



**Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento
GIGA**

**LA INNOVACIÓN COMO UNA COMPETENCIA FUNDAMENTAL
QUE GENERA VALOR, EN LAS EMPRESAS GANADORAS DEL
PREMIO INNOVA EN LOS AÑOS 2010-2013**

**Beatriz Elena Guzmán Díaz
Edwin Tarapuéz Chamorro
Ramiro Parra Hernández**

Objetivos

General

Establecer la incidencia de la innovación en la generación de resultados económicos positivos, en las empresas ganadoras del premio innova en los años 2010-2013

Objetivos

Específicos

- Determinar el sistema de innovación de cada una de las empresas y su caracterización.
- Analizar la relación existente en la innovación y los resultados económicos obtenidos por las empresas

Marco Teórico

Innovación

Año	Autor	Concepción de la estrategia
2007	Hammel	El escalafón de la innovación está compuesto desde abajo hacia arriba por la innovación operativa, en productos y servicios, estratégica y administrativa
2010	Osterwarder, Pigneur, Business Model Generation	Modelo de negocio compuesto por: segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, estructura de costos, y los recursos, actividades y asociados claves.
1999	Drucker	Diseño, invención, desarrollo y/o implementación de productos, servicios, procesos, sistemas, estructuras organizacionales o modelos de negocios, nuevos o modificados, con el propósito de crear un nuevo valor para los consumidores y un retorno financiero para la empresa

Marco Teórico

La Innovación como fuente de ventaja competitiva.

- La ventaja competitiva
- La Competencia fundamental

Metodología

Tipo de estudio

Exploratorio

Tema de investigación poco estudiado.
Se interesa fundamentalmente por descubrir.

Descriptivo

Selección de variables que describen el fenómeno estudiado

Criterio del estudio

Fáctico o empírico

Investigación aplicada a situaciones reales y concretas

Metodología

Población y muestra

Empresas ganadoras del premio Innova del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo durante los años 2010 a 2013.

Total 43 empresas.

Fuentes e instrumentos de recolección de información

Fuentes

Primarias: Gerentes de las empresas ganadoras del Premio Innova

Secundarias: Información documental

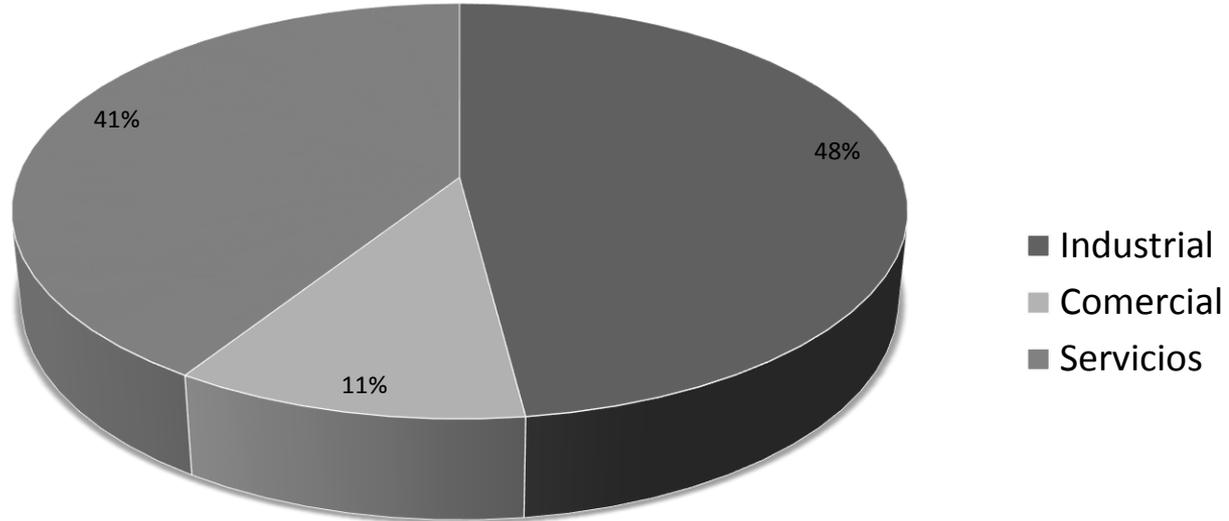
Información del Ministerio de Comercio Industria y Turismo

