que lo hagan de la manera mejor y barata” (P.16). Otros gerentes prefieren llevar sus organizaciones basadas en la burocracia expuesta por Weber (citado por Robbins&Coulter, 2005), quien caracterizó este tipo de organización como aquella en la que se distinguía una jerarquía bien definida, reglas y normas detalladas y relaciones impersonales y se evidenciaba la división del trabajo. Son muy pocos lo gerentes que han decidido romper el esquema de una organización rígida basada en reglas y normas de obligatorio cumplimiento y que han decidido innovar en sus organizaciones de arriba hacia abajo.

Thomas Kuhn (2007) afirma que “el verdadero progreso exige una revolución” (P.20). Cualquier organización que decida quedarse con un producto sin realizarle ninguna mejora jamás llegara a ser competitiva y lo más seguro es que nunca progrese, en realidad son muy pocas las personas que saben que el secreto del éxito para que sus organizaciones una vez nazcan sean altamente competitivas es la innovación administrativa, que no es más que modificar sustancialmente la manera como se administra, o que modifique sosteniblemente las formas habituales de la organización, y con ello, promueve los fines de la empresa; en resumen modificar las estrategias para mejorar el desempeño de la organización.

Cualquier cosa que modifique drásticamente la manera cómo se realicen las cosas es considerado innovación administrativa, afirman Hamel y Breen (2007), innovar implica cambios que

muchas veces no son asimilados de buena forma por miembros de la organización y de igual forma tampoco pueden ser asimilados de la mejor manera por el cliente, por tanto es importante que si bien la empresa va a innovar en su parte administrativa o en cualquier otro campo siempre tenga presente los procesos administrativos expuestos por Fayol (1917) que a fin de cuentas ayudaran a la organización a presentar bienes y/o servicios eficaces y de muy buena calidad, evitando un mayor número de errores en el proceso de producción y la pérdida de competitividad en la industria.

Para innovar no hay que realizar un largo curso o haber tenido muchos años estudiando el tema solo se necesitan ganas, han sido muchas las empresas que han innovado en la parte administrativa, han fracasado y han empezado de nuevo desde cero y son hoy organizaciones reconocidas que han logrado mantenerse en la cima del

éxito, tal es el caso de ciertas compañías como General Electric (GE), DuPont, Procter & Gamble (P&G), Toyota y Visa, compañías que decidieron innovar utilizando diferentes estrategias que si bien al principio parecían fuera de órbita a lo que se estaba acostumbrado, demostraron que es muy difícil que en un intento se logre el éxito, la persistencia es fundamental para el tan deseado triunfo.

Hamel y Breen (2007) plantean que ser innovador administrativamente es ir un paso adelante en la competencia del mercado siempre y cuando se cumplan tres condiciones: que la innovación está apoyada en un principio administrativo novedoso, sea sistemática y que forme parte de un programa constante. Un ejemplo planteado por estos autores es el de la empresa japonesa Toyota Motor Corporation; quienes a pesar de estar en un mercado tan competitivo como lo es el campo

automovilístico se han mantenido en la cima produciendo un número de vehículos con tan reducidos defectos por unidad y con tan pocas horas laborales, pero ¿que hace a Toyota una empresa diferente a cualquier otra que también produzca vehículos?

Toyota a diferencia de las demás empresas automovilistas se rige de principios totalmente diferentes, relacionados con las capacidades de sus empleados y las responsabilidades de sus líderes. La opinión de los empleados de primera línea son igual de importantes como la opinión de un experto de alto rango en el tema lo cual lleva a la empresa a mejorar la calidad y ser eficiente. Una ventaja notable de esta compañía es la participación activa de sus empleados, ventaja que es muy escasa en los productores de vehículos estadounidenses pues estos están atados a un feudalismo intelectual.

