

FACTORES FACILITADORES Y OBSTACULIZADORES PARA LA CREACIÓN Y
DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN UNA ÁREA CONTABLE

GERMÁN ALBERTO YUSTI TIJO

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
MEDELLÍN
2020

FACTORES FACILITADORES Y OBSTACULIZADORES PARA LA CREACIÓN Y
DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN UNA ÁREA CONTABLE

Germán Alberto Yusti Tijo

Trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Administración de
Empresas

Asesor temático y metodológico: Jonny Javier Orejuela Gómez PhD

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
MEDELLÍN
2020

RESUMEN

Objetivo: identificar los factores que facilitan y obstaculizan la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) un área contable del sector privado en la ciudad de Yumbo. *Marco de referencia:* el eje principal de la investigación es la importancia del involucramiento de los colaboradores en el desarrollo de la innovación la cual es el factor diferenciador del crecimiento sostenible, en esta investigación se estudiará los factores facilitadores y obstaculizadores de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en un área de contabilidad. *Método:* la investigación se llevó a cabo a través de un estudio cualitativo descriptivo; el diseño de la investigación es un estudio de caso basado entrevistas semiestructuradas a cinco colaboradores del área contable de una empresa privada de la ciudad de Yumbo con más de un año de trabajo dentro de la organización. *Resultados:* los datos obtenidos permitieron comprender que los equipos del área contable tienen una percepción de la creación y desarrollo de nuevas ideas como un proceso necesario para su crecimiento personal y profesional, que trae consigo desafíos como son la interacción con los equipos interdisciplinario los cuales les ayudaran en el proceso de adquirir los conocimientos técnico-operativos necesarios para la consecución de mejores resultados, administrativamente con la adquisición de nuevas funciones y el desarrollo de estas de manera satisfactoria y el armonía con sus actividades cotidianas. *Conclusiones:* se evidencian los beneficios personales y organizaciones que trae consigo la creación y desarrollo de nuevas ideas en el área de contabilidad, se logra evidenciar los esfuerzos importantes a todos los niveles de la organización que un proceso como estos conlleva y como algunos se pueden afrontar desde el correcto liderazgo y alineación al interior de la organización.

Palabras clave: factores facilitadores, factores obstaculizadores, área contable, innovación

ABSTRACT

Objective: To identify the factors that facilitate and hinder the creation and development of new ideas (innovation) in an accounting area of the private sector in the city of Yumbo.

Reference framework: The main axis of the research is the importance of the involvement of collaborators in the development of innovation, which is the differentiating factor of sustainable growth, in this research the facilitating and hindering factors of the creation and

development of new ideas (innovation) in an accounting area. *Method:* The research was carried out through a descriptive qualitative study. The design of the research is a case study based on semi-structured interviews with five collaborators from the accounting area of a private company in the city of Yumbo with more than one year of work within the

organization. *Results:* The data obtained allowed us to understand that the teams in the accounting area have a perception of the creation and development of new ideas as a necessary process for their personal and professional growth, which brings with it challenges

such as interaction with interdisciplinary teams which They will help in the process of acquiring the technical-operational knowledge necessary to achieve better results, administratively with the acquisition of new functions and the development of these in a

satisfactory way and in harmony with their daily activities. *Conclusions:* The personal and organizational benefits that the creation and development of new ideas in the accounting area bring with it, it is possible to demonstrate the important efforts at all levels of the organization

that a process like these entails and how some can be faced from the correct leadership and alignment within the organization.

Keywords: facilitating factors, impeding factors, accounting area, innovation

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
1. OBJETIVOS	9
1.1. OBJETIVO GENERAL	9
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2. MARCO DE REFERENCIAS CONCEPTUALES	10
2.1. ANTECEDENTES	10
2.2. INNOVACIÓN: UNA APROXIMACIÓN A SU DEFINICIÓN	13
2.3. TIPOS DE INNOVACIÓN	14
2.4. INNOVACIÓN RADICAL E INCREMENTAL	15
2.5. INNOVACIÓN ABIERTA	15
2.6. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN	16
2.7. LIDERAZGO PARA LA INNOVACIÓN	17
2.8. INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS	18
2.9. DETERMINANTES DE LA INNOVACIÓN	19
2.10. CAPACIDADES INTERNAS	19
2.11. FACTORES EXTERNOS	21
2.12. COMPORTAMIENTO INNOVADOR	21
2.13. COMPORTAMIENTO INNOVADOR Y ÁMBITO DE TRABAJO	23
3. METODOLOGÍA	26
3.1. TIPO DE ESTUDIO	26
3.2. SUJETOS/PARTICIPANTES	26
3.3. INSTRUMENTOS	27
3.4. PROCEDIMIENTO	27
4. RESULTADOS	29

4.1. FACTORES FACILITADORES ORGANIZACIONALES DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN)	30
4.2. FACTORES OBSTACULIZADORES DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN).....	32
4.3. CONSECUENCIAS ORGANIZACIONALES POSITIVAS DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN EL ÁREA CONTABLE.....	34
4.4. CONSECUENCIAS ORGANIZACIONALES NEGATIVAS DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN EL ÁREA CONTABLE.....	36
5. CONCLUSIONES	37
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS.....	1

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Relación entre objetivos y categorías de rastreo de la información	26
Tabla 2	Datos de la caracterización de lo sujetos	29

INTRODUCCIÓN

El entorno competitivo actual y el cambiante entorno tecnológico están llevando a las organizaciones y a las personas a ser cada día más competitivas en todos los aspectos, más aún cuando se habla de la *cuarta revolución industrial*, conocida también como *industria 4.0*, y se tiene acceso a avances tecnológicos que facilitan procesos de automatización y eficiencia en muchas empresas.

Tecnologías como *big data*, *internet of things*, *cloud computing* e inteligencia artificial, entre otras, son un desafío para las organizaciones, pues, aunque son tecnologías que están al alcance de todos, tienen procesos de implementación y adopción que en gran parte involucran aspectos culturales dentro de la organización, lo que se convierte en todo un reto para convertir dichas tecnologías en un verdadero impulsor del crecimiento empresarial.

