

Barreras para la innovación en las organizaciones

Barriers to innovation in organizations

Randy Chavarría Briceño¹ 

¹Universidad Nacional. Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Planificación y Promoción Social. Heredia, Costa Rica

RESUMEN

En este artículo contempla a la innovación como un motor crucial para el progreso de la sociedad, la economía y la tecnología. Sin embargo, a pesar de su importancia, existen diversas barreras que obstaculizan su desarrollo y adopción en diferentes ámbitos. La importancia de la innovación en las organizaciones permite desarrollar una revisión literaria que influya en los criterios de tomas de decisiones a lo largo de la ejecución de las tareas diarias. El objetivo de esta revisión literaria es de brindar aspectos teóricos para el desarrollo funcional de las organizaciones; seleccionando de manera crítica los aportes más importantes de la innovación y las dificultades que puede presentar durante su desempeño y gestión.

Palabras Clave: Innovación; procesos; barreras; organización; desempeño; gestión

ABSTRACT

In this article, innovation is seen as a crucial engine for the progress of society, the economy and technology. However, despite its importance, there are various barriers that hinder its development and adoption in different areas. The importance of innovation in organizations allows us to develop a literary review that influences the decision-making criteria throughout the execution of daily tasks. The objective of this literary review is to provide theoretical aspects for the functional development of organizations; critically selecting the most important contributions of innovation and the difficulties it may present during its performance and management.

Keywords: Innovation; processes; barriers; organization; performance; management

Cómo citar/How to cite:

Chavarría Briceño, R. (2024). Barreras para la innovación en las organizaciones. *Revista científica en ciencias sociales*, 6, e601202. [10.53732/rccsociales/e601202](https://doi.org/10.53732/rccsociales/e601202)

Editor Responsable:

Chap Kau Kwan Chung.

Email:

wendy.kwan@upacifico.edu.py

Fecha de recepción: 25/01/2024.

Fecha de revisión: 08/02/2024.

Fecha de aceptación: 13/02/2024.

Autor correspondiente:

Randy Chavarría Briceño

E-mail:

randy.chavarria.briceno@una.cr

INTRODUCCIÓN

La innovación se ha convertido en un componente crucial para el crecimiento económico y el desarrollo empresarial en el siglo XXI. Sin embargo, a pesar de la importancia vital de la innovación, muchas organizaciones se enfrentan a diversas barreras que dificultan su capacidad para innovar de manera efectiva; requiere inversión en investigación, desarrollo y adopción de nuevos métodos, tecnologías, procesos, entre otros. Así mismo, el cambio que genera la implementación de dicha innovación puede ocasionar resistencia a dichos novedades, ya que muchos colaboradores y organizaciones tienen una aversión natural hacia el cambio, implica embarcarse en lo desconocido y puede hacer que las organizaciones se aferran a formas antiguas y obsoletas de hacer las cosas, en lugar de adoptar nuevas ideas y enfoques innovadores.

Para innovar de manera efectiva, las organizaciones necesitan invertir recursos en investigación y desarrollo, contratación de personal calificado, adquisición de tecnología y otras áreas relacionadas. Sin embargo, muchas organizaciones tienen restricciones presupuestarias y limitaciones de recursos, lo que dificulta su capacidad para realizar inversiones en innovación. Esto puede llevar a un estancamiento en el desarrollo de nuevas ideas y a la pérdida de oportunidades de negocio. La falta de una cultura de innovación puede tener a las organizaciones con una mentalidad arraigada a la conformidad y rutina, en la que no se alienta a los colaboradores a tomar riesgos, proponer nuevas ideas o cuestionar las prácticas existentes. Esto puede inhibir la creatividad y el espíritu innovador, limitando así las oportunidades de crecimiento y desarrollo. La innovación exitosa requiere la colaboración y el intercambio de ideas entre diferentes áreas y departamentos. Sin embargo, en muchas organizaciones, existe una falta de comunicación efectiva y una resistencia a compartir conocimientos y experiencias. Esto puede limitar la capacidad de la organización para aprovechar las ideas y perspectivas únicas de su personal e inhibir el flujo de información que es crucial para la innovación.

Existen varias barreras que afrontan las organizaciones para innovar de manera efectiva. Superar estas barreras requiere un enfoque estratégico, la asignación de recursos adecuados y la promoción de una cultura de innovación en toda la organización. Solo entonces las organizaciones podrán aprovechar al máximo su potencial de innovación y asegurar un crecimiento continuo y sostenible.