En el mercado, la innovación o cualquier tipo de innovación anteriormente mencionado es fácil de hallar siempre y cuando se sepan aprovechar las oportunidades que el mercado le ofrece a la empresa. Esta no se le puede dejar nunca al cuerpo de ejecutivos encargados del orden de la empresa pues el recurso humano es el activo más importante que una empresa pueda poseer; cada uno puede aportar ideas nuevas que ayuden a la empresa a lograr el éxito deseado, ser arriesgado con el mercado al que se enfrenta es importante en una organización, que por miedo a innovar se queda en lo mismo a lo que está acostumbrada y puede llegar al final de su ciclo de vida, cuando se arriesga es necesario capacitarse para enfrentar los cambios ágiles del mercado, para que el éxito sea total y no caer en el fracaso.

El éxito de una organización no depende solo del gerente o de quien se encuentre al mando, muchos menos depende solo de los clientes o de que el producto tenga buena acogida en el mercado, el progreso dependerá de muchos factores y entre ellos que cada empleado de lo mejor de sí en la empresa. A este último factor se le suma el hecho de encontrar empresas con trabajadores que se presentan a trabajar como sonámbulos, dando como resultado que el potencial de estas se inferior a lo que en realidad podría ser, así lo expresan Hamel y Breen.

Ya ha pasado el siglo XX cuando Taylor y Fayol (2007) expusieron sus planteamientos y aunque muchas empresas se rigen actualmente de la mayoría de lo que ellos expusieron las que han logrado innovar en su parte administrativa se han dado cuenta que una jerarquía rígida llena de normas y reglas de obligatorio cumplimiento

en realidad no ayudan a ser una organización de alta calidad y muchos menos competitiva debido a que con la llegada de nuevas tecnologías, un mercado con un avance tan acelerado y de hecho una sociedad de consumo bastante grande se han impuesto desafíos que son necesarios superar cambiando ciertos aspectos de aquellos planteamientos que a pesar de ser muy útiles entorpecen el camino a la cima del éxito pues en una organización donde reina una jerarquía basada en la burocracia lo más probable será que los empleados se limiten a obedecer y ser los famosos zombis que Hamel y Breen en su libro el futuro de la administración mencionan, ocasionado pérdida de la productividad y calidad en el servicio de la empresa.

WholeFoodsMarkets, W.L. Gore y Google son ejemplos de empresas que retaron la ortodoxia de la administración y hoy son compañías exitosas, en las cuales

las personas desean trabajar en ellas, estas innovaron en diferentes componentes de sus organizaciones, basaron el éxito que hoy tienen en la confianza plena al empleado y a las capacidades que estos poseen, en la búsqueda constante de mejora mediante ideas de cambio por parte de ellos mismos, dejaron atrás la jerarquía llena de órdenes y seguida por la obediencia para ser sustituida por líderes capacitados de guiar a sus empleados, es de esta forma como estas empresas han logrado lanzarse a la carrera de inventar el futuro de la administración basada en nuevos principios pero nunca olvidando los cimientos de esta.

Hamel y Breen (2007) coinciden que elementos esenciales para la innovación son un pensamiento coherente, unos principios nuevos y la sabiduría de quienes operan en la periferia son los fundamentos de un enfoque sistemático. La creatividad y la persistencia son importantes en una empresa cuando se quiere innovar en cualquier



ámbito se debe saber que hay quienes prefieren quedarse sumergidos en la vieja escuela. Marshall (2007) afirma que “Las personas que tienen algún interés en la vieja tecnología jamás se acogerán a la nueva” (P.170). Es por esto que para que la innovación sea acogida con éxito, debe estar dirigida a un personal que tenga su mente abierta a los cambios.

Muchas veces las personas son escépticas ante el hecho de querer cambiar algo en la organización debido a que no confían en el resultado exitoso que este pueda tener y por ello cierran un poco su imaginación ya que se está acostumbrado a lo que sabemos sobre administrar que llegar a imaginar algo distinto a la habitual no concordaría con las practicas ortodoxas que se conocen de la administración. En general muchas empresas son incapaces de llegar a innovar porque están basados en la creencia de que *las cosas como son y deben ser*

*siempre*, poniéndose ellas mismas limitaciones que les impiden progresar y ser mejores ante la competencia.