Las organizaciones ven cada día más la innovación desde todos los ángulos, y cada vez involucran más diferentes actores, con el fin de crear ecosistemas colaborativos de innovación, en los que, de manera organizada, confluyen la empresa privada, el sector educativo y el sector público; además, buscan que tanto las líneas productivas como las administrativas sean generadoras de ideas de cambio, en las cuales las ideas de cambio más que ser generadoras de productos, le aportan a la mejora de los procesos, para convertirlos en fuentes de ahorros y en diferenciadores frente a la competencia. Por tanto, con el apoyo de diferentes acciones las empresas buscan que sus colaboradores incorporen una cultura de innovación desde las fortalezas individuales apoyadas en sus líderes organizaciones.

Es también de resaltar que las organizaciones son cada día más conscientes de la creación de nuevos cargos que apalanquen el crecimiento tecnológico e innovador no solo desde lo operativo sino desde habilidades de análisis, pensamiento crítico, resolución de problemas entre otros, esto siendo todo un reto para el sostenimiento y crecimiento de un verdadero cambio que respalde la adopción de la *cuarta revolución industrial*, o *industria 4.0*. Se evidencia entonces la necesidad de incorporar procesos y una cultura de innovación en todos los niveles de una organización, para así fortalecer la importancia que tiene adelantar una investigación que permita identificar los factores que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación en un área contable del sector privado.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores que facilitan y obstaculizan la creación y el desarrollo de nuevas ideas (innovación) en un área contable del sector privado en la ciudad de Yumbo.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores que facilitan la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) de naturaleza organizacional.
- Identificar los factores que obstaculizan la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) de naturaleza organizacional.
- Identificar consecuencias organizacionales positivas de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.
- Identificar consecuencias organizacionales negativas de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.

2. MARCO DE REFERENCIAS CONCEPTUALES

2.1. ANTECEDENTES

El siguiente apartado tiene como objetivo Identificar los factores que facilitan y obstaculizan la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en un área contable del sector privado en la ciudad de Yumbo. Para este fin se realizará una serie de encuestas que permitan la identificación del objeto de análisis teniendo como marco las siguientes categorías: *propósito general de la investigación, referentes conceptuales, tipos de estudio, sujetos participantes, técnicas de recolección de la información, tipo de diseño de investigación y principales resultados o hallazgos.*

En relación con el *propósito general de la investigación*, dentro de las investigaciones consultadas se evidencia la importancia de la innovación en las empresas. Afuah (1999) presenta a la innovación como: “conocimiento tecnológico y de mercado” que utiliza una empresa para desarrollar y brindar un nuevo producto o servicio a sus clientes; también considera que la innovación puede tener dos categorías: técnica o administrativa. Christensen (1999) considera a la innovación en estrecha relación con la palabra tecnología, y la describe en términos de los procesos por los cuales una organización transforma el trabajo, el capital, los materiales y la información que recibe, en productos y servicios de mayor valor para el cliente o el mercado. Gundling (2000) describe tres distintos tipos de innovación: el primer tipo es el más radical, pues se refiere a la innovación que da a luz a un nuevo negocio o industria; el segundo tipo se relaciona con innovaciones que crean una nueva posición competitiva o nicho en un mercado establecido; y el tercer tipo se asocia con la extensión de línea de producto, con aquellos productos y servicios que tienen un avance incremental. Valdés (2004) define así el concepto de innovación: “Innovación es el arte de crear algo nuevo, novedoso y original, colocarlo en un mercado y que el cliente esté dispuesto a pagar por ello” (p. 97). La innovación es un proceso sistémico alineado al cliente. Para que este proceso sea completo tiene que lograr un impacto en el mercado, y esto dependerá en gran medida de los niveles de la innovación, los cuales pueden ser: graduales o evolutivos, de

rompimiento o de arquitectura de nuevos modelos de negocio. Goleman, Kaufman y Ray (2009) describen la innovación empresarial como la creatividad en el lugar de trabajo, como una capacidad para la creación de nuevos productos y de mejores servicios para sus clientes; una capacidad para introducir innovaciones en la administración mejorando los métodos de distribución o aplicando ideas nuevas para financiar el negocio. Trías de Bes y Kotler (2011) hacen la siguiente afirmación: “Por innovación debe entenderse también el desarrollo de una cultura innovadora en la empresa, la cual hará posible que produzca y ponga en el mercado una corriente continua de innovaciones menores o marginales” (p. 217). Según los planteamientos de dichos autores, se pueden observar elementos comunes, tales y como la generación de nuevos productos y(o) servicios que generen valor para el cliente, pero también se observan autores tales y como Trías de Bes y Kotler (2011) involucran el concepto de cultura innovadora, donde adquieren importancia las estructuras organizacionales que ayudan a gestionar el conocimiento de los colaboradores (Guan & Ma, 2003).

En relación con *tipos de estudio y tipo de diseño*, al tratarse de un tema relacionado en mayor parte con personas, se encuentra dentro de las investigaciones una constante de estudios cualitativos (Morales, Ortiz y Arias, 2012; González, Jiménez y Sáez, 1997; Ávila y Alarcón, 2014; González y otros, 2014; Gamboa, 2015), a diferencia de la investigación de Acuna y Castillo (2018), que analiza las barreras a la innovación desde un estudio cuantitativo.

Si bien los diferentes estudios coinciden en la importancia de la innovación, se encuentran diversos análisis destinados a identificar barreras o limitantes en la innovación, algunos hechos desde el factor tamaño de la empresa y los costos (Morales y otros, 2012; González y otros, 1997; Acuna y Castillo, 2018), otros desde los equipos de colaboradores, los sistemas de reconocimiento y el tipo de liderazgo (Ávila y Alarcón, 2014; González y otros, 2014), y otros desde la importancia de un autoanálisis para identificar relaciones colaborativas (Díaz, 2005).

En relación con los *sujetos participantes*, para este marco teórico la principal búsqueda de información se hizo alrededor de empresas latinoamericanas (Morales y otros, 2012; González y otros, 2014; Acuna y Castillo, 2018), y se encontró que gran parte de las investigaciones se han desarrollado en empresas chilenas, pues este país es considerado como

una potencia en Latinoamérica en los temas de innovación. Estos estudios no hacen referencia a personas o grupos de colaboradores en especial.

Además de empresas latinoamericanas, se incluyen en menor proporción investigaciones de empresa europeas, en especial de Barcelona (Díaz, 2005), donde es importante el acompañamiento que el Estado les hace a procesos de innovación en las empresas privadas. En estas investigaciones también se toma como eje central la empresa, y no hacen referencia a grupos específicos de personas dentro de estas (Díaz, 2005).