Instrumentos

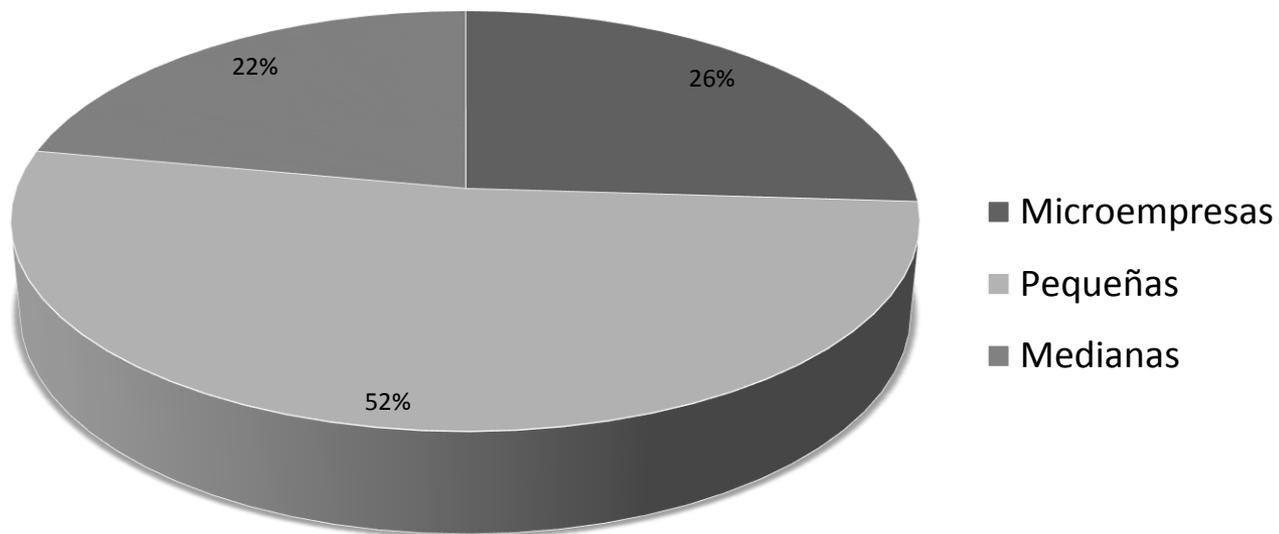
Encuestas enviadas por correo certificado / encuesta online

