



opinión emitida

opinion emerging issues

1

FEBRERO 2017

Innovación: Dimensión conceptual

aeca

Asociación Española de Contabilidad
y Administración de Empresas

Comisión de Organización y Sistemas

Innovación: Dimensión conceptual

Ponentes: Eduardo Bueno. Universidad a Distancia de Madrid

Patricio Morcillo. Universidad Autónoma de Madrid

1. Una aproximación conceptual a la innovación

El presente trabajo tiene por objeto llevar a cabo un análisis, desde un enfoque evolucionista y antropológico, por tanto, dinámico, y en la doble perspectiva teórica y práctica del origen y evolución temporal del concepto de innovación, neologismo que surgió en el primer cuarto del siglo XX en la ciencia económica.

Este marco conceptual pretende ofrecer unas respuestas a dos aproximaciones. La primera, se refiere al significado o semántica sugerido por la RAE (2014), según la cual la innovación es la «acción y efecto de innovar», entendida esta, igualmente, como «mudar o alterar las cosas, introduciendo novedades». En este sentido, se plantea contestar a las preguntas siguientes: ¿Para qué la innovación?, ¿Por qué la innovación?, ¿Cómo se innova?, ¿Cuándo y cuánto se innova? Y, de otra parte, esta Opinión Emitida procura facilitar, en la praxis, su relación con otros términos o conceptos cercanos, caso de *emprendimiento* y de *empresario-innovador*.

Al margen de esta primera aproximación conceptual, también pretendemos destacar que dentro de lo que se podría llamar «área de conocimiento», está generalmente aceptado que una innovación es «una idea que se vende», poniendo de manifiesto el aspecto «utilidad», que debe prevalecer en toda nueva propuesta (AECA, 1995). Partiendo de este imperativo y para entender mejor su protagonismo, parece imprescindible subrayar su dimensión estratégica, puesto que, **satisfaciendo necesidades y resolviendo problemas, la innovación mejora la capacidad de adaptación de las personas y organizaciones a los cambios que impone el entorno.**

2. Origen y papel de la innovación

La generación de innovaciones implicaría el desarrollo de unos procesos organizativos y cognitivos abiertos y complejos (Christensen *et al.*, 2016) que permitirían detectar ideas, talentos, destrezas y otras habilidades que, una vez conectados de manera original mediante unas relaciones para el fomento de la creatividad, actuarían como «multiplicadores cognitivos» que desembocarían en propuestas creativas e innovadoras. En consecuencia, la creatividad partiría, primero, de unas colisiones de ideas para, después, producirse unas conexiones novedosas y originales (Oldenburg, 1997) que actuarían como «multiplicadores cognitivos», de cara a la obtención de propuestas innovadoras. Y todo ello, con el propósito de adaptarse a los cambios que emergen en el sistema de conocimiento. **Se trata, en definitiva, de armar, gracias a la innovación, un sistema adaptativo que garantice la supervivencia y evolución de las organizaciones, en general, y de las empresas, en particular.** Visto así, la acción de innovar no constituiría una opción, sino un imperativo: «Las empresas son innovadoras o no existen» (Schumpeter, 1949).

La historia de la evolución es una historia de adaptaciones, y las empresas y organizaciones que han sobrevivido y crecido son aquéllas que han logrado generar unas ventajas adaptativas mediante el desarrollo de innovaciones. Si las ventajas comparativas y competitivas vienen siendo fuente de beneficio y ayudan a mejorar el posicionamiento de las empresas, las ventajas adaptativas garantizarían la sostenibilidad y evolución de las mismas. En este sentido, podríamos afirmar que las innovaciones exitosas constituyen unos «atajos evolutivos» fundamentados en la satisfacción de unas necesidades latentes o patentes y en la resolución de problemas (Morcillo, 2007, 2012).

Esta Opinión Emitida por la Comisión de Organización y Sistemas se propone, además, superar el «uso y abuso» del término «innovación» y el error histórico de asociarlo con tecnología (Harhoff y Lakhani, 2016). Lograr la recuperación del verdadero significado y función del inicial neologismo, convertido en los últimos años en una «*purr word*» o «palabra ronroneo» que, en terminología de Hayakawa (1941), indica que su abusivo empleo, y fuera, a veces, de contexto, actúa en sentido metafórico como un sonido confuso y sin concreción cognitiva en la conversación al uso.

La imbricación de la tecnología (como *input*) con la innovación (como *output* de un proceso) supone la creación de unas fuerzas generadoras de la actividad necesaria para adaptarse y superar con solvencia los periodos de cambio. De esta forma, se apuntala el marco de desarrollo económico sostenible y se completa la definición de un nuevo modelo de producción evolutivo, así como el diseño necesario de una nueva gobernanza aplicable a los principales agentes del sistema (Bueno, 2013).

3. ¿Para qué?, ¿Por qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo y cuánto innovar?

