

Influencia de la innovación y el aprendizaje organizacional en el desarrollo de los países

Influence of innovation and organizational learning in the development of countries

José Alonzo Sahui Maldonado

Universidad Autónoma de Campeche, México

josesahui@hotmail.com

Resumen

Con esta ponencia se pretende crear un espacio de reflexión acerca de la importancia que tienen la innovación y el aprendizaje organizacional en la sociedad actual, donde la gestión del conocimiento —esa *caja de herramientas*, como la llamaba Foucault— se ha convertido en uno de los bienes más preciados de nuestro tiempo. Para ello, y como elementos de comparación, se presentan ejemplos de países en donde la innovación y el aprendizaje organizacional han contribuido al desarrollo económico y social.

Palabras clave: aprendizaje organizacional, innovación, sociedad del conocimiento.

Abstract

This paper aims to create a space for reflection on the importance of innovation and organizational learning in today's society, where knowledge management - the toolbox as Foucault called it - has become to be one of the most important things of society. For this purpose, the work includes examples from other countries, by way of comparison, about how these two elements - innovation and organizational learning, respectively -; have contributed to the economic and social development of these countries.

Key words: organizational learning, innovation, knowledge society.

Fecha Recepción: Febrero 2018

Fecha Aceptación: Julio 2018

Introducción

Existe la creencia, ampliamente generalizada, de que el progreso industrial de las naciones depende casi exclusivamente de su desarrollo científico. Esta idea tuvo inicialmente como sustento teórico las aportaciones del economista inglés Alfred Marshall (1919/1954), quien estableció la tesis de que la supremacía industrial de países como Alemania y Estados Unidos ocurrida a fines del siglo XIX y principios del XX —en comparación con lo que sucedía en Inglaterra en esa misma época— radicaba en el énfasis que aquellas dos naciones le habían dado al desarrollo de la ciencia en sus respectivos sistemas educativos. Esto sirvió como argumento para que autores como Schumpeter (1939/2002) destacaran el papel de la innovación en el campo de la economía. Al respecto, Drucker (1994) señala lo siguiente:

La economía clásica consideraba que la innovación estaba fuera del sistema [económico], como también lo hizo Keynes. La innovación pertenecía a la categoría de catástrofes externas, como terremotos, el clima o la guerra, que, como todos sabían, tienen una profunda influencia en la economía pero no son parte de ella. Schumpeter insistió en que, por el contrario, la innovación —es decir, la actividad que hace pasar los recursos de lo viejo y obsoleto a empleos más nuevos y productivos— es la esencia misma de la economía (pp. 109-110).

Posteriormente, el estudio de la innovación como factor determinante del crecimiento económico y la productividad de las empresas adquirió una nueva perspectiva a partir de la década de 1980, como lo apunta Casalet (2000):

El aporte significativo de esta nueva concepción de la innovación radica en superar la visión exógena del cambio tecnológico, enfoque que imperó durante la década de los setenta, donde se daba por supuesto que las innovaciones surgían como invenciones fruto de un proceso exógeno, independientes en alto grado de los factores económicos del país, como un proceso de producción

autónomo de conocimientos y de habilidades tecnológicas desarrolladas, generalmente, por los países con mayor desarrollo (p. 344).

Ahora bien, aunque es cierto que las innovaciones suelen mejorar la productividad de las empresas, también se debe mencionar que estas pueden ocasionar una serie de desajustes en el sistema económico. Sobre este elemento, Harford (2017, citado por Huchín Sosa, 29 de mayo de 2018) advierte lo siguiente:

No deberíamos caer en la trampa de pensar que los inventos no son más que soluciones. Son mucho más que eso. Configuran nuestra vida de manera impredecible y, a pesar de que resuelven un problema para alguien, a menudo crean un problema para otra persona (p. 1).

Aunado a esto, cuando se habla de innovación tampoco se debe perder de vista su dimensión histórica, ya que en la evolución de la economía ciertos fenómenos disruptivos han originado cambios importantes, conocidos como *revoluciones industriales* (Schwab, 2016).

Desarrollo

Desde la anterior perspectiva, la innovación adquiere una dimensión multidimensional y compleja, ya que no se limita solo a la realización de actividades aisladas tendientes al desarrollo de nuevos productos y procesos —lo que comúnmente conocemos como invención o creatividad—, sino que es el resultado de un conjunto de actividades interrelacionadas de investigación donde participan diversos actores (como el gobierno, las universidades y las empresas), los cuales requieren un ambiente socioeconómico que les sea propicio, como lo explica Kallen (1992):

Las condiciones óptimas para la innovación son cierta flexibilidad y predisposición en el tipo orgánico de una sociedad. Dichas condiciones por regla general se desarrollan más fácilmente en sociedades nuevas (...). [En cambio] cuando la costumbre se adhiere con demasiada firmeza y la autoridad es inmovible, la situación se invierte (p. 381).