REFLEXIÓN

La innovación es crucial en cualquier organización, ya que permite adaptarse a los cambios constantes del entorno, obtener ventajas competitivas y generar un crecimiento sostenible. Sin embargo, a pesar de su importancia, las organizaciones a menudo enfrentan barreras que dificultan la implementación efectiva de procesos innovadores (Arroyo et al., 2020).

Ante el hecho de que el entorno está en constante cambio, las organizaciones deben considerar realizar investigaciones para reinventarse y hacer un uso productivo de este cambio. Sin embargo, cuando se realizaron estos estudios, encontramos que hay muchos factores que dificultan la innovación dentro de las organizaciones, especialmente en las pequeñas empresas (Arroyo et al., 2020), donde se puede determinar ciertos obstáculos que presentan un inconveniente en el crecimiento y desarrollo de las organizaciones, tales como:

Miedo

La innovación trae diferentes tipos de desafíos que afectan el funcionamiento de una organización y el miedo a los intentos fallidos de innovación.

En general, al iniciar un proyecto nuevo o diferente, se debe considerar la posibilidad de fracaso. Alonso (2009) argumenta que los responsables tratan de evitar estos momentos por las situaciones dolorosas, limitantes y desalentadoras. Sin embargo, al analizar esta probabilidad de fracaso, podemos sacar conclusiones positivas que nos darán una ventaja competitiva y

alcanzar más eficazmente nuestras metas futuras si aceptamos el fracaso como parte del proceso de aprendizaje.

Según González (2019) el miedo al fracaso puede paralizar a las personas que trabajan en una organización e impedir el éxito deseado. Sin embargo, el fracaso no siempre está asociado con factores negativos, ya que una organización puede comenzar a construir a partir de ese momento y tener las bases para lograr sus objetivos, es mejor intentar y fallar que no intentarlo en absoluto.

Siempre hay incertidumbre y miedo a la innovación en las organizaciones, pero las organizaciones deben aprender a sentir y comprender esto. Relacionado con lo anterior, siempre que tengas ese factor de miedo, tienes que probar y experimentar algo nuevo. Porque hay estrategias para superarlos (Schnarch, 2020).

Temor a las derivaciones de los cambios

Alegre et al. (2021) argumenta que el temor a las consecuencias de los cambios se refiere a la sensación de miedo o preocupación que experimentan las personas ante la posibilidad de enfrentar las consecuencias negativas de un cambio. Los cambios, ya sean pequeños o grandes, pueden generar incertidumbre y ansiedad en las personas, especialmente si no se saben qué resultados se van a obtener o si se percibe que el cambio puede ser perjudicial. Este temor puede ser un obstáculo para que las personas se adapten a nuevas situaciones y aprovechen las oportunidades que se les presentan.

Además, puede tener un impacto negativo en la fuerza laboral de una empresa. Si se introducen nuevas tecnologías o procesos que reemplacen el trabajo manual o que no sean familiares para los empleados existentes, estos pueden necesitar días, semanas o incluso meses para adaptarse. Esto puede impedir que la empresa funcione de manera eficiente en el corto plazo y aumentar el costo de los cambios (Alegre et al., 2021).

Según Cortelletti (2021), "el temor al cambio es una reacción natural ante los desafíos que presenta una situación nueva e incierta" (p. 78). Los autores señalan que muchas veces este temor se debe a la falta de información o conocimiento sobre la situación actual y la que se espera después del cambio. Por lo tanto, es importante que las organizaciones proporcionen a sus empleados la información necesaria para que puedan entender los cambios y superar sus temores.

Falta de objetivos

La ausencia de incentivos en la innovación puede tener consecuencias negativas en el desarrollo de nuevas tecnologías y procesos en una empresa o en un sector en general. Cuando no se ofrecen incentivos adecuados, los trabajadores y equipos de investigación pueden sentirse desmotivados para invertir tiempo y recursos en la investigación y el desarrollo de nuevas ideas (Neme et al., 2021).

Calderón y Maestriperi (2022) argumentan que la falta de incentivos puede hacer que las empresas pierdan competitividad frente a otras que sí ofrecen incentivos a sus empleados. Esto se debe a que las empresas que no están invirtiendo en innovación pueden quedarse atrás en términos de desarrollo de nuevos productos, reducción de costos y mejora de la eficiencia.

Por lo tanto, es importante que las empresas y organizaciones proporcionen incentivos adecuados para fomentar la innovación y la creatividad en su personal. Esto puede incluir premios en efectivo, oportunidades de ascenso, capacitación y desarrollo profesional, reconocimiento público y otros incentivos que ayuden a motivar al personal y recompensar su trabajo innovador (Calderón y Maestriperi, 2022).