En lo que se refiere a *instrumentos de recolección de información y análisis*, los más utilizados son los análisis cuantitativos, los cuales están presentes en todas las investigaciones referenciadas (Morales y otros, 2012; González y otros, 1997; Acuna y Castillo, 2018; Ávila y Alarcón, 2014; González y otros, 2014; Díaz, 2005).

En cuanto a *principales conclusiones y resultados* de las investigaciones, encontramos análisis empresariales donde se puede evidenciar que la innovación es un factor diferenciador de las empresas (Morales y otros, 2012). Estos análisis nos proporcionan ángulos importantes de análisis que nos permiten identificar algunos factores, motivaciones y obstaculizadores para los colaboradores (Morales y otros, 2012), que son la mayor fuente de innovación en la empresa; además, nos permite identificar algunos tipos de innovación (González y otros, 1997) y hacer diagnósticos al interior de cada compañía, para determinar su grado de madurez e identificar oportunidades de asociación con otras empresas (Díaz, 2005), y nos brindan herramientas que facilitan incorporar la innovación en las empresas a partir de desencapsular la visión de los problemas y de tener una mirada global de la organización (Gamboa, 2015).

Como *conclusión*, se puede evidenciar que los estudios referenciados han analizado la organización como un todo, sin hacer una separación de análisis entre sus departamentos internos y(o) sus áreas. Esto, sin duda, es una buena fuente de información, pues permite identificar tanto algunos factores generales de éxito como barreras de la innovación; sin embargo, estos estudios son muy generales y no han sido aplicados a un área como la contable, por lo que se concluye que esta variable tiene mucho potencial de estudio y de aporte a la situación económica actual, al considerarse esta área como transversal y de presencia casi obligatoria en todas las organizaciones. Por lo anterior, se considera pertinente realizar un trabajo investigativo que responda a la pregunta acerca de cuáles son los factores

que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación en un área contable de una empresa privada de la ciudad de Yumbo.

2.2. INNOVACIÓN: UNA APROXIMACIÓN A SU DEFINICIÓN

La innovación ha estado presente a lo largo de la historia en las diferentes etapas del desarrollo de las civilizaciones, como consecuencia de la característica inherente a las personas, de pensar en forma novedosa con el objetivo de mejorar sus actividades. En la actualidad, la sociedad cuenta con medios de transporte avanzados (tren, aviones, barcos), medios de comunicación (internet, radio, satélites), aparatos eléctricos (electrodomésticos) y dispositivos electrónicos (computadores personales, teléfonos móviles de última tecnología, libros y cámaras digitales), que corresponden a innovaciones recientes en la escala de tiempo de la evolución tecnológica y cultural del hombre, como lo fueron en el pasado la rueda, la agricultura, el alfabeto y la imprenta, reconocidos como innovaciones en el momento de su aparición, que se han establecido como parámetros del desarrollo de la sociedad y, por tanto, de la economía (Fagerberg, 2005). La rapidez de los cambios tecnológicos y la creciente competencia global convierten en esencial la habilidad de las organizaciones para desarrollar ambientes, productos y servicios innovadores, como un factor determinante para obtener resultados positivos a largo plazo (Hitt, Hoskisson & Kim, 1997; Porter, 1990). El desarrollo continuo de la innovación y la economía surge por la evolución de la globalización, por lo que las empresas están inmersas en un ambiente de competitividad internacional en continua evolución. De acuerdo con el *Manual de Oslo* (Oecd, 2005), los niveles de información y los avances tecnológicos hacen que el conocimiento sea considerado un factor determinante para la innovación y, por tanto, para el crecimiento económico.

Las investigaciones en innovación adquieren mayor importancia por el vínculo con el desarrollo económico, que a partir de la segunda mitad del siglo XX ha tenido un notable incremento como consecuencia del fenómeno de la globalización (Fagerberg, 2005). El mercado global actual se caracteriza por profundos cambios sociales, económicos y tecnológicos, en donde la innovación les facilita a las empresas el proceso de adaptación a

muchos de estos cambios, y permite la consolidación de la economía a través del sostenimiento y la mejora del alto rendimiento de las empresas y el impulso de la competitividad industrial (Damanpour, Walker & Avellaneda, 2009; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Jansen, Van Den Bosch & Volberda, 2006). El crecimiento económico a través desarrollo de los países y las regiones ha incrementado el valor de la innovación como factor de medición de las condiciones que lo propician.

El enfoque de la innovación desde los recursos de la organización es otra forma de analizar la innovación consiste en la observación de los recursos con los que cuentan las organizaciones para el desarrollo de sus actividades. En este contexto se encuentra la teoría de la dependencia de los recursos (Pfeffer & Salancik, 2003), que hace énfasis en el rol de las “decisiones administrativas” en la relación de la organización y su entorno, siendo una respuesta a las limitaciones que ofrece el ámbito de acción como la escasez de recursos, las demandas de los clientes, proveedores y/o acreedores. Por otra parte, está la teoría de la visión basada en los recursos de las organizaciones, dirigida a la variedad de recursos y capacidades existentes en la empresa y que señala la importancia de los recursos escasos, valiosos, no sustituibles e inimitables de la empresa en el desarrollo de las capacidades que caracterizan la eficacia de su gestión (Barney, 1991; Bryson, Ackermann, & Eden, 2007). Lo anterior, sugiere que los recursos complementarios (definidos como los bienes necesarios para la obtención de ventajas competitivas) y las capacidades contribuyen a que una organización obtenga beneficios de la innovación (Christmann, 2000), incrementando la influencia positiva de la innovación en las actividades del negocio y sus resultados (Damanpour y otros, 2009).

2.3. TIPOS DE INNOVACIÓN

Christensen (1999), a partir de su investigación en empresas norteamericanas ha gestado el concepto conocido como *innovación disruptiva*. La innovación disruptiva se da en las empresas que tienden a innovar con mayor rapidez que el ritmo al que evolucionan las necesidades de los clientes. Christensen observa que con el tiempo la mayoría de las

organizaciones llegan a elaborar productos o servicios que son demasiado sofisticados, caros o complicados para muchos clientes de su mercado. Ante esta situación, otra organización desarrolla nuevos productos que implican cambios radicales en su tecnología. Los elementos más relevantes considerados en la teoría de la innovación disruptiva son: la estrategia hacia la innovación en un mercado de competencia; el mercado y el perfil de clientes; los principios y proceso de desarrollo de la innovación en la empresa; la administración de las innovaciones y el proceso de asignación de recursos; la estructura organizacional y los roles de la alta administración.