Basándonos en el enfoque evolucionista (teoría evolutiva) y de carácter antropológico elegido para justificar el papel y el origen de la innovación en la sociedad y en su actividad económica, emitimos:

¿Para qué la innovación?

Para buscar satisfacer necesidades latentes o patentes de la sociedad y ofrecer soluciones a problemas generadores de cambios que afectan a los comportamientos de los distintos agentes y organizaciones del entorno. Igualmente, y ya de modo más endógeno, la organización innovadora pretenderá obtener un mayor rendimiento de los recursos y capacidades disponibles, canalizados a través de la utilización de herramientas para el fomento de la creatividad, por ejemplo, para obtener unos bienes y servicios, unos procesos y otros métodos de gestión innovadores que garanticen su desarrollo sostenible en entornos dinámicos.

¿Por qué la innovación?

Porque si no innovan con la intención de adaptarse a las exigencias que les impone un entorno turbulento, las organizaciones se quedarán obsoletas y desaparecerán por ineficaces. Señal de que sus procesos cognitivos vigentes y sus modelos de cultura, incluida la creatividad, entendidos como sistemas adaptativos, no son los adecuados.

¿Cómo se innova?

A través de procesos cognitivos abiertos, la innovación puede ser una obra de «bricolaje» (Jacob, 2007), de «bricolaje cognitivo», que permite conectar de forma original conocimientos, otros recursos y habilidades, que hasta entonces no se habían relacionado, para obtener unas soluciones creativas y útiles. Donde el eje central de dicho proceso gira en torno a la actitud de los individuos, retroalimentada por los beneficios individuales y colectivos que sus logros generan.

¿Cuándo y cuánto se innova?

¿CUÁNDO? Siempre. **La propensión a innovar no debe ser reactiva sino constante porque los procesos reflexivos son permanentes.** Sin embargo, no siempre el resultado de estos procesos está vinculado a una actitud proclive a emplear la utilidad de la innovación con carácter estratégico y alcanzar una ventaja adaptativa frente al entorno. Las ideas se absorben y se generan cuando el proceso cognitivo se integra con la intención de enfrentarse a los cambios.

¿CUÁNTO? La obtención de innovaciones depende de los factores económicos, sociológicos y culturales existentes. Asimismo, la capacidad de innovación obedecerá a la cantidad y calidad de los recursos disponibles. Sin embargo, y para precisar, los factores económicos, incluidos los financieros, constituyen unas condiciones necesarias (sobre todo en sectores muy especializados) e importantes, pero no suficientes. Más decisivos son los aspectos sociológicos y culturales. **En el momento en que las personas consiguen controlar sus naturales actitudes de resistencia o aversión al cambio y muestran su predisposición a superar ese proceso de aprendizaje inherente a la absorción de innovaciones, logran abrazar la propensión a innovar.**

4. Recomendaciones para el fomento de la innovación

Esta Opinión Emitida, presenta especial referencia y consideración para el caso de la PYME española, como reto singular dado que detenta un menor tamaño en su comparación europea, a la vez que una posición competitiva en su capacidad adaptativa también menor, debido a una cultura innovadora escasa e improvisada y a la ausencia, en consecuencia, de un «emprendimiento innovador», tal y como se recoge por la OCDE en su *Informe de Diagnóstico de Skills Strategy* para España de 22 de septiembre del 2015.

Innovar es apuntarse a un crecimiento eficiente y sostenible, tanto para las empresas como para los demás agentes del sistema de conocimiento, en su conjunto. De ahí, que las principales recomendaciones que se pueden efectuar para el fomento de la innovación sean:

1. Definir un modelo de **cultura corporativa abierta** que facilite la concepción de procesos de innovación abiertos basados en la cooperación.
2. Concebir una **estructura organizativa flexible** que favorezca la **comunicación e integración funcional** e impulse el **aprendizaje individual, grupal y organizativo.**
3. Desarrollar modelos de **vigilancia** (explorar fuentes de información para la identificación de las tecnologías más interesantes) e **inteligencia tecnológica** (explotar las informacio-

nes seleccionadas por la vigilancia) tecnológica para llevar a cabo «imitaciones creativas» («Quien no imita no innova»: comprender para aprender y mejorar lo ya existente. Como decía Lavoisier (1743-1794): «Nada se crea, nada se pierde, todo se transforma»).

4. Fomentar la receptividad y **adaptación al cambio**.
5. Estimular el **compromiso de la dirección** para que suscite el fomento de la creatividad y la innovación.
6. Crear un importante **capital relacional** que cree las condiciones idóneas para el desarrollo de procesos de innovación abiertos.