Otro elemento sobre el cual se debe reflexionar es que la innovación —esa *destrucción creativa*, como la bautizó Schumpeter (1939/2002)— no se debe confundir con invención o creatividad, ya que como atinadamente lo señala Wiesner (1967), “tener una nueva idea y demostrar su facilidad es la parte más fácil en la introducción de un nuevo producto. Diseñar un producto satisfactorio, ponerlo en producción y crear un mercado para el mismo son problemas mucho más difíciles” (p. 19).

Planteado lo anterior, se puede afirmar que la diferencia fundamental entre creatividad e innovación estriba en la dimensión económica que el segundo término ineludiblemente entraña, como lo comenta Drucker (1994):

La innovación no es una palabra de los científicos y tecnólogos. Es un término del hombre de negocios. Pues innovación significa la creación de nuevos valores y nueva satisfacción para el cliente. De ahí que las organizaciones midan las innovaciones no por su importancia científica o tecnológica, sino por lo que aportan al mercado y al cliente (p. 252).

A partir de esta distinción se puede indicar que todas las personas creativas no son necesariamente innovadoras —con esto me refiero a la expresión tan generalizada que presume la “creatividad e ingenio del mexicano” — ni siempre se necesita ser creativo para ser innovador —los japoneses y demás países conocidos como “tigres asiáticos” nos dan repetidas muestras de ello—. En este sentido, vale destacar las fuertes críticas que han emitido algunos países de Europa Occidental, e incluso Estados Unidos, sobre las creaciones “imitativas” de Japón. Sin embargo, también se debe reconocer que si se analiza el comportamiento de la empresa automotriz de esa nación, por ejemplo, se podrá constatar que cuando los japoneses adquirieron el *know how* —principalmente de compañías europeas— rápidamente se pusieron a la vanguardia en dicho sector, lo cual queda en evidencia con Toyota, marca que vende más automóviles en Estados Unidos.

De hecho, y aunque los primeros estudios acerca de la calidad total fueron sistematizados inicialmente por los norteamericanos después de la Segunda Guerra Mundial, posteriormente estos fueron reincorporados a la industria estadounidense a través de términos japoneses, como *kaizen* ('mejora continua'), *kanban* ('justo a tiempo') o *kyosei* ('simbiosis empresarial'), este último usado para referirse a la vinculación de las mipymes con la gran empresa en virtud de que los nuevos sistemas de producción, desde hace varias décadas, han pasado de utilizar esquemas rígidos de "producción en serie" (fordismo) al uso de estructuras cada vez más flexibles, hechas "a la medida" (toyotismo).

Para lograr este desarrollo en la sociedad japonesa, por supuesto, fue requisito fundamental invertir en una educación "orientada a los logros". Efectivamente, en este país la selección de las personas para incorporarse al mercado laboral, e inclusive para ingresar a las mejores universidades, se basa principalmente en la evaluación de sus méritos o capacidades, esquema muy distinto a países como el nuestro, cuyos procesos de reclutamiento de personal son más parecidos a los modelos teóricos planteados por Elias (1969/1982) en su libro *La sociedad cortesana*. Aunado a esto, en el modelo empresarial japonés se trabaja con una filosofía administrativa particular (Ouchi, 1985), la cual se compara en la tabla 1 con la empleada por las organizaciones estadounidenses:

Tabla 1. Comparación entre empresas japonesas y estadounidenses

Organizaciones japonesas	Organizaciones estadounidenses
Empleo de por vida	Empleo a corto plazo
Proceso lento de evaluación y promoción	Proceso rápido de evaluación y promoción
Carreras no especializadas	Carreras especializadas
Mecanismos implícitos de control	Mecanismos explícitos de control
Proceso colectivo de toma de decisiones	Proceso individual de toma de decisiones
Responsabilidad colectiva	Responsabilidad individual
Interés holista	Interés segmentado

Fuente: Munch (2005)

El caso de Corea del Sur, por otra parte, también vale subrayarlo, pues tradicionalmente se usa como modelo paradigmático de desarrollo para México. En efecto, hace 40 años ese país asiático se encontraba en una situación económica más precaria que la nuestra. Sin embargo, en la actualidad es un ejemplo de desarrollo a nivel mundial, pues cuenta con algunos de los grupos industriales –conocidos como *chaebol*– más grandes del mundo, así como con niveles tecnológicos elevados, lo cual se evidencia en empresas como Samsung, Hyundai, Goldstar/LG y Daewoo, entre otras.