2.4. INNOVACIÓN RADICAL E INCREMENTAL

Desde el punto de vista de los cambios introducidos en las organizaciones mediante la innovación, los investigadores han establecido la existencia de un tipo de innovación radical que da lugar a cambios fundamentales en las actividades de una empresa respecto a las prácticas habituales, a través del desarrollo de nuevas habilidades técnicas y comerciales, así como de nuevas formas de resolver problemas (Henderson & Clark, 1990); y por otra parte, está el tipo de innovación incremental que corresponde al manejo constante de las prácticas habituales que busca la mejora continua de las capacidades existentes en la organización (Damanpour, 1996; Ettlie, Bridges & O'Keefe, 1984; Gopalakrishnan & Damanpour, 1994).

2.5. INNOVACIÓN ABIERTA

En relación con la dinámica de los mercados y las relaciones derivadas de estos ha surgido la teoría de la innovación abierta, que consiste en el uso intencional de ideas internas y externas por parte de las empresas, con el fin de acelerar la innovación interna y de ampliar el uso de la innovación en el ámbito de los mercados (al nivel externo de la empresa) (Chesbrough, 2006). La innovación abierta señala que el uso de las ideas internas también

puede llevarse al mercado a través de canales externos, por fuera del desarrollo de los negocios actuales de la empresa, para generar un valor adicional (Chesbrough, 2006). Mientras que la innovación abierta puede clasificarse de entrada, cuando se hace referencia al uso interno de conocimiento externo, la innovación abierta de salida corresponde a la explotación del conocimiento interno en un ámbito externo (Huizingh, 2011). La aplicación de la innovación abierta está relacionada con tres procesos del conocimiento: exploración, retención y explotación, que se pueden desarrollar simultáneamente dentro o fuera de los límites de la empresa (Lichtenthaler & Lichtenthaler, 2009). El crecimiento complejo de las bases del conocimiento para la innovación significa que incluso las grandes empresas dependen en gran medida de fuentes externas en su actividad innovadora (Granstrand, Patel, & Pavitt, 1997). Por tanto, para las empresas innovadoras, grandes o pequeñas, es necesario incrementar la absorción del conocimiento (Cohen & Levinthal, 1990). La conducta de lo no inventado es una característica conocida por las empresas, sin importar su tamaño. Podría decirse que esto revela el carácter acumulativo e integrado del conocimiento de una empresa determinada. Las empresas dependen del desarrollo de su conocimiento para hacer las cosas de forma incremental, y ese conocimiento se compone de experiencias que se generan a través de la práctica organizativa (Nelson & Winter, 1982). En cuanto a las empresas de servicios, Chesbrough (2011) señala que la innovación abierta funciona de forma diferente; en parte, por la interactividad existente con el cliente en la producción y entrega del servicio y, en parte, por el hecho de que pocas empresas tienen operaciones de I+D en las actividades que desarrollan. Además, en múltiples oportunidades el cliente necesita participar en el proceso de innovación para retroalimentar la experiencia de la empresa, y, por tanto, en sus instalaciones se requieren personas que tengan conocimiento especializado. Estos son factores necesarios para la práctica de la innovación abierta.

2.6. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

Las crisis económicas mundiales forjaron sistemas de producción alternativos y diferentes a la producción en cadena, los llamados sistemas fordistas, e impulsaron procesos de innovación en los que no necesariamente las actividades de I+D son los que generan la

innovación. De este modo las actividades de gestión, administración, implementación y comercialización que impulsan los nuevos desarrollos pasaron a considerarse no solo como actividades de innovación, sino como en sí mismas como innovaciones. De la misma manera, se introdujo la innovación en los planes estratégicos a través de un análisis más profundo, de adopción, implementación y adaptación de los diferentes procesos.

Con lo anterior, el impacto económico y social de las innovaciones también se empieza a examinar no solo en cuanto a su resultado, sino a la forma en que se crea tanto el efecto y el alcance en el sistema económico como el cambio de paradigmas en cuanto al desarrollo y apropiación tecnológica, y los factores económicos se redefinen para abrir un nuevo ámbito hacia el campo social (Cepal, 2009; Drucker, 1991). En esta nueva etapa, tal y como lo afirman Krüger (2000) y Benavides (2010), los procesos de innovación ya no se configuran como procesos independientes que efectúa la empresa de manera aislada, sino que se empieza a trabajar en redes, junto con otras empresas, centros de investigación e institutos de formación.

2.7. LIDERAZGO PARA LA INNOVACIÓN

La teoría de la alta jerarquía (Hambrick & Mason, 1984) tradicionalmente se ha usado para conectar las características y comportamientos de los miembros del equipo directivo con los resultados de las organizaciones; sin embargo, esta teoría no puede abarcar las herramientas de gestión y los procesos de negocio. En este contexto, los líderes son fundamentales para orientar y fomentar la promoción de iniciativas innovadoras, al interactuar de forma continua y efectiva con los miembros del equipo (West y otros, 2003). Las habilidades de los líderes, así como la variedad y complejidad de sus conocimientos, el autocontrol (Hunt, Stelluto & Hooijberg, 2004) y el pensamiento creativo (Mumford y otros, 2002) son elementos importantes para crear las condiciones necesarias para implementar la innovación (Mumford & Licuanan, 2004). La teoría de la alta jerarquía propone que el comportamiento de los líderes está en función de sus valores, experiencias y rasgos de la personalidad (Hambrick & Mason, 1984). En el camino hacia la creación de iniciativas, los líderes deben poseer

experiencia técnica y profesional, destrezas creativas y capacidad de procesar información compleja (Mumford y otros, 2002). De la misma forma, deben tener la motivación necesaria para ejercer sus habilidades, y esta depende parcialmente de la percepción que tengan acerca de las amenazas y las oportunidades del entorno (Sternberg, Kaufman & Pretz, 2003).