Retomando el aforismo de Schumpeter («Las empresas son innovadoras o no existen») esta Opinión Emitida de la AECA ha pretendido incidir en que la innovación, en su dimensión conceptual, se debe aprehender desde un enfoque evolutivo y dinámico. **Esta aproximación no constituiría, por tanto, una opción, sino un imperativo** basado en un proceso estratégico de carácter cognitivo que realice una acertada combinación de los recursos y capacidades disponibles para hallar esa nueva utilidad que ofrezca la oportunidad de poder satisfacer mejor necesidades patentes o latentes y solucionar problemas desencadenados por los cambios surgidos en el entorno. Por medio de las innovaciones exitosas las empresas controlan unas ventajas adaptativas, las cuales se explotarán no sólo en un planteamiento reactivo sino anticipativo, puesto que las organizaciones absorben y generan ideas. En suma, la innovación se erige, hoy más que nunca, como principal fuente de competitividad y sostenibilidad para las empresas.

REFERENCIAS

- AECA (1995): «La innovación en la empresa: Factor de supervivencia». Documento, nº 7, *Serie Organización y Sistemas*.
- Bueno, E. (2013): «Valores y ética del emprendimiento innovador». *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas: Especial XVII Congreso AECA*, Pamplona, septiembre, 103, pp. 9-11.
- Christensen, C. M.; Dillon, K.; Hall, T.; Duncan, D. S. (2016): *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*. New York, Harper Collins Publisher.
- Harhoff, D.; Lakhani, K. R., (2016): *Revolutionizing Innovation: Fundamentals and New Perspectives*. Cambridge-MA, MIT Press books.
- Jacob, F. (2007): *El desván de la evolución*. Universitat de Valencia, Servicio de publicaciones.
- Hayakawa, S. I. (1941): *Language in Action*. New York, Harcourt Brace and Co.
- Morcillo, P. (2007): *Cultura e innovación empresarial*. Madrid, Thomson.
- Morcillo, P. (2012): *Siempre nos quedara la innovación*. Revista AEDEM, 21, pp. 215-218.
- OCDE (2015): *Informe de Diagnóstico de Skills Strategy para España*. OCDE, 22 de septiembre, París.
- Oldenburg, R. (1997): *The Great Good Place*. New York, Marlowe.
- RAE (2014): *Diccionario de la RAE del tricentenario (23ª edición)*, Barcelona, Espasa.
- Schumpeter, J. A. (1949): «Economic Theory and Entrepreneurial History», pp. 63-84. En Research Center an Entrepreneurial History-Harvard University (Ed.): *Change and Entrepreneur*, Cambridge-MA. Harvard University Press.

Comisión de Organización y Sistemas de AECA

PRESIDENTE:

Eduardo Bueno Campos

Universidad a Distancia de Madrid - UDIMA

VOCALES:

Pedro Aceituno Aceituno

Universidad a Distancia de Madrid UDIMA

José Luis Lizcano Álvarez

AECA

Antonio Aragón Sánchez

Universidad de Murcia

Patricio Morcillo Ortega

Universidad Autónoma de Madrid

Isabel de Val Pardo

Catedrática de Universidad

José Antonio Pedraza Rodríguez

Universidad de Córdoba

Amaya Erro Garcés

Universidad Pública de Navarra

Olga Rivera Hernáez

Universidad de Deusto

José Fermín García Puertas

Asesor financiero

Amalia Trillo Holgado

Universidad de Murcia

Francisco Ibisate García

Cotme Madrid

Patricia Víctor Ponce

Universidad a Distancia de Madrid UDIMA



Opinión emitida (OE) recoge las consideraciones de las Comisiones de Estudio de AECA sobre determinados aspectos y problemática contables y de administración empresarial de especial relevancia y actualidad para el profesional especializado.

El dinamismo de la actividad económica y la continua adaptación de la norma y derecho contables, así como de las mejores prácticas, a una realidad empresarial cada día más compleja hacen necesario pronunciarse sobre nuevos procedimientos, conceptos y metodologías que puedan dar respuesta rápida y eficaz a las necesidades en materias de contabilidad y administración.

A través de la publicación de sucesivos números de OE, las Comisiones de Estudio de AECA pretenden crear un cuerpo doctrinal ágil que permita a los usuarios de la contabilidad y la administración enfrentarse con solvencia a los problemas urgentes de especial complejidad, ofreciéndose, incluso, como referencia útil para el regulador en determinados temas.

El presente documento recoge la opinión de la mayoría de los miembros de la Comisión de Organización y Sistemas de AECA, sin que ello necesariamente implique que sea la opinión unánime de todos y cada uno de ellos.

La Comisión admite que puedan existir interpretaciones distintas respecto a las aquí manifestadas. El propósito de esta opinión es compartir la interpretación adoptada por la mayoría de los miembros de la Comisión. Consecuentemente con lo anterior, ni AECA ni ninguno de los miembros de la Comisión que hayan participado en la elaboración de esta opinión asumen ningún tipo de responsabilidad por su contenido o por la utilización de la misma que pueda realizar cualquier persona o entidad.

El contenido de este documento no podrá ser reproducido en forma alguna sin la previa autorización por escrito de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).