Resultados

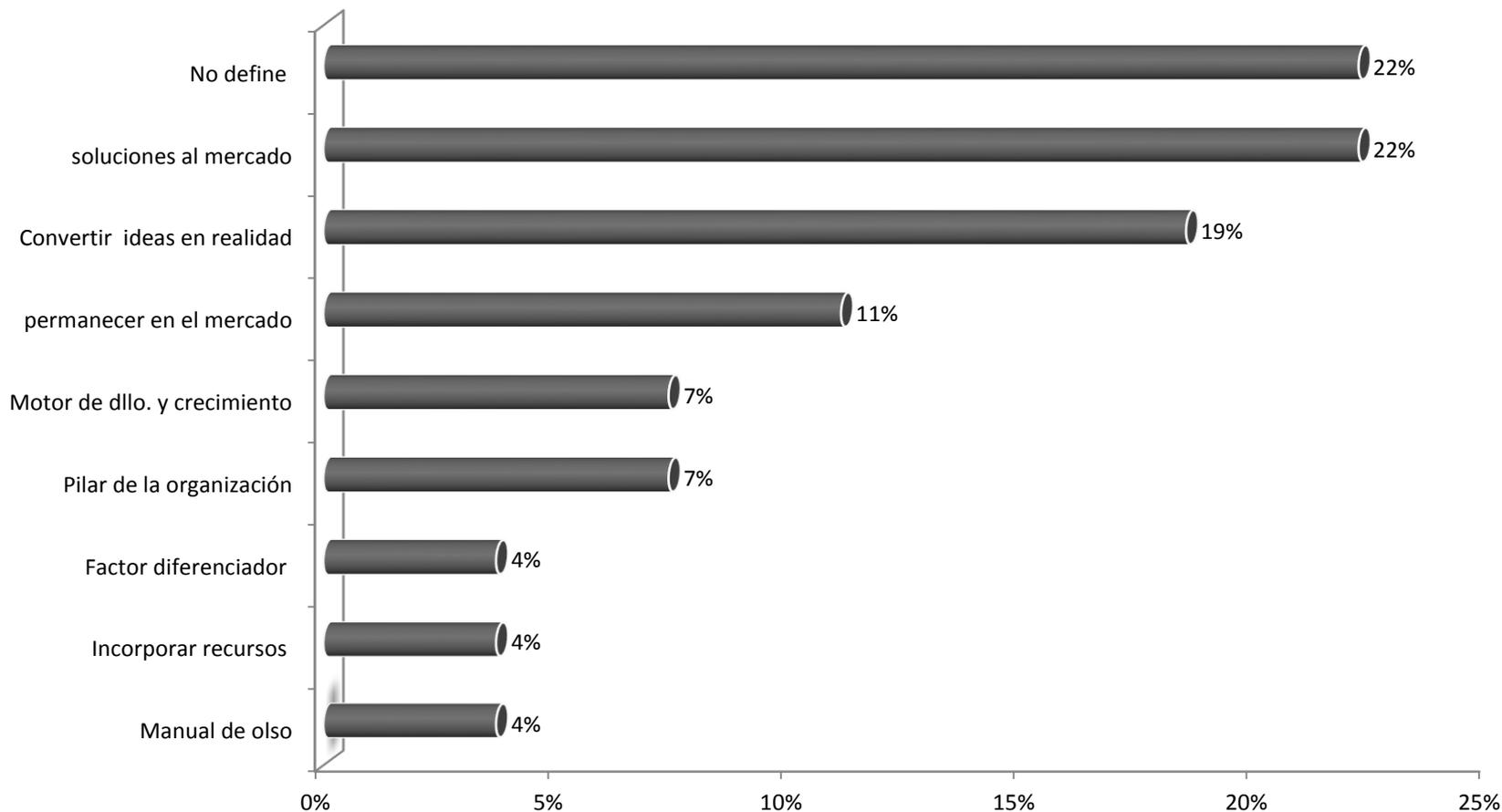
Sector al que pertenecen las empresas