Estos modelos sirven para afirmar que lo sucedido en los países del sudeste asiático no es producto de la creatividad, sino el resultado lógico de la combinación de tres factores claves de la innovación: tecnología, productividad y competitividad. En tal sentido, la tecnología se puede definir como un recurso que se utiliza para mejorar la eficiencia de la producción o la comercialización a través de diferentes medios, como máquinas, equipos de cómputo, métodos, procesos y conocimientos (tácitos y explícitos) que se aplican dentro de las empresas. Sobre este elemento, Villamizar y Mondragón (1995) apuntan lo siguiente:

El uso eficiente de la tecnología se ha convertido en el elemento más importante en la producción de bienes y servicios. Esto ha sido especialmente claro desde que el desarrollo económico de los países empezó a depender más de la capacidad industrial y menos de la dotación de recursos naturales (p. 5).

La productividad, en cambio, se refiere no solo al proceso de “producir más con menos”, sino también a diversos criterios de calidad, trabajo sistematizado y satisfacción laboral, entre otros. Finalmente, la competitividad se refiere a la necesidad de que las empresas desarrollen y mantengan de forma constante ventajas competitivas (es decir, el nivel de eficiencia alcanzado mediante el uso de la tecnología y los sistemas administrativos), en contraposición a las llamadas ventajas comparativas (esto es, posesión de ciertos recursos naturales). En otras palabras, las primeras se crean, mientras que las segundas simplemente se tienen. Giral Barnes (2006) lo explica de la siguiente manera:

La ventaja competitiva de las empresas en el siglo XXI va a estar definida por la capacidad de la organización de adquirir, retener y mejorar su conocimiento (...). Lamentablemente, es frecuente que las empresas deterioren su conocimiento tan rápido como lo adquieren, por perder gente preparada, no documentar y no procesar de manera sistemática sus datos e información (p. 75).

Por ende, conviene subrayar que aunque el conocimiento y la información son conceptos relacionados, poseen algunas características que los distinguen, como se enseña en la tabla 2:

Tabla 2. Diferencias entre información y conocimiento

Información	Conocimiento
Estática	Dinámico
Independiente del individuo	Dependiente del individuo
Explícita	Tácito y/o aplicado
Digital	Analógico
Fácil de duplicar	Debe ser recreado
Fácil de diseminar	Casi siempre cara a cara
No tiene valor intrínseco	El valor es asignado por la persona
Paramétricamente fija	Generador de información y de nuevo conocimiento

Fuente: Giral Barnes (2006, p. 104)

Conclusiones y recomendaciones

Explicado lo anterior, se puede sugerir que una forma de desarrollar los procesos de innovación dentro de las empresas mexicanas (donde la práctica administrativa al ser tan empírica se vuelve muy recomendable) es a través de una técnica de gestión conocida como *aprendizaje organizacional*, la cual consiste en incrementar “el conocimiento de la organización y de los individuos que se integran a ella, a partir de la interpretación y asimilación de la información tácita y/o explícita, con el objetivo de generar conocimiento codificable en pautas de comportamiento (rutinas organizativas)” (Martínez, Ruiz y Ruiz, 2001).

Con esto se pretende hacer énfasis en la relación tan estrecha que existe entre los procesos de aprendizaje organizacional e innovación empresarial, ya que el primer concepto no puede lograrse sin generar algún tipo de valor que redunde en un beneficio económico para la organización, lo cual es una de las características que distingue a la innovación.

En este sentido, el aprendizaje organizacional puede clasificarse de varias formas: la primera, según el sentido en el que se presenta el flujo de los nuevos conocimientos, los cuales pueden ser de la organización al empleado (mediante la capacitación y el adiestramiento) o del trabajador al sistema (donde este incorpora nuevos conocimientos adquiridos gracias a su experiencia laboral). La segunda forma sería según el origen de la información que se maneja en el proceso, la cual puede ser de carácter interna o externa.

Una tercera manera de catalogar el aprendizaje es el propuesto por Nonaka y Takeuchi (1999), quienes afirman que se puede dividir en *know how* (conocimientos desarrollados para la resolución de problemas específicos) y en el establecimiento de nuevas premisas (es decir, cambiar paradigmas, esquemas, modelos mentales o perspectivas de los actores involucrados). En cualquiera de estos dos últimos casos, los innovadores se ven “obligados a asumir una actitud combativa. Pues sus novedades [conocimientos nuevos] entran en una organización social la mayor parte de cuyas instituciones son negocios en marcha, y entran como competidores o desprestigiadores de una u otra de ellas” (Kallen, 1992, pp. 381-382).