Poco conocimiento del cliente

El poco conocimiento del cliente en la innovación es un grave problema que muchas empresas enfrentan en la actualidad. A menudo, las empresas se centran en el desarrollo de productos y servicios innovadores sin tener en cuenta las necesidades y deseos de sus clientes.

Este enfoque centrado en la innovación interna puede llevar a la creación de productos y servicios que no resuelven los problemas de los clientes o que no satisfacen sus necesidades. Además, puede resultar en la pérdida de clientes leales y en la disminución de ingresos (Nogueira y Solorzano, 2020).

Es fundamental que las empresas pongan a sus clientes en el centro del proceso de innovación. Es importante entender sus necesidades, deseos y preferencias, y utilizar esa información para guiar el desarrollo de nuevos productos y servicios. Esto permite a las empresas crear soluciones que resuelven problemas específicos para sus clientes y, por lo tanto, incrementar su satisfacción y lealtad (Del Do et al., 2023).

Para lograr esta cultura centrada en el cliente, las empresas deben fomentar la colaboración y la comunicación entre los departamentos de innovación y los equipos de atención al cliente. Además, es esencial contar con una estrategia clara y medible que priorice la satisfacción del cliente y el retorno de inversión (Nogueira y Solorzano, 2020).

No tener tiempo para pensar y para probar alternativas

En la actualidad, el ritmo acelerado de la vida y el trabajo pueden hacer que se sienta la presión constante de no tener tiempo suficiente para dedicarse a la reflexión y la experimentación. En el contexto de la innovación, esto puede ser particularmente problemático, ya que la exploración de nuevas ideas y enfoques a menudo requiere tiempo y espacio para probar alternativas y considerar las posibles consecuencias de cada opción (Pacheco et al., 2021).

Sin embargo, en muchos entornos empresariales, la cultura de la productividad y el rendimiento a menudo se enfoca en la eficiencia y la rapidez, en lugar de la calidad y la exploración creativa. Esto puede llevar a que los innovadores se sientan presionados para producir resultados rápidos y tangibles en lugar de dedicar el tiempo necesario para reflexionar sobre sus ideas y probar diferentes enfoques (Pacheco et al., 2021).

En algunos casos, puede ser necesario establecer límites y proteger el tiempo para la reflexión y la experimentación. Esto puede implicar delegar responsabilidades, establecer plazos realistas y proteger el tiempo dedicado a la innovación como una prioridad en la agenda. También puede ser útil establecer un ambiente de trabajo que valore la exploración creativa y el aprendizaje continuo (Pacheco et al., 2021).

En última instancia, no tener suficiente tiempo para pensar y probar alternativas en la innovación puede limitar el potencial de nuevas ideas y soluciones. Por lo tanto, es importante reconocer la importancia de dedicar tiempo y recursos adecuados a la exploración y experimentación creativa en la innovación (Pacheco et al., 2021).

Valorarse una persona poco creativa o sin ideas

Considerarse una persona poco creativa o sin ideas en la innovación puede ser una experiencia frustrante y desalentadora. Muchas personas tienen la idea equivocada de que la creatividad es algo con lo que se nace y no se puede aprender, lo que puede llevar a sentirse desesperanzado cuando las ideas no surgen con facilidad (Bonilla et al., 2019).

Sin embargo, la realidad es que la creatividad y la innovación son habilidades que se pueden desarrollar y mejorar a través de la práctica y la exploración. A menudo, el bloqueo creativo se debe a una falta de inspiración o una falta de habilidades para conectar ideas aparentemente desconectadas. En lugar de enfocarse en la falta de creatividad, es importante abordar la situación de manera proactiva.

Así mismo, Bonilla et al. (2019) argumenta que una forma de estimular la creatividad es exponerse a diferentes fuentes de inspiración, como leer libros, ver películas, visitar galerías de arte, asistir a eventos culturales y hablar con personas interesantes y diversas. Además, tratar de pensar en problemas desde diferentes perspectivas, cuestionar suposiciones y buscar nuevas formas de hacer las cosas también puede ayudar a romper los bloqueos creativos.

Otra estrategia útil es la práctica del pensamiento lateral, que se enfoca en encontrar soluciones creativas mediante la exploración de nuevas conexiones entre ideas. Esto se puede hacer a través de ejercicios como el brainstorming en grupo, donde se anima a los participantes a proponer ideas sin críticas o limitaciones, o mediante la aplicación de técnicas de pensamiento creativo, como el design thinking (Bonilla et al., 2019).