Una piedra en el camino para el proceso de innovar son aquellos intereses egoístas que solo darán cierto beneficio a un grupo determinado, y son ellos quienes le encuentran desventajas a la idea del cambio dentro de la organización, es común en ellos referirse con frases como: *¿Quién se beneficia con esto?, si funciono en aquella empresa, nadie nos asegura que acá también será exitoso*. Por lo general son funcionarios de altos rangos que se niegan a la idea de dar un giro, tal vez muy ventajoso en la industria y de hecho hasta se niegan a creer que es imposible llevar una empresa sin un gerente pues la libertad excesiva de los empleados para ellos es el camino fácil a la quiebra.

Pero ¿por qué no salir de la idea que para que una organización funcione es necesaria la presencia de un gerente? ¿Por qué no crear organizaciones llenas de líderes?, tal es el caso de Ricardo Semler, Dueño de la famosa empresa Brasileira Semco la cual heredó de su padre, en el año 2011 el periodista Marcelo Berenstein, director de Emprendedores. News realizo un reportaje titulado Ricardo Semler: Muchos lo miran, pocos lo imitan en donde afirma que Semler dejo a un lado el sistema autoritario con que se manejaba la empresa para llevarla a un nuevo sistema convirtiéndose en líder, guiando a sus empleados a decidir por ellos mismos pero siempre siendo responsable, dejó que cada empleado decidiera que tarea realizar, como y cuando hacerla, Semler afirmo que la intervención obrera no suponía una pérdida de poder del jefe. *“Lo que hace Semco, es prescindir del autoritarismo ciego e irracional que mengua la productividad”* y

aseguró que se sentía encantado de que sus empleados fueran capaces de gobernarse y de valerse por sí mismos. *“Significa que se preocupan por sus puestos de trabajo y por su empresa, y eso es bueno para todos”*

Una organización debe tener valores los cuales cada uno de los empleados debe ser poseedores, al momento de una innovación, sin importar del tipo que sea, la carencia de valores podrá dificultar el cambio poniendo en riesgo la compañía, los valores en la organización son tan importantes ya que proporcionan un sentido de orientación para todos e instituyen pautas para el compromiso diario. Es primordial que una organización con aspiraciones a crecer mantengan en claro sus valores y se los inculquen a sus empleados pues son estos una parte importante del motor que lleva a la empresa al éxito.

Pero no solo los valores juegan un papel importante en el proceso de innovación, los principios también son parte fundamental en este paso, pero la idea de innovar no es solo hacer modificaciones en la parte administrativa sino proponer nuevos principios que aporten a los cambios pensado en hacer, pero dichos principios nunca deben perder la esencia de las políticas básicas por las que la administración inicialmente se guió, Lavoie y Marino creadores de RiteSolutions se jugaron una carta importante dejando atrás los principios ortodoxos a los que todos estaban acostumbrados, apostaron a lo nuevo y hoy son una de las compañías mejor posicionadas en el mercado y el mayor ejemplo de éxito en el aspecto de dar un giro a los principios comunes de la administración.

Existe un aspecto que deben tener todas las compañías para que sus

aspiraciones para innovar en cualquier aspecto sean exitosas, dicho aspecto al que nos referimos es la adaptabilidad que según Be-Have (1989):

Es la capacidad para acomodarse a los cambios en las situaciones sin que ello redunde en una reducción de eficacia y su compromiso. A su vez, esta capacidad está relacionada con la relativa a entender y apreciar perspectivas diferentes de una situación y la capacidad para adaptarse a nuevas circunstancias que modifican las ya conocidas. Supone la posibilidad de cambiar o adaptar nuevos enfoques en función de los requerimientos, evaluando y cuestionando lo que se estaba realizando para encontrar nuevas ideas o alternativas de mejora.