Nonaka y Takeuchi también establecen que hay dos tipos de conocimientos que pueden poseer las personas. En primer lugar está el conocimiento explícito, es decir, la serie

de ideas que existen en la empresa de manera formal —por medio de manuales y/o procedimientos—, así como a través de las herramientas que la organización le brinda al empleado para la ejecución de sus tareas. Por otro lado, se halla el conocimiento tácito, el cual se basa en la experiencia personal y directa de los individuos, de ahí que sea más propio e íntimo, por lo que resulta más difícil de dar a conocer y enseñarlo a los demás. En este caso, el éxito de muchas organizaciones se debe a su capacidad de convertir el conocimiento tácito en explícito mediante el aprendizaje organizacional.

Sin embargo, si los conocimientos generados por los trabajadores no se interiorizan en la empresa ni se difunden, no se puede hablar de aprendizaje e innovación. El propósito de las organizaciones, por tanto, debe consistir en crear el ambiente más adecuado no solo para facilitar las actividades grupales, sino también para producir y acumular conocimientos individuales. Para esto, se debe saber que es insignificante aprender algo nuevo o encontrar una mejor manera de hacer las cosas si ello no permea a toda la organización y no se refleja en un beneficio social o económico.

En síntesis, se puede afirmar que el aprendizaje organizacional, al sustentarse en principios indispensables para producir cambios dentro de las empresas, sirve como elemento generador de una cultura de la innovación que trasciende los recursos tecnológicos, pues también impacta en el trasfondo sociocultural de los trabajadores, lo cual deberá ser la base para enfrentar los grandes retos que depara el futuro.

Referencias

- Casalet, M. (2000). Innovación. En Baca, L., Bockser, J., Castañeda, F., Cisneros, I. y Fernández, G. (comps.), *Léxico de la política*. México: Editorial Flacso.
- Drucker, P. (1994). *Las fronteras de la administración. Donde las decisiones del mañana cobran forma hoy*. Argentina: Editorial Hermes.
- Elias, N. (1969/1982). *La sociedad cortesana*. México: Ed. FCE.
- Giral Barnes, J. (2006). La capacitación como factor de la competitividad en las empresas de clase mundial. En Macías, S. y Miklos, V. (comps.), *Capacitación y competitividad: un mismo camino*. México: Ed. Compite, Concamin y Secretaría de Economía.
- Harford, T. (2017). *Cincuenta innovaciones que han cambiado el mundo*. España: Editorial Conecta.
- Huchín Sosa, E. (29 de mayo de 2018). No es otro previsible libro sobre emprendedores. *Letras Libres*, 29, Recuperado de <https://www.letraslibres.com/seccion/libros>.
- Kallen, H. (1992). Innovación. En Amitai y Etzioni, E. (comps.), *Los cambios sociales. Fuentes, tipos y consecuencias*. México: Ed. FCE.
- Marshall, A. (1919/1954). *Industria y comercio*. España: Editorial Aguilar.
- Martínez, I., Ruiz, J. y Ruiz, C. (2001). Aprendizaje organizacional en PYMES. Ponencia presentada en el XI Congreso Nacional de ACEDE. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/255618935_APRENDIZAJE_ORGANIZACIONAL_EN_PYMEs.
- Munch, L. (2005). *Administración y estilos de gestión*. México Editorial Trillas.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México: Oxford University Press.

Ouchi, W. (1985). *Teoría Z. Cómo pueden las empresas hacer frente al desafío japonés*. España: Editorial Orbis.

Schumpeter, J. (1939/2002). *Ciclos económicos*. España: Editorial de la Universidad de Zaragoza.

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. España: Editorial Debate.

Villamizar, R. y Mondragón, J. C. (1995). *Zenshin: lecciones de los países del Asia-Pacífico para Colombia*. Colombia: Editorial Norma.

Wiesner, J. (1967). Tecnología e innovación. En Morse, D. y Warner, A. (comps.), *La innovación tecnológica y la sociedad*. México: Ed. UTEHA.

Reseña curricular del autor

José Alonzo Sahui Maldonado. Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Anáhuac-Mayab. Sus líneas de investigación se orientan al análisis del comportamiento organizacional, así como al estudio de la influencia de la mercadotecnia en los procesos de consumo.