Tamaño de las empresas

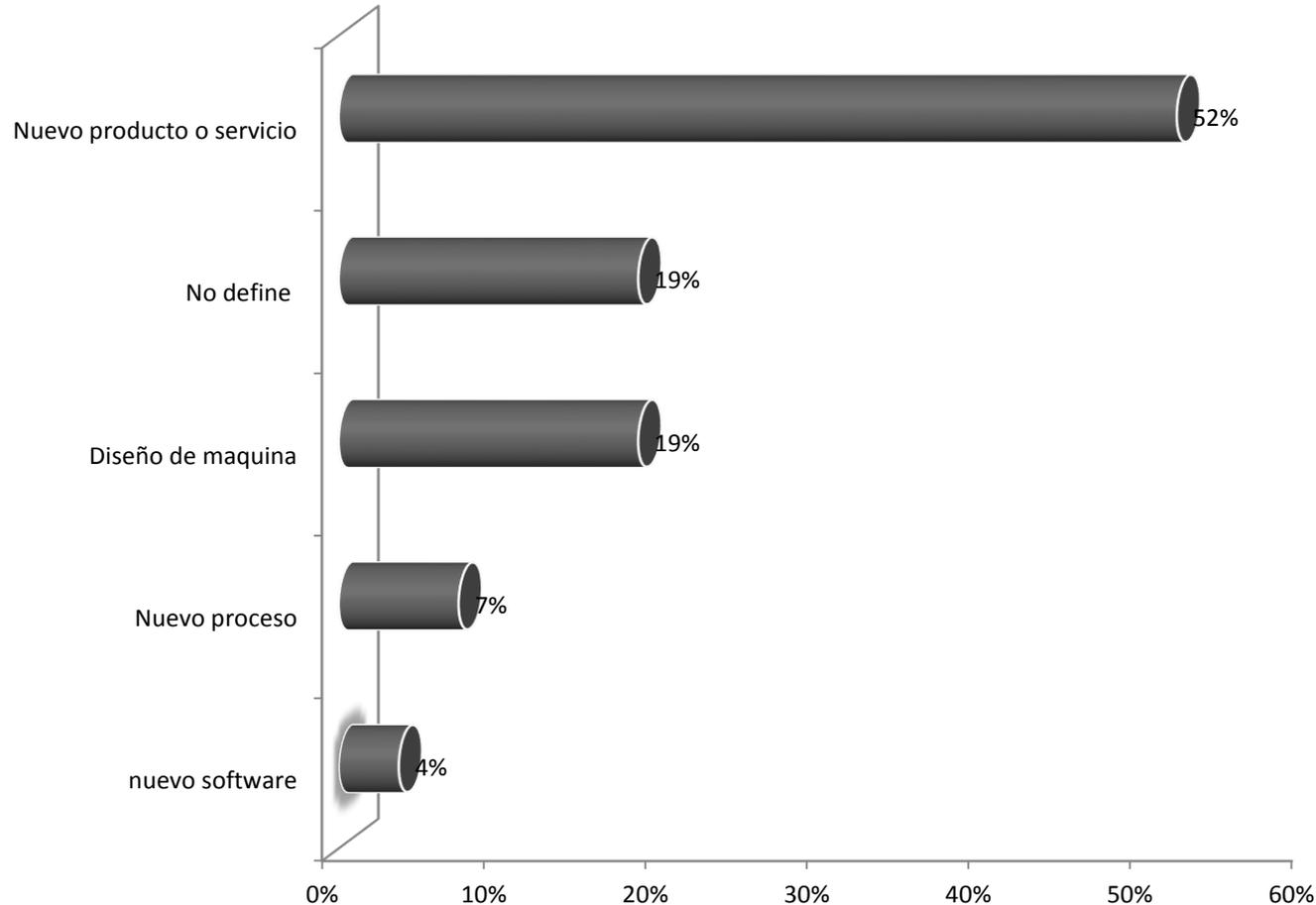