2.8. INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

A través de los tipos de innovación descritos por la literatura se puede observar la forma como surge la innovación. A lo largo del tiempo, las investigaciones relacionadas con los distintos tipos de innovación han seguido un imperativo tecnológico, por lo que se entiende que las empresas organizan sus esfuerzos de innovación a través de actividades de I+D (Damanpour y otros, 2009). De esta forma, se encuentra una asociación estricta entre los productos y los procesos de innovación y las funciones de I+D en las industrias manufactureras. En este contexto, los investigadores han advertido que existen diferencias entre las actividades de las empresas de manufactura y de servicios y la importancia del desarrollo de modelos de innovación para la industria de servicios (Gallouj & Weinstein, 1997; Miles, 2001), donde es una diferencia esencial el hecho de que mientras en la industria manufacturera se producen bienes materiales, en las empresas de servicios los productos son bienes intangibles y “no-tecnológicos” (Sundbo, 1997). La amplia variedad de productos de las empresas de servicios dirigen a los investigadores hacia una búsqueda continua de los elementos que permitan describir los procesos de innovación en la prestación de los servicios. En este sentido, se ha señalado que es necesario que las investigaciones dediquen mayor atención a las empresas de servicios que no tienen actividades de desarrollo tecnológico (Gallouj, 2002; Salter & Tether, 2006), para así identificar de una forma diferente la innovación en las empresas manufactureras, las cuales en su mayoría recurren a los avances de la tecnología para medir sus niveles de innovación (Drejer, 2004; Sundbo, 1998)

2.9. DETERMINANTES DE LA INNOVACIÓN

Las investigaciones en innovación, además de clasificar y establecer tipos de innovación, han dirigido sus contenidos a la búsqueda de la forma como se origina la innovación. se han realizado análisis de la producción literaria en materia de innovación, fijando un esquema de las teorías encontradas y de las dimensiones y aspectos determinantes de la innovación.

Con el fin de alcanzar una mayor comprensión del fenómeno de la innovación, a continuación se presentan los aspectos determinantes de la innovación extraídos de la literatura existente recopilada por Crossan y Apaydin, que estructuraron en tres conceptos meta-teóricos: liderazgo en la innovación, facilitadores de la gestión y procesos de negocio. Cada concepto se fundamenta en una teoría distinta: el liderazgo en la innovación utiliza la teoría de alta jerarquía (Hambrick & Mason, 1984), los facilitadores de gestión se apoyan en la teoría de las capacidades dinámicas, y los procesos de negocios, en la teoría de los procesos. Los líderes implementan estrategias deductivas de innovación (Regnér, 2003) a través de facilitadores directos, tales y como decisiones y acciones tomadas por los líderes para proporcionar resultados en innovación. La investigación de las capacidades dinámicas (Eisenhardt & Martin, 2000; Prahalad & Hamel, 1990; Teece, Pisano & Shuen, 1997) se relaciona con los recursos de las organizaciones, pero no alcanza a incorporar plenamente el rol de la investigación y de cómo los procesos organizativos transforman insumos en resultados, por lo que este aspecto es del dominio de la teoría de los procesos organizativos (Engestrom, 1993; Van De Ven & Scott, 1995).

2.10. CAPACIDADES INTERNAS

Malaver y Vargas (2011) definen una capacidad como lo que una empresa puede hacer, como producto de procesos de aprendizaje y conocimiento acumulado, de manera formal e informal, que tendrá como resultado un conjunto de procedimientos que buscan determinados

objetivos. En el caso específico de la innovación, de acuerdo con Malaver y Vargas (2011), estas capacidades se entienden como las habilidades para mejorar significativamente o para crear nuevos productos, procesos, métodos de *marketing* y organización. Sin embargo, estas habilidades deben complementarse con la estructura empresarial que facilite su desarrollo y aplicación, pues la combinación tanto de las capacidades estructurales de la organización como de la gestión de esos activos intangibles le permite a la empresa llegar a ser innovadora (Balthasar y otros, 2000; Guan & Ma, 2003).

Como lo indican Guan y Ma (2003), el concepto de capacidades abarca las organizacionales o estructurales propias de la empresa y las personales o directivas, que, de acuerdo con Lugones, Gutti y Le Clech (2007), se pueden entender como habilidades de los agentes que participan en el proceso de creación de ideas, la transformación de los conocimientos genéricos en específicos y la creación de la innovación.

Dentro de estas capacidades también se contemplan las actitudes de los individuos hacia el emprendimiento, la toma de riesgos, la toma de decisiones, la experiencia, el nivel de educación y, en general, los procesos de aprendizaje y transformación del conocimiento tácito y explícito, que, junto con el entendimiento del entorno, logran transformar el conocimiento en procesos de innovación (Yoguel & Boscherini, y Bocherini, 2001). Como parte de las capacidades estructurales se pueden encontrar los procesos de producción, mercadeo, investigación y desarrollo, mantenimiento, planeación estratégica, gestión tecnológica y desarrollo de la estructura organizacional; dichos factores sirven como herramientas para aplicar, transformar y gestionar el conocimiento (Guan & Ma, 2003).

Finalmente, otro factor interno de la organización es su capacidad tecnológica que, tal y como afirman (Guan & Ma, 2003), corresponde a las habilidades para desarrollar productos que satisfagan los mercados nuevos, la aplicación de tecnologías apropiadas para producir estos nuevos productos y adoptar o desarrollar nuevas tecnologías de producto y proceso para satisfacer las necesidades futuras.

2.11. FACTORES EXTERNOS

De acuerdo Malaver y Vargas (2011), los factores externos se entienden como las características sectoriales, el desarrollo institucional y las políticas de apoyo existentes, y que son condición principal para facilitar el desarrollo de las capacidades internas de las organizaciones.

Al interior de los sistemas de innovación estos factores se entienden como las relaciones entre un grupo de organizaciones e instituciones; las primeras relaciones, son empresas privadas, organizaciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, universidades, empresas capitalistas de riesgo, sistema financiero, asociaciones, etc. Las segundas relaciones, se consideran como las reglas del juego que comprenden las leyes y reglamentos, patrones socioculturales, normas técnicas y patrones de direccionamiento. El producto de esas relaciones entre organizaciones e instituciones genera impacto directo en la empresa como agente residual del sistema, e influye directamente en sus capacidades internas de innovación (Vargas, 2005).

