

Innovación empresarial.

Arte y ciencia en la creación de empresas



Rodrigo Varela V.

Pearson. Prentice Hall.

2008, 645 pp.

ISBN: 978-958-699-101-8

RUBÉN DARÍO BONILLA ISAZA¹

Sin duda alguna, cuando se habla de estrategias de desarrollo empresarial se encontrarán muchos libros al respecto, como también ocurre cuando de temas de innovación se trata. Sin embargo, son pocos los libros que tratan en conjunto los temas de innovación y empresas. El libro del profesor Rodrigo Varela, titulado *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*, presenta un análisis interesante sobre las diferentes alternativas de desenvolvimiento que debe tener todo cultor empresarial para un buen desarrollo del plan de empresa, haciendo énfasis en diversas fuentes de enriquecimiento y aprovisionamiento de recursos innovadores en la conceptualización y elaboración de cada una de sus etapas.

El trasegar de la competencia personal, el deseo de progreso y las diversas manifestaciones del ser humano a lo largo de la historia de la humanidad son abordados con sutil interés en el libro del profesor Varela. El tema se presenta como pilar fundamental de las estrategias de innovación que acoge el hombre como ser evolucionado para conseguir los “objetivos humanos”, recapitulando las acciones que de cierto modo han acuñado determinantes hitos en la historia de la humanidad a partir de un conjunto de nociones fundamentales: cambio, acción y mejoramiento. Nociones que sin duda alguna han producido interesantes renovaciones en todas sus manifestaciones.

¹ Ingeniero Electricista y magíster en Ingeniería-Automatización Industrial de la Universidad Nacional de Colombia. Docente del programa de Ingeniería de Producción en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Facultad Tecnológica. Director del grupo de investigación DEDALO, investigación en gestión tecnológica.

Los aportes e investigaciones presentadas en el marco de la innovación empresarial dan cuenta de que las pymes han entrado en la generación de conocimientos innovadores para crear productos de calidad y asegurar su competitividad. En algunos sectores se establecieron estrategias de cambio o mejoras innovadoras en mayor proporción que las grandes empresas; no obstante, quedan interrogantes fuertes acerca de la proyección de desarrollo de América Latina en comparación con diversos avances en otros continentes. En este sentido, el libro deja entrever las posibles causas que han motivado a incurrir en errores de aplicación de estrategias para el desarrollo, para posteriormente proponer temas de interesante argumento con el fin de formar un verdadero carácter y espíritu empresarial. No basta solo con la aptitud, sino también con la actitud.

Varela presenta en varios capítulos las diversas manifestaciones teóricas (y empíricas) de la noción del empresario, sus mitos, tendencias y alcances de la cultura empresarial. Comenta importantes consideraciones en relación con el tiempo de dedicación del empresario a la labor diaria (Hornaday, 1971). De la misma manera, realiza importantes aportes a la estructura cognitiva que debe tener todo empresario y sus elementos diferenciadores. Recoge importantes conceptos tratados en diversas investigaciones desde 1961 hasta el 2005 sobre los perfiles y características que un sujeto, como actor del desarrollo, debe tener para constituirse en empresario, presentándolos en cuadros muy inteligibles. Plantea inquietudes acerca de la pertinencia y validez de los interrogantes sobre la creación de empresas en el ámbito profesional, tomando como ejemplo a compañías que han sido creadas rompiendo el mito a través de acciones innovadoras en la creación de empresas.

La innovación es un arte, y ese arte, potencializado para la creación y consolidación de empresas, va de la mano con muchos factores abordados por

diversos autores. Varela los va presentando a lo largo del texto con un análisis detallado sobre las diversas teorías que lo sustentan, va mostrando diversos modelos hasta conceptualizar el propio desarrollado en el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) fundado por él mismo. Realiza un despliegue analítico de cada una de las etapas básicas del modelo propuesto, con ello invita de manera reflexiva al lector a ubicarse en cada etapa como actor principal y objetivo del espíritu empresarial, ya sea como artífice creador del plan de empresas o como fomentador de este por medio de la enseñanza. El autor enfatiza sobre el entorno circunstancial en que se desenvuelve el empresario y la manera de abordar, desde una perspectiva innovadora, las etapas en la creación de la empresa mediante la percepción, la identificación y la creatividad en la valoración de la oportunidad empresarial, y pone especial cuidado en la fortaleza que tiene la intuición en ello.

En el contexto de lo expuesto propone varias estrategias de estímulo para la creación de empresa, acciones y disertaciones que cautivan al lector a continuar en la lectura con la idea de la previsión de componentes y su respectiva integración. Se encadena lo anterior con una serie de cuadros, gráfico se historias que ilustran de manera muy prolija la comprensión del tema. Asimismo, se potencializa la actividad creadora como parte fundamental en la acción empresarial, donde sin duda alguna la innovación tiene un rol protagónico. Para ello se propone una serie de ejercicios enfocados en motivar la confluencia de ideas empresariales.

Otro de los aspectos importantes por resaltar en la obra es la manera de abordar los conceptos de financiación y administración de empresas, poniendo al descubierto realidades ineludibles sobre la creación de estas. De cierta manera desmitifica conceptos un tanto erráticos, que de cierta manera influirían nocivamente en la conceptualización del espíritu empresarial. En ese contexto, el del

espíritu empresarial, va abordando el tema desde una perspectiva vanguardista, traspasando las fronteras tecnológicas. Presenta así los conceptos modernos de administración del negocio y la interacción con las redes, mostrando su propio modelo, la inclusión de la tecnología, el *e-business* y otros conceptos empresariales.

Desde mi punto de vista, estos conceptos se deberían abordar en todos los escenarios académicos, sin importar la disciplina de formación. Ello ayudaría a tener mayor claridad y fundamentación sobre las políticas de apoyo a los sistemas de

creación e innovación empresarial. Desde tiempos atrás, los diferentes gobernantes de turno pretenden la consolidación económica y el desarrollo social y sostenible a través de políticas creadas, pero la simple intención sin formación no es suficiente. Cada día se abren nuevas empresas y cada año se cierran varias de ellas. ¿Falta de conocimiento? ¿Carencia de posibilidades de creación de alianzas estratégicas con grupos de desarrollo e investigación en las universidades? Solo al tener claridad de conceptos se cierra el círculo del atraso.