Significado de la Innovación para las empresas

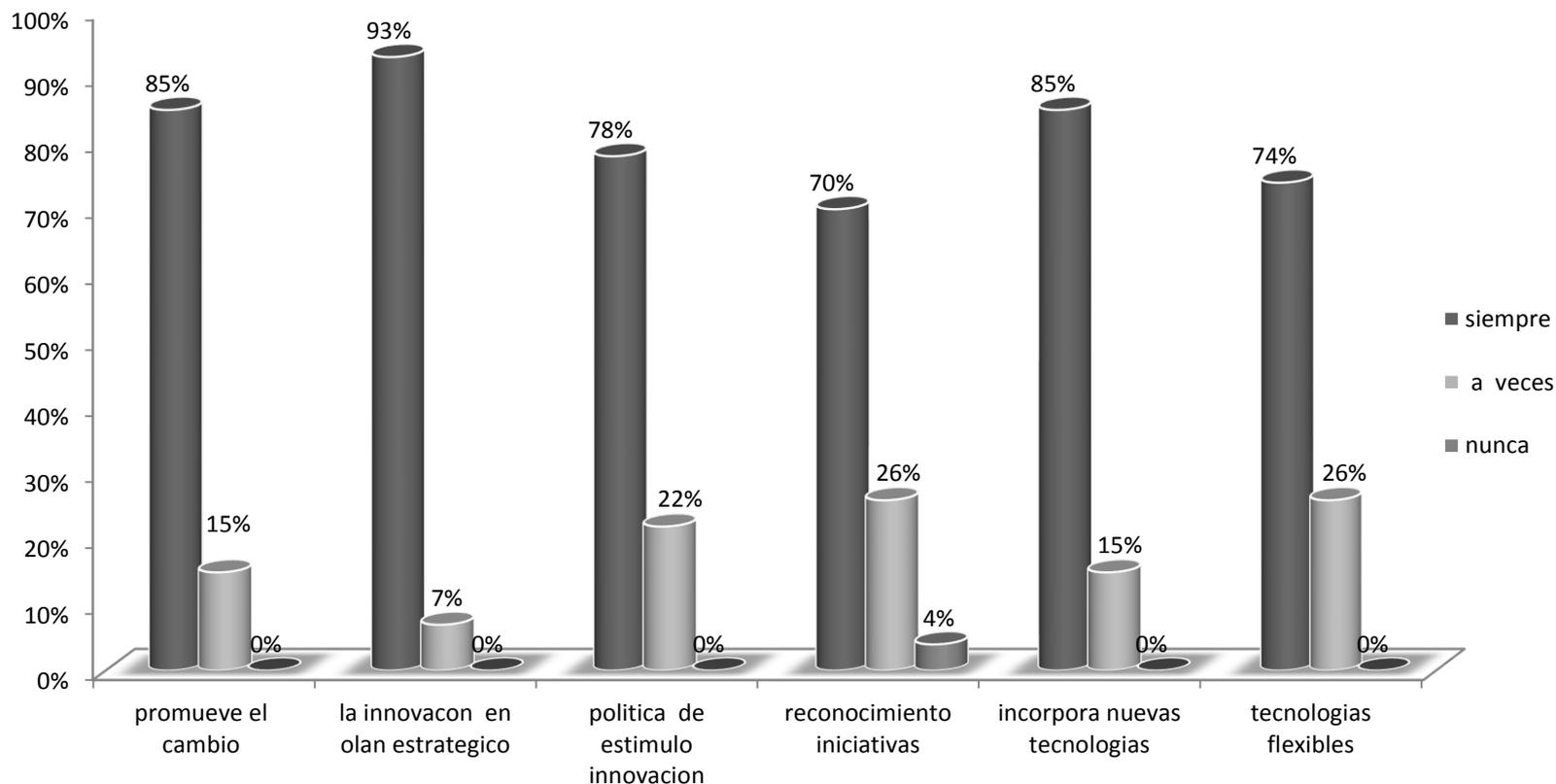