2.12. COMPORTAMIENTO INNOVADOR

El dinamismo de los mercados hace que los cambios tecnológicos y la globalización impulsen ajustes constantes en las organizaciones, donde se hace necesario el comportamiento innovador para garantizar las ventajas competitivas (Noefer y otros, 2009). El comportamiento innovador surge como un elemento de análisis del rendimiento y el desempeño de las empresas, a partir de las aptitudes y habilidades demostradas por sus empleados en el ámbito de trabajo (Janssen & Van Yperen, 2004; Nederveen y otros, 2010; Noefer y otros, 2009; Pundt, Martins & Nerdinger, 2010; Yuan & Woodman, 2010). El interés de los investigadores por el comportamiento innovador se ha incrementado notoriamente, a partir de la década de los noventa existe un alto nivel de producción literaria, y ha tenido un mayor ritmo de crecimiento desde el 2007. Los estudios sobre comportamiento innovador han estado relacionados con los siguientes contenidos, en su orden de evolución:

el ámbito de trabajo (Janssen & Van Yperen, 2004; Janssen, 2000, 2004; Scott & Bruce, 1994; Van der Vegt & Janssen, 2003; Yuan & Woodman, 2010), el desarrollo de las habilidades de los empleados en la generación e implementación de ideas (Noefer y otros, 2009; Yuan & Woodman, 2010), la influencia del liderazgo (Nederveen y otros, 2010) y el compromiso de los empleados en la ejecución de sus tareas (Slåtten & Mehmetoglu, 2011a; 2011b).

Las definiciones del comportamiento innovador propuestas por diferentes investigadores se han enfocado a partir de perspectivas diferentes, sin que se haya logrado alcanzar un consenso definitivo. Algunos autores como Yuan y Woodman (2010) han tomado el contenido del concepto de innovación de West y Farr (1989), y sobre esta base definen así el comportamiento innovador:

La introducción intencional del empleado en la aplicación de nuevas ideas, productos, procesos y procedimientos en el rol del trabajo, el puesto de trabajo o dentro de la estructura de la organización, teniendo como ejemplos de ese comportamiento la búsqueda de nuevas tecnologías, la sugerencia de nuevos caminos para alcanzar los objetivos, la aplicación de nuevos métodos de trabajo y la investigación y obtención de recursos para la implementación de nuevas ideas. (p. 178).

Esta definición hace referencia a un comportamiento complejo, que corresponde tanto a la generación como a la implementación de ideas nuevas. Por otra parte, Janssen (2000), de acuerdo con los argumentos de West y Farr (1989), define el comportamiento innovador en el trabajo como: “La creación intencional, la introducción y aplicación de nuevas ideas dentro del rol de trabajo, del grupo y de la organización, con el fin de obtener beneficios para los mismos” (p.). Janssen advierte, además, que la definición está restringida a los esfuerzos intencionales para obtener resultados novedosos y beneficiosos. De acuerdo con Van Rijnsoever, Meeus y Donders (2012), el comportamiento innovador es un tipo de conducta en la que un individuo intenta hacer algo nuevo. Asimismo, se ha señalado que el comportamiento innovador en el trabajo se compone de cuatro dimensiones relacionadas entre sí: exploración, generación, defensa e implementación de ideas (De Jong & Den Hartog, 2010). De igual manera, Kanter (1988) y Scott y Bruce (1994), sin elaborar una definición específica, argumentan que el comportamiento innovador es un proceso de múltiples etapas,

entre las que se encuentran el reconocimiento de problemas y la generación de ideas o de soluciones.

2.13. COMPORTAMIENTO INNOVADOR Y ÁMBITO DE TRABAJO

El lugar de trabajo permite obtener un conocimiento detallado de la situación de la empresa tanto a nivel estratégico como operativo. Es así como el ámbito de trabajo se convierte en el campo de acción en el cual se manifiesta cualquier habilidad, destreza o competencia de los empleados para generar o incrementar la implementación del comportamiento innovador. En consecuencia, una de las razones más importantes para que las personas innoven en su lugar de trabajo es la obtención de ganancias por su rendimiento (Yuan & Woodman, 2010). Las organizaciones dependen del conocimiento, la creatividad y el compromiso innovador de sus empleados (Pundt y otros, 2010); sin embargo, las relaciones entre los empleados y las organizaciones se caracterizan por la presencia de intereses divergentes (Torrington, Hall & Taylor, 2005). Mientras que los empleados tienen un interés principal en su trabajo individual: la seguridad de recibir su salario y el desarrollo de sus perspectivas profesionales, así como el hecho de ser valorados por la organización, en las organizaciones en cambio los intereses se enfocan en la productividad, las ventas y la competencia en los mercados (Organ, Podsakoff & MacKenzie, 2006). Frente a la dualidad entre los intereses de la empresa y los de los empleados no se puede asumir que la creatividad y la innovación siempre coinciden con los intereses de los empleados. Por tanto, las organizaciones, a través de la gestión de la innovación, tienen que encontrar la forma de reducir la brecha entre los intereses divergentes de los empleados y los de la empresa, para así motivar entre sus empleados el comportamiento innovador (Pundt y otros, 2010). Como ejemplo, se observa que las empresas a través de sistemas de recompensas intentan fomentar la creatividad o el comportamiento innovador entre sus empleados (Leach, Stride & Wood, 2006). La conducta de los empleados y, por tanto, el seguimiento de sus intereses, se relaciona con el respaldo que les dan las empresas (recursos físicos, reconocimiento, valoración) y la forma como este respaldo es percibido por los empleados. Lo anterior conduce a un sentimiento de obligación entre los empleados que hacen contribuciones relevantes de innovación a la organización,