En definitiva, considerarse una persona poco creativa o sin ideas en la innovación puede ser una barrera para el desarrollo personal y profesional. Sin embargo, al abordar el bloqueo creativo de manera proactiva y enfocarse en el desarrollo de habilidades y la exposición a

nuevas ideas, es posible mejorar la capacidad de innovación y descubrir nuevas oportunidades y soluciones (Bonilla et al., 2019).

Desmotivación en el trabajo

Acosta et al. (2021) discute que la desmotivación en el trabajo puede ser un gran obstáculo para la innovación en una organización. Cuando los empleados pierden la motivación, es probable que no se sientan inspirados para buscar nuevas soluciones creativas o para tomar riesgos necesarios para innovar.

Hay varias causas comunes de desmotivación en el trabajo, como la falta de reconocimiento, la falta de oportunidades de desarrollo profesional, el exceso de trabajo y la falta de equilibrio entre la vida laboral y personal. Si una empresa no aborda estos problemas, es probable que sus empleados se sientan frustrados y desmotivados, lo que puede llevar a una falta de interés en la innovación.

Es importante para las empresas fomentar un ambiente laboral positivo y motivador para sus empleados. Esto puede incluir la creación de programas de reconocimiento y recompensa, oportunidades de desarrollo y capacitación, la implementación de políticas de equilibrio entre la vida laboral y personal, y la promoción de la cultura de la innovación en toda la organización (Acosta et al., 2021)

Además, los líderes de la empresa deben ser conscientes de los signos de desmotivación y abordarlos de manera proactiva. Esto puede incluir reuniones individuales con los empleados para discutir cualquier problema que puedan estar experimentando, la creación de planes de acción personalizados para ayudar a los empleados a superar obstáculos y el fomento de la comunicación abierta y honesta en toda la organización (Acosta et al., 2021).

Perfeccionismo

El perfeccionismo es una tendencia a querer alcanzar la perfección en todo lo que se hace, lo cual puede tener beneficios en términos de calidad y excelencia. Sin embargo, también puede ser un obstáculo para la innovación y el progreso (Schnarch, 2020).

El perfeccionismo puede retrasar el lanzamiento de proyectos y productos porque se invierte demasiado tiempo en detalles innecesarios o se espera a tener todo perfecto antes de dar el siguiente paso. Esto puede resultar en que otros avancen más rápidamente en el mismo campo, dejando a los perfeccionistas atrás (Bogbandy, 2022).

Además, el perfeccionismo puede impedir la creatividad y la exploración de nuevas ideas. Cuando se está obsesionado con alcanzar la perfección, se tiende a seguir patrones establecidos y evitar riesgos, lo cual limita la capacidad de innovación.

Por otro lado, la innovación a menudo implica la aceptación de cierto grado de imperfección. El lanzamiento temprano de un producto o idea puede permitir recibir comentarios valiosos de los usuarios y mejorar el producto de manera más eficiente que si se espera a tenerlo todo perfecto antes de lanzarlo (Bogbandy, 2022).

El perfeccionismo puede ser un obstáculo para la innovación y el progreso si se convierte en una obsesión que retrasa el lanzamiento de proyectos y limita la creatividad y la exploración de nuevas ideas. Es importante encontrar un equilibrio entre la búsqueda de la excelencia y la aceptación de cierto grado de imperfección para poder avanzar en el mundo de la innovación (Bogbandy, 2022).

Poca implicación

La escasa implicación en la innovación es un problema cada vez más común en las empresas y organizaciones. A menudo, los empleados y los directivos se sienten cómodos en sus roles y procesos establecidos, y ven la innovación como una tarea adicional que requiere tiempo y recursos adicionales. Sin embargo, esta mentalidad puede llevar a la empresa a quedarse atrás en un mundo en constante evolución (Guerra et al., 2021).

La falta de implicación en la innovación puede tener consecuencias negativas tanto para la empresa como para sus empleados. Por un lado, la empresa puede perder la oportunidad de desarrollar nuevas ideas y tecnologías que le permitan mejorar su posición en el mercado y aumentar su rentabilidad. Por otro lado, los empleados pueden sentirse estancados en sus trabajos y perder la motivación para seguir creciendo profesionalmente (Schnarch, 2020).

Guerra et al., (2021) discute que una de las razones detrás de la escasa implicación en la innovación es la falta de liderazgo y cultura innovadora en la empresa. Si los directivos no valoran la innovación y no la incluyen en sus objetivos estratégicos, es poco probable que los empleados se sientan motivados para contribuir con nuevas ideas. Además, si la empresa no ofrece recursos y oportunidades para la innovación, es difícil que los empleados puedan dedicar tiempo y esfuerzo a desarrollar nuevas ideas.