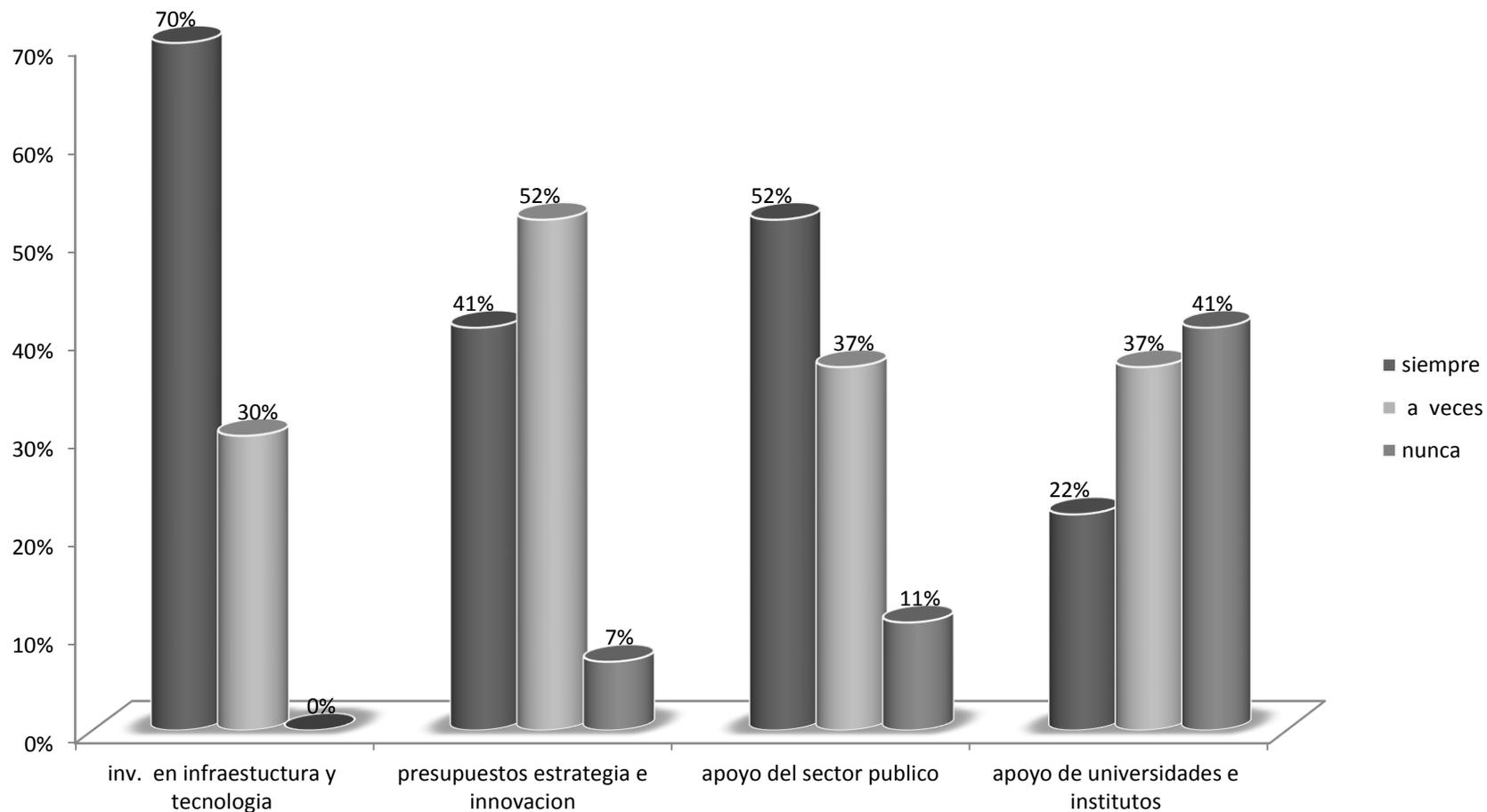
Tipo de innovación utilizada por las empresas



