



Compendium
ISSN: 1317-6099
ISSN: 2477-9725
compendium@ucla.edu.ve
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado
Venezuela

Redes interorganizacionales e innovación

Camaran Lezama, María Lorena
Redes interorganizacionales e innovación
Compendium, vol. 21, núm. 40, 2018
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200014>

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

Redes interorganizacionales e innovación

María Lorena Camaran Lezama * lorenacamaran@gmail.com
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela

Introducción

En la nueva economía del conocimiento, la innovación, definida según el Manual de Oslo de la OCDE y Eurostat (2006), como la entrada de nuevos o mejorados productos y servicios o métodos de comercialización u organizativos; ha pasado a tener un peso importante dentro de las organizaciones. Así, las mismas pueden mantenerse en un mundo competitivo como el actual, ya que se desarrollan nuevas formas de crear valor para los clientes y los diferentes grupos de interés.

Ahora bien, los procesos de innovación de las organizaciones según D'Alvano e Hidalgo (2014) deben ser abiertos, flexibles, complejos, diversos en la integración de sus participantes y orientados a organizarse en red. En este orden de ideas, resaltan Geldes y Heredia (2017) que los procesos asociativos como las redes interorganizacionales son mecanismos que promueven la mejora empresarial

Lo anterior, cobra sentido si observamos la interconexión entre varias organizaciones, en la cual se comparte información y conocimiento para el logro de objetivos comunes y, como consecuencia de esta interacción, se potencia la capacidad de generar productos y servicios de calidad que impactan el mercado, lo cual podría traducirse en mayor rentabilidad.

En este orden de ideas, se considera tácita la vinculación existente entre redes organizacionales e innovación, sin embargo, se han realizado estudios empíricos que tratan de demostrar dicha conexión.

Dada la importancia que hoy en día tiene para las organizaciones la creación de nuevos productos o servicios para poder mantenerse dentro del mercado actual, caracterizado por ser competitivo y globalizado, resulta interesante reflexionar en qué medida las relaciones interorganizacionales influyen o favorecen la generación de nuevos o mejorados productos o servicios, métodos de comercialización u organizativos, para lo cual se abordarán en las siguientes líneas aspectos relacionados con dichos conceptos y la descripción de un estudio de caso donde se muestra la vinculación antes mencionada.

Redes Interorganizacionales

Velasco (2015) define a las redes interorganizacionales, como una forma novedosa de colaboración entre organizaciones y sectores que promueve el compartir de conocimientos y recursos.

Compendium, vol. 21, núm. 40, 2018
Universidad Centroccidental Lisandro
Alvarado, Venezuela

Redalyc: [http://www.redalyc.org/
articulo.oa?id=88055200014](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200014)

CC BY-NC-ND

La estrategia de creación de relaciones colaborativas, de cooperación y de redes interorganizacionales en diversos sectores se ha venido fortaleciendo como un tipo de organización de la producción que produce resultados positivos (Esguerra, 2017). Resalta el autor, que este tipo de redes pueden presentarse de formas variadas y analizarse desde diferentes perspectivas y condiciones. Para Gutiérrez (2017), citando a Bradach y Eccles (1989) y Ring y Van de Ven (1992), este tipo de alianzas se caracterizan por establecer una asociación periódica entre socios obligados a través de un contrato, para desarrollar ciertas actividades con el fin de alcanzar las expectativas que ambos tienen sobre dicha relación. Agrega Gutiérrez (2017), citando a Ebers (2002), que los actores involucrados en la relación coordinan aspectos relacionados con la asignación de los recursos, características de producción y uso, planes o estrategias.

Por su parte, Grueso, Gómez y Garay (2011), citando a Cooke y Morgan (1993), explican que dentro de las redes empresariales se da un fenómeno complementario puesto que al establecerse los lazos de relaciones entre productores y usuarios, las organizaciones absorben ventajas de coordinación, de especialización y aprendizaje colectivo. Por otra parte, señalan los autores, que uno de los aspectos elementales en las redes organizativas es la creación de confianza entre las partes involucradas, ya que a medida que haya elevados niveles de confianza, nacen relaciones de trabajo eficientes que generan la transmisión de determinados conocimientos y la innovación.

Las redes interorganizacionales, según Urrutia y Cuevas (2016), implican asociatividad entre empresas, lo cual es un medio que ayuda a manejar la incertidumbre característica de los entornos dinámicos, a través del desarrollo de estrategias que permitan el trabajo conjunto para solucionar problemas comunes. Para estos autores, una red empresarial está conformada por un grupo de empresas que trabajan de manera conjunta para comercializar sus productos, adquirir suministros o servicios comunes, organizarse para producción, especializándose y complementándose entre sí. Adicionalmente señalan los autores:

Las redes empresariales como estrategias de cooperación asienten a los tomadores de decisiones a sumar capacidades para generar condiciones que de manera individual no pudieran lograrse, además de acciones de intercambiar y compartir de fuentes de información, personal, proveedores de materia prima o equipos, consultores, bancos, transportadores, distribuidores o publicistas entre otros (Urrutia y Cuevas, 2016, p.427).