Para fomentar una cultura innovadora en la empresa, es importante que los directivos lideren con el ejemplo y se involucren activamente en la innovación. También es fundamental que la empresa proporcione recursos y oportunidades para la innovación, como tiempo y presupuesto para proyectos innovadores y capacitación para el desarrollo de habilidades innovadoras (Guerra et al., 2021).

La escasa implicación en la innovación puede tener consecuencias negativas para la empresa y sus empleados. Para fomentar una cultura innovadora en la empresa, es importante que los directivos lideren con el ejemplo y que la empresa proporcione recursos y oportunidades para la innovación. De esta manera, la empresa puede mantenerse a la vanguardia de su sector y sus empleados pueden crecer profesionalmente y sentirse motivados en sus trabajos (Schnarch, 2020).

Impaciencia ante resultados

La innovación es un proceso que implica cambios significativos y novedosos en diferentes ámbitos de la sociedad, desde la tecnología hasta la cultura. Sin embargo, la innovación también puede ser un proceso incierto y diferido en cuanto a los resultados que se esperan obtener. Esta incertidumbre puede llevar a la impaciencia, lo que puede tener consecuencias negativas en el proceso de innovación (Gómez, 2021).

La impaciencia ante resultados inciertos o diferidos en la innovación puede ser provocada por diferentes factores, como las expectativas poco realistas, la presión de los inversores o la competencia en el mercado. Los innovadores pueden sentirse presionados para obtener resultados rápidos y concretos, lo que puede llevar a tomar decisiones apresuradas o a abandonar proyectos antes de tiempo (Icard, 2022).

La impaciencia también puede afectar la calidad de los resultados obtenidos. Cuando los innovadores se enfocan demasiado en obtener resultados rápidos, pueden descuidar aspectos importantes como la investigación y el desarrollo, la calidad de los productos o servicios y la satisfacción de los clientes. Esto puede llevar a la pérdida de la confianza de los clientes y la disminución de la reputación de la empresa (Icard, 2022).

Por otro lado, la impaciencia también puede llevar a la falta de innovación. Si los innovadores se sienten presionados para obtener resultados rápidos, pueden optar por soluciones obvias y poco creativas en lugar de explorar nuevas ideas y enfoques. Esto puede limitar el potencial de la innovación y reducir su capacidad para tener un impacto significativo en la sociedad (Gómez, 2021).

Para evitar la impaciencia ante resultados inciertos o diferidos en la innovación, es importante establecer expectativas realistas y enfocarse en la calidad de los resultados en lugar de la velocidad. Los innovadores deben estar dispuestos a invertir tiempo y recursos en la investigación y el desarrollo, y a ser pacientes mientras esperan los resultados. Además, es importante fomentar una cultura de innovación que valore la creatividad y la experimentación, y que esté dispuesta a aceptar riesgos y fracasos como parte del proceso de innovación (Icard, 2022).

Insuficiente Tenacidad

La innovación (Juliao et al., 2020) es un proceso complejo que requiere una combinación de habilidades y características para tener éxito. Uno de los rasgos más importantes que se necesita para la innovación es la tenacidad. La tenacidad es la capacidad de seguir adelante incluso en las situaciones más difíciles y desafiantes. Sin embargo, a menudo se encuentra una falta de tenacidad en la innovación.

Una de las razones principales por las que se carece de tenacidad en la innovación es la falta de confianza. Cuando las personas no tienen confianza en sí mismas o en su capacidad para

tener éxito, pueden ser fácilmente desanimadas y renunciar. También puede haber una falta de motivación o pasión por el proyecto en cuestión, lo que puede hacer que sea difícil mantenerse motivado (Castillo et al., s.f.).

Castillo et al. (s.f.) menciona otra razón por la que la tenacidad es insuficiente en la innovación es que puede haber una falta de apoyo. La innovación es un proceso arriesgado y a menudo se encuentra con obstáculos y fracasos. Si no hay suficiente apoyo, como recursos financieros y emocionales, puede ser difícil continuar con el proceso de innovación.

También puede haber una falta de planificación adecuada en la innovación. La falta de un plan sólido puede hacer que sea difícil seguir adelante y mantenerse motivado. Si no se han identificado claramente los objetivos y los pasos necesarios para alcanzarlos, la innovación puede parecer una tarea insuperable (Juliao et al., 2020).