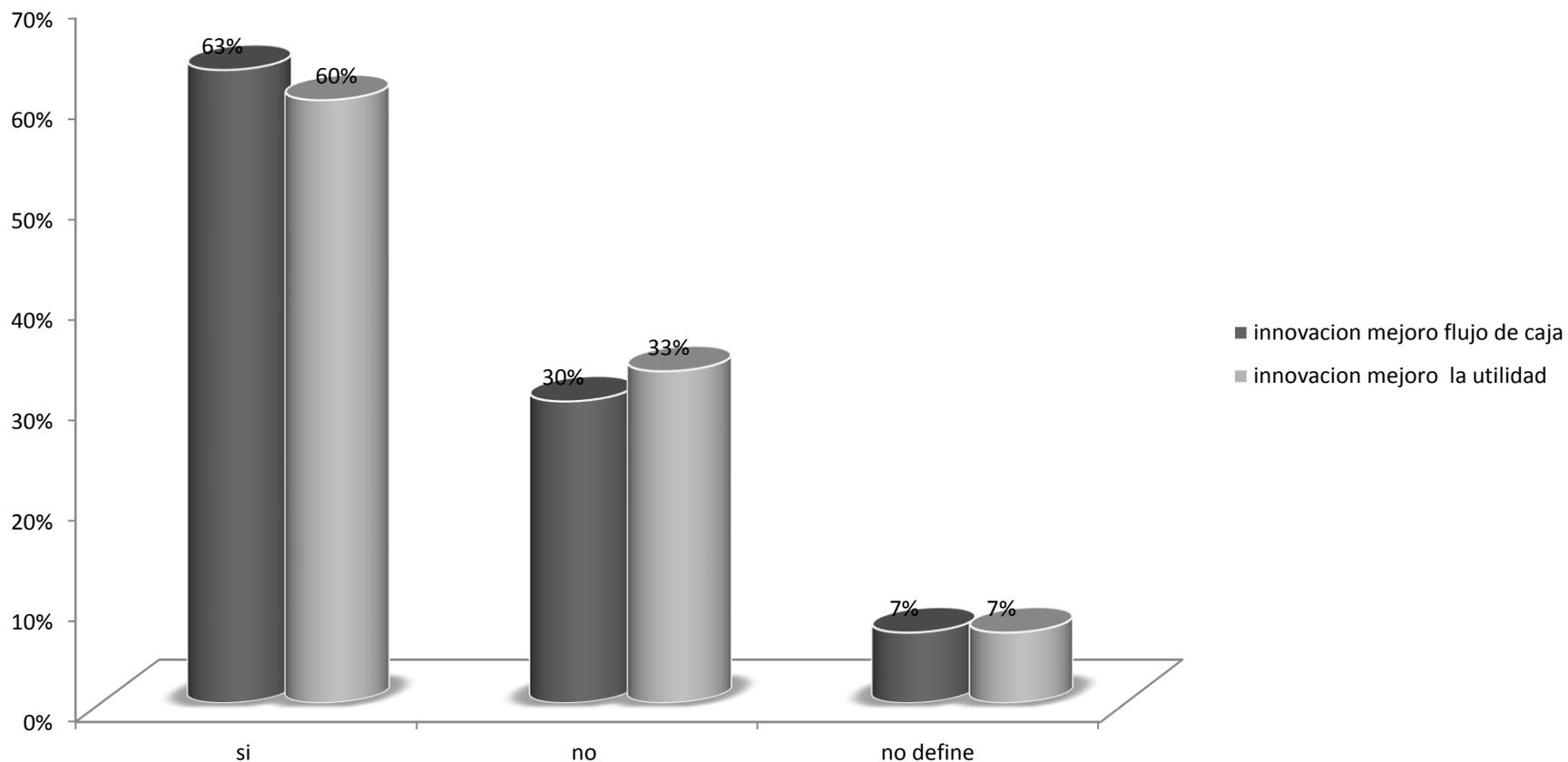
Aspectos organizacionales y de Tecnología