Como es de saber las personas no son capaces de asumir los cambios de forma rápida si se hacen sin una previa comunicación, se hace necesario que las empresas al momento de decidir realizar su innovación, de la índole que ellos prefieran, deben realizar pruebas en pequeños grupos de la empresa y en diferentes sectores para analizar la capacidad de aceptación y adaptabilidad de los empleados escogidos para el análisis. Pero cabe resaltar que entre

mayor diversidad de cualidades, destrezas, pensamientos, formas de actuar que existan en una empresa mayor será el nivel de adaptabilidad que tengan los empleados, pero en sí, el único riesgo que se corre actualmente en un mercado lleno de cambios es que los empleados queden habituados en una de las tantas modificaciones que deberá realizar la empresa para permanecer competitiva en el mercado. Es de señalar que un obstáculo que se puede presentar al momento de innovar es que alguno de los empleados no esté de acuerdo en algún aspecto por lo cual no deben tener miedo a comunicar su disgusto y dar a conocer lo que ellos opinan al respecto, el empleado en una empresa no es considerado un recurso, sino el activo más importante que esta posee por lo cual sus opiniones y sugerencias siempre serán tenidas en cuenta.

La adaptabilidad conocida como una capacidad es acogida por las compañías de larga duración como una virtud, General

Electric y W.L Gore son ejemplos de empresas que a lo largo de su existencia han tenido más de una evolución, Tener la mente abierta es lo que ha ayudado a adaptarse de forma fácil a sus empleados a los constantes cambios. Los cambios son la clave para que esta capacidad se convierta en una virtud tal como estas compañías lo hicieron, Afirma Baldoni (2012).

En la administración absolutamente nada está escrito, nada está dicho, nada es seguro, un administrador de empresas solo debe saber en qué aspecto innovar y que tipo de innovación es la más apropiada para ganar terreno en el mercado, pues no es lo mismo crear algo nuevo que tomar algo ya existente y mejorarlo. Drucker (1995) señaló que todas las compañías debían brindar un mejoramiento continuo de sus productos y/o servicios, a crear cosas nuevas, explotar el conocimiento a partir de sus propios éxitos y fracasos. Todo esto con el fin de generar

cambios en la organización, pero no solo basta con conocer el mercado y la tecnología, también hay que tener muy bien el conocimiento sobre el entorno y la demografía. Drucker (1995) puntualizo que los administradores deben tener en cuenta el entorno de la organización, la sociedad, su estructura, el mercado, el cliente y la tecnología ya que a partir de estos elementos va a mantener su puesto en el mercado, su calidad y su éxito.

Cuando una empresa emplea estrategias para innovar se vuelve altamente competitiva, Miles y Snow (2011) desarrollaron opciones estratégicas para innovar en una empresa entre las cuales encontramos estrategias de tipo exploratoria, de defensa, de análisis y de reacción. En el caso de la innovación una empresa debe utilizar la estrategia de tipo exploratoria que según Miles y Snow (2011) *“es altamente innovadora y constantemente busca nuevos*

*mercados y oportunidades y está orientada hacia el crecimiento y la toma de riesgos”* y esto no es más que lo que grandes compañías han hecho, buscar las oportunidades en el mercado, pues no todos los productos que existen en el medio son capaces de satisfacer la necesidad que un cliente tiene, y el hecho de encontrar una forma de satisfacer dicha necesidad, produce posicionamiento en el mercado, ganancias económicas y satisfacción del cliente haciendo que este siempre prefiera dicho producto.

En el años 2013 Ricardo Avila Pinto, director de Portafolio realizo una entrevista a Michael Porter a través del diario el Tiempo donde afirmaba que para el caso de Colombia cree en el crecimiento del mercado pero que será lento y será liderado por la innovación, salud y educación. Una compañía debe saber cuidar sus trabajadores, usar bien sus recursos,

preocuparse por utilizar energías limpias, se trata de llegar a un nivel más alto que el acostumbrado y ganarse a más personas que están en desconocimiento de los productos y/o bienes que ofrece la empresa.