La tenacidad es un ingrediente esencial para la innovación exitosa. Para fomentar la tenacidad en la innovación, es importante tener confianza, motivación y pasión por el proyecto en cuestión, contar con un buen apoyo y planificación adecuada. Si estos elementos están en su lugar, se pueden superar los obstáculos y lograr el éxito en la innovación (Juliao et al., 2020). Por lo anterior, se considera que se debe tener ciertas consideraciones para poner sobrellevar los obstáculos que impiden la innovación.

Ribechini (2018) nos argumenta que cuando se plantea en la organización el desarrollo de innovaciones, se debe tener en cuenta:

- *Escala.* Debemos determinar la escala que podemos asumir. Uno de los objetivos de cualquier proyecto de innovación es ganar escala, es decir, hacerlo grande. Esto es un objetivo que busca obtener los mayores ingresos, aunque no siempre es posible o adecuado. Un proyecto debería comenzar con proyectos pequeños porque así se puede controlar mejor y corregir mejor los errores (Valdebenito y Caulkins, 2022). Cualquier proyecto siempre tendrá fallos o errores, ya que la perfección no existe. Sin embargo, es importante considerar el alcance de nuestra innovación, incluso si comenzamos desde cero. Debemos estar conscientes de que necesitaremos para alcanzar nuestro objetivo final y que, si no contamos con los recursos adecuados, debemos considerar si podríamos obtenerlos. Sin embargo, es importante que sepamos a dónde podemos llegar con los recursos que tenemos a nuestro alcance. La escala depende de lo que queremos comercializar: no es lo mismo que sea un producto o servicio, ni que sea orientado al mercado industrial o al de consumo (Specogna, 2020).

- *Constancia.* La innovación debe basarse en la mejora diaria y en lo que aprendemos. Un error importante es buscar exclusivamente la innovación disruptiva que cambie las reglas del mercado o basada en un producto o servicio innovador. Debido a que no nos dedicaremos a mantener las fuentes de ingresos de nuestra empresa mientras tanto (Del Valle, 2022). Siempre debemos mejorar sistemáticamente los bienes o servicios que brindamos. Aprendemos sobre nuestros productos con estas mejoras, pero sobre todo aprendemos lo que nuestros clientes quieren o necesitan. Estas innovaciones "incrementales", que algunos académicos y expertos denotan porque creen que la innovación no es lo que hace que las empresas sigan existiendo, fortalecen principalmente la marca en la mente de los clientes (y de los futuros clientes) (Del Valle, 2022).

- *Vigilancia.* Es necesario observar las tendencias que surgen en la distancia y reconocer los signos de una gran ola que destruirá el castillo que hemos edificado en la costa. Si descubrimos lo que está llegando, podemos encontrar nuevas formas de reposicionar nuestra empresa para que sea competitiva. pero también para impedir lo que está llegando (Schnarch, 2020).

- *Novedad.* Siempre es agradable tener nuevas ideas, pero para desarrollarlas, debemos experimentar con precaución. Para lograrlo, existe el prototipado o concepto de moda conocido como Mínimo Producto Viable Mínimo. Pero es importante seguir el consejo de "no poner todos los huevos en la misma cesta", ya que basar nuestra empresa solo en el éxito de una innovación es una apuesta muy arriesgada (Kerzner, 2022).

- *Clientes.* Debido a que los clientes son los que generan los ingresos de la empresa, es fundamental cuidarlos y satisfacerlos. Pero no siempre debemos ni podemos hacer lo que nos

piden porque los costos de hacerlo pueden ser mayores que los beneficios. Y sobre todo, no debemos temer perder a un cliente que solo nos causa problemas y nos hace perder dinero. Si no nos hemos preparado para el cambio, nuestros clientes actuales no siempre aceptarán nuestras innovaciones cuando suponen un gran cambio respecto a lo que les estábamos ofreciendo. La innovación y la gestión del cambio tienen lugar dentro y fuera de la empresa (Schnarch, 2020).

- *Fracaso.* Siempre hay fracasos en cualquier actividad humana, pero especialmente en el desarrollo de la innovación. El mayor peligro es que si se pretende que todo proyecto de innovación tenga éxito, el mensaje que se le da al equipo de desarrollo es que debe tomar pocos riesgos. Nunca podremos desarrollar innovaciones que nos diferencien de los competidores. Incluirán "innovaciones" que ya funcionan.

- *Formación.* Es necesario invertir en el personal y los equipos de innovación. Debemos decidir en qué y para que vayamos a formar a nuestros empleados porque la formación debe ser una inversión y no un gasto. Muchas empresas ofrecen cursos de capacitación "para cubrir el expediente", pero nadie sabe si se ha aprendido o si se ha aplicado. Cómo medir lo que se ha aprendido es una de las preguntas en este aspecto. Una opción es que los participantes del curso compartan lo que han aprendido y cómo lo pueden aplicar en su vida diaria. Otra opción es la capacitación durante el proyecto, es decir, que el formador colabore con el proyecto y ayude explicando cómo aplicar lo que se espera que aprendan, así como ayudar a los miembros del equipo han implementarlo (Del Valle, 2022).