Aspectos financieros y apoyo de organismos externos

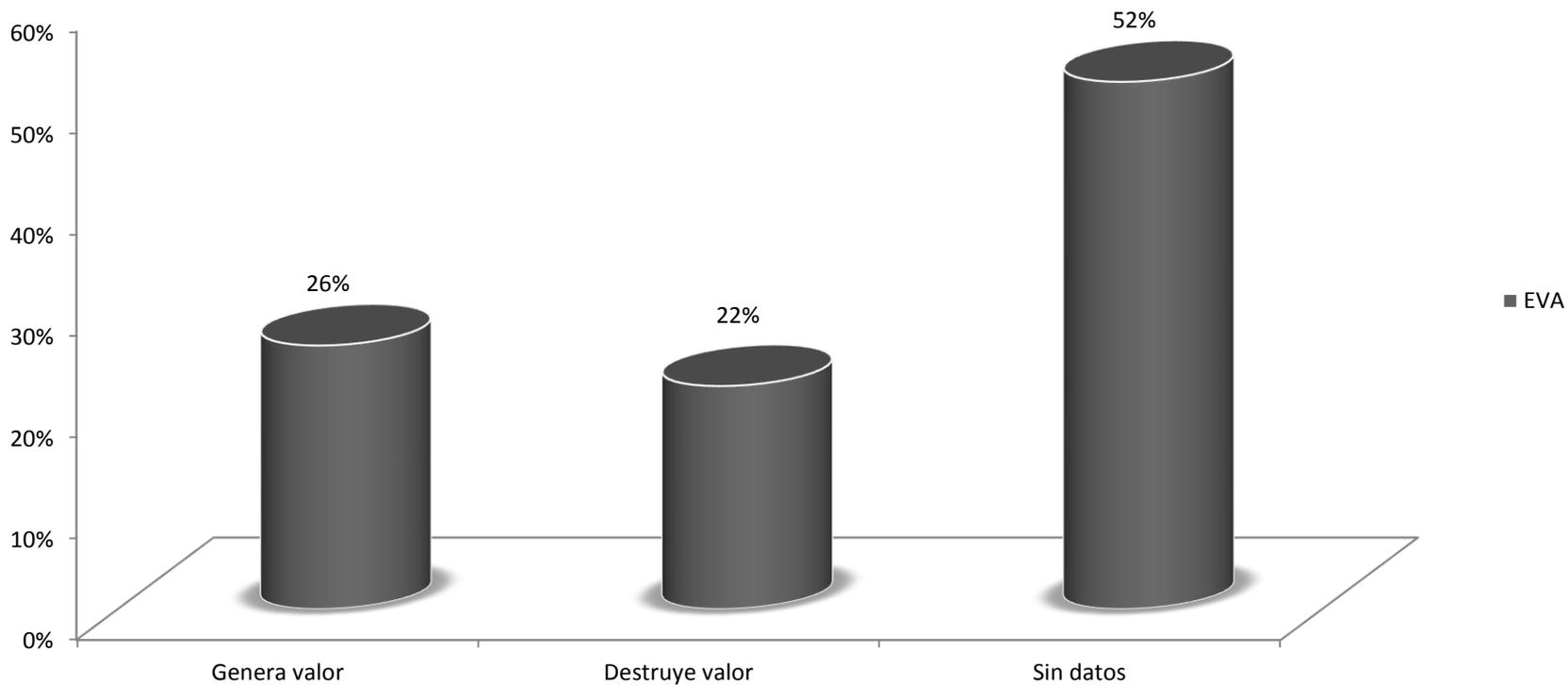


Beneficios económicos derivados de la innovación



Inductor de valor EVA

EVA



Conclusiones

- Con respecto al conocimiento, para las empresas es de vital importancia el conocimiento organizacional y la trayectoria en el mercado, condiciones que se propician a través del estímulo a la creatividad individual, la generación espacios para el trabajo en equipo y cuyo resultado se ve materializado en la capacidad de innovación que impacta en un mayor reconocimiento en el mercado.
- En cuanto a la investigación y desarrollo, las empresas cuentan con un proceso formal, tienen capacidad para adaptarse a nuevas tecnologías e invierten en infraestructura física y tecnológica; la innovación las empresas valoran más el desarrollo de nuevos productos y servicios que el mejoramiento de los procesos

Conclusiones

-
Dentro del enfoque de recursos y capacidades que caracteriza a las empresas se evidencia que también cuentan con otros recursos como las competencias organizacionales, que les permiten construir ventajas competitivas sostenibles y que son claves para generar una cultura y un sistema de innovación. Se encontraron también recursos intangibles por mejorar como la capacidad de negociación, la habilidad para la motivación, la conciencia frente a la importancia de la cultura organizacional y las habilidades para gestionar redes con competidores con el estado y con las universidades y centros de investigación.

Conclusiones

- En cuanto a los resultados económicos, la mayoría de las empresas encuestadas en el año que realizaron la innovación, presentan un aumento en sus flujos de caja y en utilidades que son la base para determinar la rentabilidad y la generación de valor. Esto refleja que las acciones estratégicas llevadas a cabo por los directivos de la empresa están enfocadas a procesos de innovación que les permite tener productos, servicios, procesos, mercados y tecnologías que los diferencia de la competencia, creando ventajas competitivas que ayudan a cumplir los objetivos financieros

!Gracias por su atención!

rparra@uniquindio.edu.co