Los ejecutivos de las actuales empresas piensan que la innovación es importante para el crecimiento del mercado y que con el conocimiento adecuado es posible mejorar, pero son pocos los directivos que la gestionan y la usan de manera explícita, cuando la idea de innovar no resulta tal como ellos la pensaron suelen sentirse frustrados pero no siempre el primer intento resulta exitoso y es por esto que muchas empresas fracasan debido a que no toman la derrota como forma de aprender y lanzarse nuevamente en un segundo intento, lo que ellos no tienen en cuenta es que un motivo por el cual la innovación no funciona tal vez sea por ellos mismos y no por el mercado pues la falta de conocimiento también puede generar que el intento de

mejorar caiga, los mismos empresarios afirman que la gente y la cultura organizacional son los principales conductores de la innovación. Pero así como existen administradores que ven la innovación como una salida al progreso, a la mejora de la calidad y de la eficiencia de la organización y como una manera de mantenerse competitivas en la industrias, existen ejecutivos que tiene la idea errónea que la innovación es solo cuestión de tecnología, que solo se puede innovar en los productos, que a quien le resulta la innovación es cuestión de suerte, eso no funciona en esta industria y mucho menos en este país, la innovación es dejar que los empleados hagan lo que quieran, solo pueden innovar quienes tengan un software desarrollado, entre otras ideas erróneas; que innovar se vuelve la tarea más complicada y llegar al éxito deseado se ve como una meta imposible. Ya es hora que se valla adquiriendo el conocimiento necesario para

innovar para ir más allá de los límites que los mismos ejecutivos y empleados de una organización se imponen, romper esquemas, equivocarse y volver a empezar es la clave para cambiar la tradicional administración, no existen aún un libro que nos describa de forma detallada el futuro que le espera a la administración, pero mientras ese libro aparece somos todos nosotros que nos inventamos el futuro de la misma.

## **DISCUSIÓN**

Las empresas enfrentan muchos desafíos actualmente debido al nivel económico de la ciudad donde residen y del mercado al que día a día se ven enfrentados, cabe resaltar que una empresa de un país en vía de desarrollo no solo se ve enfrentado con las compañías de su mismo país, sino también con empresas de países que son considerados potencias que aparentemente poseen una economía completamente sólida

y que tienen todas las de ganar ante cualquier empresa de un país en desarrollo.

Según la publicación en conjunto por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la Universidad Cornell, Institut Européend' Administration des Affaires (INSEAD) y sus socios especializados para la edición 2013 del Índice Mundial de Innovación, Booz& Company, la Confederation of IndianIndustry (CII), du y Huawei a nivel mundial existen 10 países posicionados como lo mejores en materia de innovación como lo son Suiza, Suecia, Reino Unido, Países Bajos, Estados Unidos de América, Finlandia, Hong Kong, Singapur, Dinamarca e Irlanda, aunque existe una crisis económica, la innovación se mantiene activa y en excelente estado. Los niveles de gastos en investigación y desarrollo superaron los alcanzados en el año 2008 y así progresan los centro de innovación locales obteniendo

buenos resultados. Francis Gurry (2013) Director general de la OMPI certifico que “Por todo el mundo se están multiplicando dinámicos centros de innovación, pese a la difícil situación de la economía mundial. En estos centros se saca provecho de las características locales con una perspectiva global de los mercados y el talento”

Colombia es considerada un país en vía de desarrollo, con una competencia inmensa en cualquier industria pero ¿es posible que en Colombia existan empresas capaces de innovar y lograr ser igual o mejores que empresas de países considerados potencia en el aspecto competitivo, de calidad y de eficiencia? Claro que si, en Colombia existen diferentes programas que ayudan y apoyan a las empresas a tomar las oportunidades que el mercado ofrece, desde oportunidades pequeñas hasta las más grandes, los empresarios colombianos tienen como tarea

crear compañías con aspectos totalmente diferentes a los tradiciones o en su defecto hacer que las empresas realicen cambios (innovaciones) en algún(os) aspecto(s) con el fin de ser acogidas con total éxito en el mercado, de igual manera en las universidades privadas y públicas el Estado ha implementado alternativas para que los futuros profesionales se atrevan a crear, a reinventar, a innovar sin miedo al fracaso.

El Foro Económico Mundial FEM (2013) presentó un índice donde daba a conocer que posición tenía el país ante aspectos como la calidad de las instituciones investigativas y la capacidad de innovación, Colombia está ubicada en el puesto 57 a nivel Global y en el puesto quinto a nivel latinoamericano como uno de los países con mayor índice de competitividad. Esto nos indica y nos reafirma a todos los colombianos que Colombia si está en la capacidad de ser altamente competitiva ante



el mundo, que la innovación y la capacidad de adaptabilidad de los colombianos ante los cambios es rápida, y que con el apoyo que brindan las universidades y diferentes entidades, la economía, la competitividad, la eficiencia, la calidad de productos y/o servicios colombianos definitivamente pueden subir.