CONCLUSIÓN

La innovación es uno de los principales motores del crecimiento económico global y es un factor clave para la competitividad de cualquier organización. Sin embargo, para lograr una innovación efectiva, es importante identificar y superar las barreras que dificultan su implementación. Estas barreras son diversas y pueden estar relacionadas con factores culturales, organizacionales, tecnológicos y de recursos.

Para superar estas barreras, las organizaciones deben adoptar diferentes estrategias, incluyendo el fomento de una cultura de innovación, la inversión en investigación y desarrollo, la colaboración y comunicación cuidadosa y una mentalidad de aprendizaje continuo. Al superar estas barreras, las organizaciones pueden aprovechar las oportunidades de la innovación para lograr el crecimiento y la competitividad sostenibles.

En primer lugar, la falta de una cultura de innovación en la organización puede ser una barrera importante. Esto se debe a que la innovación requiere un cambio en la forma de pensar y trabajar de las personas, así como una mentalidad abierta al riesgo y al fracaso. Además, las estructuras organizacionales pueden limitar la innovación al restringir la creatividad y las nuevas ideas a una jerarquía establecida.

Por otro lado, los recursos limitados y la falta de financiamiento para la innovación pueden obstaculizar el proceso de innovación. Las organizaciones necesitan invertir en investigación y desarrollo, lo cual puede resultar costoso. Esto puede llevar a una falta de recursos para implementar las ideas innovadoras. También es importante considerar las barreras tecnológicas. Las innovaciones tecnológicas pueden ser difíciles de implementar debido a la complejidad de la tecnología, la falta de capacidades técnicas y la dificultad para integrarlas en los sistemas existentes de la organización.

Además, una falta de colaboración y comunicación entre las diferentes áreas de la organización puede ser una barrera importante para la innovación. Las organizaciones necesitan trabajar juntas para identificar y resolver problemas y para desarrollar nuevas soluciones.

Por último, es importante considerar las barreras externas a la organización. La competencia feroz, los cambios regulatorios y los cambios en las condiciones del mercado pueden dificultar el éxito de una innovación. Para superar estas barreras, las organizaciones pueden adoptar diferentes estrategias. Una de las estrategias más efectivas es fomentar una cultura de innovación en la organización. El liderazgo efectivo, una estructura organizacional flexible y una mentalidad abierta al riesgo y al fracaso pueden ayudar a crear una cultura de innovación.

Además, las organizaciones pueden invertir en investigación y desarrollo y en las capacidades técnicas necesarias para implementar nuevas soluciones. A través de la colaboración y comunicación cuidadosa, las diferentes áreas de la organización pueden trabajar juntas para identificar y resolver problemas y desarrollar nuevas soluciones.

Las organizaciones también pueden adoptar una mentalidad de aprendizaje continuo para superar las barreras externas. Al estar atentos a los cambios en las condiciones del mercado y a los avances tecnológicos, las organizaciones pueden anticipar las necesidades y oportunidades de los clientes y responder de manera efectiva.

Declaración del autor: El autor aprueba la versión final del artículo.

Declaración de conflicto de interés: El autor declara no tener conflicto de interés.