Cabe destacar, lo expresado por Esguerra (2017) quien señala que numerosos estudios han revelado las distintas ventajas competitivas que nacen de las interrelaciones entre las empresas, tales como optimización en el acceso a recursos, orientación estratégica, reducción de costos, aumento de la eficiencia, satisfacción de clientes, compartimiento de costos y riesgos, acceso a nuevos mercados y aceleración de ciclos de innovación de productos y, por otra parte, en estas interrelaciones se favorece el intercambio de información, el fortalecimiento de la investigación, el desarrollo del saber cómo (know –how), el aprendizaje

organizacional y la transferencia de conocimiento. Es así como el autor señala, que las firmas incapaces de crear redes de aprendizaje o conocimiento compartido tienen una desventaja competitiva en el mercado.

Innovación

Geldes y Heredia (2017) señalan que en hoy día las empresas están sumergidas en entornos dinámicos, complejos y competitivos, caracterizados por la participación de actores globales, irrupción de nuevas tecnologías y consumidores más exigentes, situación que mueve a las mismas a crear nuevos productos o servicios como estrategia para permanecer en el mercado y mejorar su desempeño. Sin embargo, señala el autor que un número significativo de empresas presentan problemas a la hora de innovar debido a su tamaño, presencia de personal poco calificado, niveles de inversión altos, entre otros, por lo que una manera de afrontar esta barrera es a través de la colaboración con otras organizaciones, haciendo de la innovación un proceso colectivo que involucra a múltiples actores. Ahora bien, ¿qué se entiende por innovación? para Vera (2016) el concepto de innovación no es de reciente data, puesto que Schumpeter (1981) en los años ochenta había definido el término como aquello que hace referencia al desarrollo de nuevos productos o servicios, métodos de producción, identificación de mercados, descubrimiento de fuentes de la oferta y el desarrollo de nuevas formas organizativas. Esta definición fue retomada en el Manual de Oslo de la OCDE y Eurostat (2006):

Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (p.56).

Para Geldes y Heredia (2017), el tema alrededor de la innovación es muy amplio, los autores especifican que se la ha calificado como abierta y cerrada. La primera, caracterizada por empresas que consideran tanto las ideas y las capacidades internas y externas al momento de innovar y la segunda, relacionada con un enfoque más interno de la empresa, en donde la misma realiza todo el proceso de creación con su propio conocimiento y capacidades. Señala el autor que en el caso de las redes de cooperación, se suele utilizar más el estilo de innovación abierta a diferencia de la cerrada y dentro de la línea de la cooperación empresarial, nacen los conceptos y actividades como la “co-innovación” y la “co-creación”, que resaltan la participación de los stakeholders.

Cabe resaltar lo expresado por Robayo (2016) en cuanto a la gestión de la innovación, para quien la misma implica la creación de una cultura que promueva la creación o mejora de productos y/o servicios en donde se puedan identificar los aspectos claves del proceso innovador. Dicha gestión debe crearse en función de lo siguiente:

Adoptar un enfoque global, no solamente interno, que contemple aspectos como el liderazgo, el aprendizaje, la cultura organizacional, la estructura, la medición

o el seguimiento de los resultados, la vigilancia o inteligencia competitiva, el establecimiento de redes de cooperación y alianzas, la definición de una estrategia de innovación, los recursos humanos, entre otros (Robayo, 2016, p.130)

Redes interorganizacionales e Innovación. Una investigación empírica que evidencia esta conexión

López, Guzmán, Pinzón y García (2016), a partir de un estudio empírico elaborado en las Pymes de Aguascalientes de México en el año 2010, llegaron a corroborar la hipótesis central de su investigación que planteaba que a mayor nivel de colaboración, mayor sería el nivel de innovación en este tipo de empresas. Para estos autores, “la innovación en las Pymes es mucho más efectiva y eficiente cuando se trabaja de manera colaborativa con otras Pymes y con organizaciones sociales” (López et al., 2016, p.572). Sin embargo, los autores afirman que son muy pocas las pequeñas y medianas empresas que llevan a cabo actividades de colaboración de forma recurrente, en especial aquellas de los países en vías de desarrollo o de economía emergente. Por ello sería conveniente que las mismas adopten, como estrategia empresarial, la colaboración puesto que se ha demostrado que la interrelación entre este tipo de empresas es esencial para implementar o desarrollar la innovación en productos o servicios. Sin embargo, es importante que las Pymes adquieran conocimiento relevante que lo puedan traducir en nuevos productos o servicios. Adicionalmente, señalan los autores, que ciertas investigaciones, tanto teóricas como empíricas, han demostrado que las actividades de colaboración generan efectos positivos y significativos en la innovación y que el éxito de las mismas depende del grado de aplicación.