Innpulsa es una de las tantas instituciones del Gobierno Nacional la cual fue creada para apoyar y promover el crecimiento empresarial extraordinario, a lo que se refiere a las iniciativas de negocio que pueden crecer de manera rápida, rentable y sostenible. Es claro que para que un producto y/o servicio tenga acogida en el mercado deben tener algún valor agregado lo cual lo haga más útil y satisfaga más necesidades de los clientes. Esta institución trabaja para fomentar la innovación y el emprendimiento de alto impacto. Dicho establecimiento pretende promover el

cambio de mentalidad, lo cual ayudara a superar los obstáculos que las personas tienen en su forma de pensar lo cual impide crecer en el ámbito del emprendimiento, de igual forma trabaja para corregir las fallas existentes en el mercado es decir abrirle los ojos a las personas para que conozcan las falencias que se presentan en el mercado y activar en dicha falencia una buena oferta y demanda.

Colombia está ubicado entre la 144 economías del mundo, en materia de innovación y sofisticación de negocios, dejar al país sin una orientación adecuada a este tema seria desperdiciar de una manera increíble todo el material en bruto que se posee que aún no ha sido explotado. Siendo un país en vía de desarrollo este debe ser lo más importante, crecer económicamente y es aquí donde está la oportunidad perfecta, pues no se trata simplemente de innovar y alcanzar el éxito y mayor competitividad a

nivel regional o nacional, se trata de expandirse hacia países vecinos, logrando generar ingresos al país, generando mayor oportunidades de empleo y logrando ser competitividad y exitosa. Sin embargo solo el 9% de las empresas colombianas son innovadoras y esta cifra sin duda hay que cambiarla, Manuel José Moreno, director Bogotá innova de la cámara de comercio de Bogotá, es un empresario que está convencido de que el éxito en las empresas no solo depende de administrar con eficiencia los recursos sino también de innovar. Este empresario fue entrevistado el 2 de agosto de 2013 por el periódico El Espectador, y sostuvo que la guía de innovación que tienen las compañías del país se fundamenta en adecuar y no en la originalidad, y esto es grave porque no se está trabajando para lograr esa cultura de innovación tan deseada, está convencido que los procesos de innovación si se utilizan adecuadamente son los que le van a permitir

a muchas empresas a competir no con precios sino con valor agregado para el cliente y para los accionistas.

## CONCLUSIONES

Las compañías siempre trataran de satisfacer las necesidades de los potenciales compradores, al vivir en una sociedad de consumo masivo la demanda de diferentes productos se vuelve totalmente alta por lo que las empresas gozan de un alto nivel competitivo, esto las obliga a innovar continuamente y con tal rapidez para poder solventar tanto la demanda como las exigencias del cliente.

La innovación es actualmente uno de los elementos de mucha importancia en las empresas, a este se suma la creatividad y la

perseverancia, aunque vivimos en una sociedad que evoluciona rápido desde tiempos antiguos, la administración se tomó su tiempo para hacerlo y actualmente sigue ese proceso, han sido pocas las personas que asumieron el cambio enfrentando grandes obstáculos, que los llevaron al fracaso pero aun así nunca desistieron y hoy son empresas exitosas y reconocidas a nivel mundial, compañías como General Electric (GE), DuPont, Procter & Gamble (P&G), Toyota, Visa, WholeFoodsMarkets, W.L. Gore y Google son ejemplo de compañías que se adaptaron a la sociedad contemporánea, a las reglas por las cuales una sociedad consumista se rige, que se visionaron como compañías dispuestas a estar en la cima de éxito, y rompieron el esquema de la administración ortodoxa e innovaron en el aspecto más importante de una empresa; su parte administrativa.