Financiamiento: Este trabajo ha sido autofinanciado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J., Plaza, M., y Hernández, H. (2021). Clima organizacional, Boreout e innovación en la agroindustria. *Dimensión Empresarial*, 19(4), 65-86. <https://www.proquest.com/openview/bb8680398619fe03adfd1d12804e006e/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=4801096>
- Alegre T., Castillo, E., Reyes, C. y Salas, R. (2021). Estilo de liderazgo y actitud al cambio organizacional en profesionales sanitarios durante COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 40(Supl. 1), e1527. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002021000200007
- Alonso, P. (2009). Creatividad e innovación: una destreza adquirible. *Teoría de la educación. Revista Interuniversitaria*, 21(1), 179-198. <https://doi.org/10.14201/3165>
- Arroyo, V., Sánchez, M., y Quiñonez, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 163-174. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/html/>
- Bonilla, M., Erreyes, H., Torres, L., y Tapia, F. (2019). Emprendimiento, creatividad e innovación en la gestión empresarial del Ecuador. *Cienciamatía*, 6(10), 501-512. <https://doi.org/10.35381/cm.v6i10.157>
- Calderón, R., y Maestripieri, L. (2022). La innovación social en los cuidados 0-3: entre la desigualdad y la equidad en las políticas públicas. *Papers. Revista de Sociología*, 107(3). <https://papers.uab.cat/article/view/v107-n3-gallego-maestripieri/3060-pdf-es>
- Castillo, O., Elizondo, E., Guerra, I., y Palacios, I. (s.f.) La situación de las Pymes en México y los retos de sus empresarios. *Redes de valor, competitividad y formación de capital humano: Impactos en el desarrollo regional*, 239.
- Cortelletti, E. (2021). Pequeños grandes cambios. *Perspectivas*, (5), 63-75. <https://revistas.ucal.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/185>
- Del Do, A., Villagra, A., y Pandolfi, D. (2023). Desafíos de la Transformación Digital en las PYMES. *Informes Científicos Técnicos-UNPA*, 15(1), 200-229. <https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v15.n1.941>
- Del Valle, A. (2022). *El lenguaje del proyecto*. Nobuko/Diseño.
- Escorsa, P. y Valls, J. (2021). *Tecnología e innovación en la empresa*. Edicions UPC. https://www.researchgate.net/profile/Jaume-Valls-Pasola/publication/260210824_Tecnologia_e_innovacion_en_la_empresa/links/5eecd559299bf1faac629d11/Tecnologia-e-innovacion-en-la-empresa.pdf
- Gómez, M. (2021). Cultura para la transformación vs. la mentalidad de superviviente. *Futuro Hoy*, 2(1), 13-15. <https://doi.org/10.52749/fh.v2i1.4>
- González, V. (2019). *El Miedo a la Innovación*. Medium. <https://medium.com/@victormgonzalez/el-miedo-a-la-innovaci%C3%B3n-e786a055dd78#:~:text=El%20miedo%20a%20la%20innovaci%C3%B3n%20siempre%20existir%C3%A1%20en%20nosotros..%2C%20claramente%2C%20no%20podemos%20innovar.>
- Guerra, M., Rodríguez, J. y Rodríguez, J. (2021). Contextos educativos como área de participación: de la legalidad a la innovación. *Revista de Educación y Derecho*, (23). <https://doi.org/10.1344/REYD2021.23.34438>
- Icard, I. (2022). *Creación de Empresas: emprendimiento e innovación*. Ediciones de la U.
- Juliao, D., Macias, A. y Vega, J. (2020). La innovación como dinamizador empresarial: Caso Hottie. *Estudios de Administración*, 27(1). <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2020.56969>
- Kerzner, H. (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. John Wiley & Sons.
- Neme, O., García, M., y Valderrama, A. (2021). Habilidades de Innovación en los colaboradores de las MIPES. *Investigación administrativa*, 50(127). <https://doi.org/10.35426/iav50n127.08>
- Nogueira, L., y Solórzano, J. (2020). Innovación: ¿Es una realidad en las micro, medianas y pequeñas empresas (MiPyME's) de Ciudad Juárez, México? *Respuestas*, 25(1), 57-66. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/respuestas/article/view/1902>

- Pacheco, J., Rodríguez, E. y Galindo, S. (2021). *Ruta de innovación social: Paso a paso para desarrollar innovaciones sociales*. Parque Científico de Innovación Social. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11502>
- Ribechini, G. (30 de agosto de 2018). *Los innovadores no tienen miedo al fracaso, pero se preparan para superarlo*. <https://www.obsbusiness.school/blog/los-innovadores-no-tienen-miedo-al-fracaso-pero-se-preparan-para-superarlo>
- Rinke, A., y Nienaber, M. (2021). *La gran frustración de Merkel: La burocracia y la aversión al riesgo cortan las alas al legado de innovación de la canciller alemana*. Inversión. <https://www.finanzas.com/inversion/coyuntura/la-gran-frustracion-merkel/>
- Román, P., Rodríguez, M., Roperó, C. (2021). *Metodología de la investigación: de lector a divulgador*. Editorial Universidad de Almería.
- Schnarch, A. (2020). *Creatividad e innovación*. Alpha Editorial.
- Specogna, L. (2020). *Evolución del uso de herramientas para el despliegue de un proyecto a gran escala*. [Tesina de grado]. Universidad Nacional de La Plata. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/118526/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valdebenito, R., y Caulkins, M. (2022). Tecnología y escala de proyecto arquitectónico: reflexiones desde el Sur. *URBE. Arquitectura, Ciudad y Territorio*, (14), 1-4. <https://revistas.udec.cl/index.php/urbe/article/view/7816>