por lo que, conforme el sentimiento de obligación sea más notorio, el comportamiento innovador se mostrará en mayor medida, sobre la base de un compromiso recíproco entre las partes (Pundt y otros, 2010). En el ámbito del trabajo el comportamiento innovador de los empleados también puede verse afectado por las expectativas que estos tengan frente al desempeño del trabajo y a su imagen dentro de la organización (riesgos y ganancias). Los resultados relacionados con el estudio de los riesgos y las ganancias se han obtenido a través de procesos psicológicos que utilizan variables tales y como la percepción del soporte organizativo (aceptación/negación, por parte del empleado, de la existencia del apoyo de la empresa para innovar), la calidad de la relación empleado supervisor (nivel de comunicación), la capacidad de innovación como requisito para el trabajo (establecimiento de requerimientos para los puestos de trabajo por parte de las empresas), la imagen de los empleados como innovadores y la insatisfacción individual con el *statu quo* (sentimientos percibidos por los empleados) (Yuan & Woodman, 2010). La expectativa de beneficio que el empleado percibe es un elemento de motivación para generar comportamientos innovadores; sin embargo, una imagen potencial de riesgos limita la capacidad de innovación de los empleados (Yuan y Woodman, 2010). De esta forma, un empleado podría escoger entre cambiar su actitud o dejar pasar la situación sin su intervención, en la medida en que busque lo socialmente apropiado o advierta una evaluación social negativa. Esta tendencia, que consiste en evadir la imagen de riesgos, representa el motivo de una actitud de autoprotección o defensa. Asimismo, los empleados podrían generar comportamientos innovadores como un esfuerzo deliberado para mejorar la imagen a través de la sugerencia de nuevas ideas a sus superiores jerárquicos, con el fin de aparecer conscientemente competentes, y con su actitud innovadora buscarían obtener una ganancia de su imagen ante la empresa (Yuan & Woodman, 2010).

Un ambiente organizativo adecuado para la innovación, tal y como lo proponen Scott y Bruce (1994), proporciona expectativas e instrumentos para que los empleados comprendan que ser innovadores es una imagen deseable, al mismo tiempo que demuestra que su participación es activa en el desarrollo del comportamiento innovador, y que, por tanto, reciben la aprobación de sus compañeros de trabajo y sus supervisores (Yuan & Woodman, 2010). Los empleados de una organización con un respaldo sólido en innovación pueden percibir su comportamiento innovador como un beneficio que proporciona mejoras en su desempeño,

por lo que los canales de comunicación son necesarios para demostrar que creer en la innovación puede hacer más eficiente y exitosa a la organización (Yuan & Woodman, 2010). Estos valores y creencias, una vez arraigados en la cultura de la empresa, podrán transmitirse y ser interiorizados por los empleados a través de procesos de socialización, y alcanzar un buen nivel de rendimiento en sus labores (Chatman, 1991; Harrison & Carroll, 1991). La relación entre los supervisores y los empleados juega un papel importante en este intercambio de valores y creencias, al estar vinculada con los resultados del desempeño y de la imagen en el proceso de innovación. De esta forma, cuando la relación con los supervisores es buena se obtiene un mayor grado de confidencialidad, lo cual generará ganancias en el desempeño y eficiencia en las tareas, como respuesta al sentimiento de confianza que permitirá obtener una evaluación favorable y positiva de las ideas propuestas (Yuan & Woodman, 2010). Además del respaldo de la organización para innovar, se observa que la capacidad de innovación en el trabajo depende de las labores que se desempeñen; así, cuando el trabajo es exigente, las personas sienten que la adopción e implementación de ideas innovadoras beneficiarán su labor. De esta forma, si la percepción de beneficio se incrementa con la confianza (resultado de la comunicación y el respaldo de la organización), las ideas surgidas bajo esa influencia se considerarán como válidas y bien fundamentadas (Yuan y Woodman, 2010).

Conforme lo anterior, los empleados que se desempeñan en roles que no requieren capacidad de innovación podrán verse menos motivados a aplicar nuevas ideas, por no considerarlas útiles en su trabajo. La condición de satisfacción en el trabajo sirve para justificar las acciones de innovación, aumentar también las ganancias y reducir la imagen de riesgos (Yuan & Woodman, 2010). Es importante resaltar que la percepción del beneficio obtenido por el empleado en la ejecución de su rol, así como del apoyo que recibe de la organización (por ejemplo, buen nivel de comunicación con los supervisores, conocimiento de los objetivos, visión y estrategia de la organización), se generan en la medida en que el empleado mantiene un nivel de compromiso en su rol. En consecuencia, el empleado tiene la posibilidad de evaluar su situación y hacer un balance de sus intereses, para responder con actitudes innovadoras (Slåtten & Mehmetoglu, 2011a; 2011b).

3. METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE ESTUDIO

Se plantea desarrollar el presente estudio usando un *tipo de análisis de método cualitativo* orientado desde un *tipo de diseño estudio de caso*, debido a que se busca identificar factores que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación. Las investigaciones de este tipo son usadas cuando se intenta describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (Rosario y Castaño, 2012), con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos, así como el descubrimiento de relaciones causales, pero evita asumir constructos o relaciones *a priori*.

En relación con el *tiempo*, esta investigación se categoriza como *transversal* debido a que se lleva a cabo en un lapso específico; es decir, la recolección de los datos se efectúa en una sola etapa, y no habrá una continuidad en el tiempo.

El *tipo de profundidad* es *descriptivo*, ya que se recolecta información referente a la percepción de los colaboradores del área de contabilidad de una empresa privada, con el fin de entender los facilitadores y obstaculizadores de la innovación, sin alterar o intervenir en el fenómeno estudiado.

3.2. SUJETOS/PARTICIPANTES

Los sujetos que participan en la investigación son colaboradores del área contable de una empresa privada de la ciudad de Yumbo. La muestra fue seleccionada de manera intencional, cumpliendo con los siguientes criterios: colaboradores que tengan más de un año de trabajo

en el área contable de la empresa en mención. Para este ejercicio no se tienen en cuenta ni el género ni la edad de las personas.

3.3. INSTRUMENTOS

La recolección de la información se hizo a través de entrevistas semiestructuradas que respondieran a las categorías de análisis que se presentan a continuación en la tabla 1.

Tabla 1

Relación entre objetivos y categorías de rastreo de la información

Objetivos específicos	Categorías de rastreo/análisis de datos
Identificar los factores que facilitan la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) de naturaleza organizacional.	Facilitadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación).
Identificar los factores que obstaculizan la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) de naturaleza organizacional.	Obstaculizadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación).
Identificar consecuencias organizacionales positivas de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.	Consecuencias positivas organizaciones de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.
Identificar consecuencias organizacionales negativas de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.	Consecuencias negativas organizaciones de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.

3.4. PROCEDIMIENTO

La investigación se llevó a cabo en tres etapas que se describen a continuación.