Reflexiones Finales

Dadas las consideraciones anteriores y a manera de conclusión, vista la influencia positiva que emana de la relación existente entre redes interorganizacionales e innovación, sería conveniente que las Pymes en Venezuela, implementaran como estrategia empresarial establecer redes inter-organizacionales, sobre todo en estos momentos de contractura económica que impera en el país, dados los beneficios que resultan de las relaciones colaborativas, entre ellos: recursos humanos más calificados, mejores o nuevos recursos tecnológicos, entre otros aspectos. Ello se traduciría en mayores ventajas competitivas y por ende incremento en los beneficios económicos. Sin embargo, López et al. (2016) señalan que las Pymes que deseen establecer este tipo de relaciones deben considerar los siguientes aspectos:

- La colaboración debe considerarse como una actividad cotidiana que surja dentro de la propia empresa en primer lugar, es decir, que sea una práctica común en los departamentos o áreas funcionales de la organización, para que de esa forma los trabajadores se sientan familiarizados con este tipo de actividades

y no se presenten tantos inconvenientes a la hora de establecer las relaciones de cooperación con las empresas externas, es decir, se debe formar una cultura de trabajo en equipo dentro de la empresa.

- La Gerencia de Recursos Humanos debe propiciar que los trabajadores realicen cursos de capacitación en cuanto a cómo se debe trabajar en ambientes de trabajo en equipo o colaborativos.
- Es recomendable que los accionistas o empresarios realicen cursos formales e informales en el área de colaboración e innovación, puesto que son ellos los que deben estar convencidos de las ventajas y beneficios que resultan de la conformación de redes interorganizacionales, pues de lo contrario cualquier intento de implementar las actividades de colaboración serán temporales, y no tendrán ni los beneficios ni los resultados esperados en el nivel de crecimiento y desarrollo de la Pyme.
- Finalmente, los gerentes de las Pymes tienen que hacer esfuerzos en conseguir apoyo financiero a tasas preferenciales, ya sea con organismos públicos auspiciados por el Estado o con las cámaras y asociaciones empresariales, con el fin de poder adoptar e implementar actividades de colaboración e innovación que requieren inversiones significativas.

Referencias

- D'Alvano, L., Hidalgo, A. (2014). Innovación en la red de valor centrada en el servicio: premisas y relación entre actores. *Economía Industrial*, 392(1), 81-88.
- Esguerra, G. (2017). Liderazgo y conocimiento compartido en contextos interorganizacionales. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(1), 151-160.
- Geldes, C., Heredia, J. (2017). Cooperación, un tema pendiente para la innovación empresarial. *Gestión y tendencias*, 1(4), 6-9.
- Grueso, M., Gómez, J., Garay, L. (2011). Redes empresariales e innovación: el caso de una red del sector cosmético en Bogotá (Colombia). *Estudios Gerenciales*, 27(118), 189-203.
- Gutiérrez, L. (2017). Sistema teórico explicativo sobre la dinámica de las redes interorganizacionales. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77), 97-120.
- López, G., Guzmán, G., Pinzón, S., García, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Contaduría y Administración*, 61(1), 568-581.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. España: Grupo Tragsa.
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de negocios*, 7(1), 125-140.
- Urrutia, J., Cuevas, T. (2016). Redes empresariales en el sector turismo y servicios para la mejora de competitividad en Ciudad Juárez, Chihuahua,

México: caso parque central hermanos escobar y pymes aledañas. *Cuadernos de Turismo*, 37(1), 421-436

Velasco, M. (2015). Colaboración y transferencia de conocimiento en redes de OSC mexicanas. Décima Conferencia Regional de América Latina y El Caribe de la Sociedad Internacional para la Investigación del Tercer Sector (ISTR). Desigualdad, inclusión e innovación social. San Juan, Ponce, Puerto Rico.

Vera, G. (2016). Innovación y Desarrollo Sustentable: Iniciativa de una Microempresa dedicada a la Producción de Artículos para el Cuidado Personal. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 5(14), 28-60.

Notas de autor

- * Licenciada en Contaduría Pública. Magister Scientiarum en Contaduría. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA).
Cursante del Doctorado en Ciencias Administrativas y Gerenciales del Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales de la UCLA. Barquisimeto, Venezuela