La competencia que existe en el mercado entre empresas que tienen como objetivo un mismo fin, aumenta la rivalidad entre ellas ocasionado que mejoren la calidad de los productos, sean más eficientes, y sean innovadoras tanto en bienes y/o servicios como en procesos, el apoyo de la compañía en general y la adaptación rápida a los cambios que se darán de forma constante son importantes, al ser el empleado el activo más importante que tiene la empresa siempre tiene que ser tomado en cuenta, un empleado nunca será un objeto generador de dinero en las compañías, es sin duda quien junto al cliente ayuda a crecer a la empresa, con sus aportes hacia aquellas acciones que no lo dejan sentir cómodo y que lo predisponen.

La presencia de los valores y principios en una empresa son los que finalmente atraerán al cliente y lo dejaran sujeto a este bien y/o producto, cuando los

empleados no se identifican con los valores corporativos será muy difícil que entreguen todo de sí, lo más probable es que realicen un trabajo mediocre ocasionando que la calidad de la empresa baje, perdiendo competitividad y eficiencia.

El cambio de la administración, de los principios por los cuales se rigen y por los postulados hechos por grandes pensadores pueden cambiar, un cambio no significa olvidar lo aprendido pero muchas veces los cambios ayudan a los empresarios a crecer y a progresar, no es recomendable quedarse viviendo en el pasado pues son estas empresas las que mantienen una inestabilidad constante debido a que no saben cómo mantenerse en un mercado que cambia con rapidez, mantener un conocimiento constante de la economía y del mercado de las diferentes regiones ayudara a es la estabilidad y a ser competitivas en el mercado. Empresas como General Electric (GE), DuPont, Procter & Gamble (P&G),

Toyota, Visa, WholeFoodsMarkets, W.L. Gore y Google son las que demuestran que se puede innovar en cualquier aspecto y que la perseverancia es fundamental en cada persona de la empresa y no solo del dueño de esta. Así que desde ahora trabajar en el futuro de la administración es tarea de todos.

## REFERENCIAS

Anónimo (2013). Colombia ganó ocho posiciones en innovación según el índice de competitividad del FEM. Disponible en: <http://www.colciencias.gov.co/noticias/colombia-gan-ocho-posiciones-en-innovacion-seg-un-el-ndice-de-competitividad-del-fem>

Ávila, R. (2013). Las claves del crecimiento, según gurú de la economía. Disponible

- en:[http://www.eltiempo.com/economia/negocios/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12901027.html](http://www.eltiempo.com/economia/negocios/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12901027.html)
- Baldoni, J. (2009). *Sé un líder modelo: 50 maneras en que los grandes líderes inspiran resultados*. Nueva York: Amacom
- Drucker, P. (1995). *La administración en una época de grandes cambios*. Argentina: Debolsillo.
- Gaarder, J. (1994). *El Mundo de Sofía*. Oslo: Ed Siruela.
- Hamel, G., & Breen, B. (2007). *El Futuro De La Administración*. Boston: Ed. Norma
- Innpulsa Colombia. Disponible en:<http://www.innpu.sacolombia.com/es/nuestra-organizacion>
- Marcelo, B. (2011). Ricardo Semler: Muchos lo miran, pocos lo imitan. Disponible en:<http://www.emprendedoresnews.com/emprendedores/ricardo-semler-muchos-lo-miran-pocos-lo-imitan.html>
- Adaptación y Flexibilidad, Behavioral e-HrAssessment Venture
- OMPI (Organización Mundial De La Propiedad Intelectual) (1 de Julio de 2012). Índice Mundial de Innovación 2013: Los EE.UU. se unen a las cinco naciones más innovadoras y Suiza se mantiene en el primer puesto – Las dinámicas locales, elemento clave para superar la brecha mundial en innovación. Disponible en:[http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2013/article\\_0016.html](http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2013/article_0016.html)

Rao, J., & Chuán, F. (2012). *Innovación 2.0: ¿Por qué cuando hablamos de innovación nos olvidamos de las personas?* Profit Editorial.

Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Education Octava Edición.

Sandoval, A. (2013). Sólo el 9% de las empresas en Colombia son innovadoras. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/solo-el-9-de-empresas-colombia-son-innovadoras-articulo-437507>