- *Etapas 1.* La primera etapa del proyecto fue de reflexión en torno al objeto de investigación, donde se logró definir la pregunta de investigación y los objetivos generales y específicos; además se efectuó una revisión documental que permitía hacer un preliminar del

estado del arte y del marco teórico, lo que permitió conocer las definiciones de innovación, los tipos de estudios que han sido desarrollados y los sujetos de investigación.

- *Etapa 2.* Se hizo una identificación de las categorías y subcategorías preliminares, se diseñó la encuesta que se iba a aplicar y se formularon las entrevistas exploratorias que buscaban responder los objetivos específicos.
- *Etapa 3.* Se hizo la tabulación y el análisis de las repuestas, las cuales serían el insumo para llegar a las conclusiones del trabajo de investigación y lograr responder los objetivos y el problema de investigación.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas a profundidad formuladas a cinco participantes del estudio. Inicialmente se presentan los datos sociodemográficos y sociolaborales que permiten caracterizar a los participantes. Posterior a esto se presentan los resultados, de acuerdo con las siguientes categorías: facilitadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación), obstaculizadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación), consecuencias positivas organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable, consecuencias negativas organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.

Para el análisis de cada una de estas categorías se tuvieron en cuenta los datos más relevantes agrupados en subcategorías, lo cual es sustentado de manera empírica a través de fragmentos de discurso que permiten evidenciar el hallazgo obtenido. En algunos de los casos se relaciona con el fragmento mencionado por un solo participante; sin embargo, en la mayoría de los casos el soporte se da con fragmentos mencionados por más de tres participantes, lo que permite tener un cierto valor de generalización y relevancia. Finalmente, se desarrolla la discusión de los resultados a partir de su análisis por categorías.

Los datos se obtuvieron de la aplicación de entrevistas en profundidad, y en términos generales se partió de algunos datos sociodemográficos y sociolaborales de los participantes (tabla 2). Se contó con la participación de 3 mujeres y 2 hombres, cuyas edades oscilaban entre los 27 y 47 años. Sus posiciones laborales están comprendidas todas en mandos medios, y dos de ellas, en mandos altos de la compañía, que reunían toda la característica de tener un equipo de trabajo a cargo y relacionado directamente con el proceso contable.

La antigüedad en el cargo de todos los participantes era mayor a 4 años. Su antigüedad en la empresa está entre 4 y 18 años, lo que permite tener acerca de esta un conocimiento y un entendimiento relevantes para la investigación. Los participantes tienen como carrera profesional de cabecera la de contadores públicos, por lo que se puede concluir que los estudios mínimos de los participantes es el pregrado, y solo una entrevista tiene posgrado.

Tabla 2*Datos de la caracterización de lo sujetos*

Dato	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5
Edad	29	53	50	37	27
Sexo	Masculino	Masculino	Femenino	Femenino	Femenino
Cargo	Analista de Contabilidad	Analista de Costos	Jefe de Información Contable	Jefe de Cuentas por Cobrar	Analista de Contabilidad
Antigüedad en el cargo (años)	7	8	7	6	4
Antigüedad en la empresa (años)	7	10	25	6	7
Nivel educativo	Posgrado	Pregrado	Pregrado	Pregrado	Posgrado
Profesión	Contador	Contador	Contador	Contador	Contador

4.1. FACTORES FACILITADORES ORGANIZACIONALES DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN)

Se obtuvo como principal resultado de facilitador interno el contar dentro del equipo de contabilidad no solo con conocimientos contables, sino también de otras áreas que permiten contar con un equilibrio que se vuelve facilitador para la creación y el desarrollo de nuevas ideas (innovación). En este sentido, así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 1:

Tener personal que tenga cierta preparación en tecnologías de información. Te lo llevo al caso personal: a mí qué me facilita de pronto, de coger e implementar o hacer mejoras dentro del área, cuando estaba ahí en cartera, que yo tenía conocimientos en desarrollo, o sea, sabía parte de información y sabía qué se podía llegar a tener y mejorar, y eso me facilitaba a mí ver cómo una tarea que era operativa, la podía automatizar hasta cierto grado y que, sin importar la cantidad de datos que tuviera que procesar, lo hiciera en el mismo tiempo, dándole prioridad a los temas de análisis.

Sujeto 2: “Básicamente es un conocimiento de Excel. Entre más conocimiento de Excel, le puedes sacar más provecho, y, por lo tanto, vas a poder generar información más rápidamente. Vas a poder llegar a unos resultados mucho más controlados”.

Sujeto 3: “Muchos ahora hacen la carrera de contabilidad y también tienen parte de su carrera de tecnología, son tecnólogos; yo soy tecnóloga de sistemas, y estudié contaduría”

Al analizar los resultados de los facilitadores externos obtuvo mayor factor lo estandarizado, que es la contabilidad. Esto es considerado un facilitador, pues nos ubica en un marco aceptado a nivel mundial. En este sentido, así lo manifestaron los entrevistado:

Sujeto 1:

Algo que facilita es la centralización de procesos. Normalmente, y es muy común, que tú recibas por cada nicho o cada negocio que se tenga un manejo especial. Entonces, al no tener políticas generales, eso hace que sea mucho más complejo hacer una innovación.

Sujeto 2:

Porque la contabilidad es muy pura. Vos lo que hacés es que decís: “uno más uno es dos”, y resulta que ese dos generalmente es comparable con otro dato de otra parte. Por ejemplo, yo genero un proceso con unos inventarios, y a la final el saldo del inventario final tiene que coincidir con un saldo que me está arrojando el sistema. El saldo del inventario final con el que yo costeo en el Excel entonces debe ser igual o parecido, o la cifra de control está en el sistema. Lo que le permite a uno cuando uno tiene buen conocimiento del Excel es terminar más rápido la tarea y poderla controlar mucho mejor, poder verificar que los resultados sean más libres de error.

Sujeto 3:

Entonces, en la primera, a ver, no es tanto en innovación en la parte de contabilidad, porque al fin y al cabo ya todos esos paquetes contables nos..., cómo diríamos..., ya tenemos la parte de la generación de toda la data contable, pero lo que de pronto nos puede facilitar el trabajo son unos generadores de reportes y de cosas extras en el sistema.

Por lo anterior, podemos concluir que los participantes perciben como factores facilitadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) contar dentro de sus equipos de trabajo con multiplicidad de conocimientos no solo asociados a su profesión y(o) área de trabajo. Esto les dará la capacidad de abrir su mente a nuevas ideas y a cómo poderlas adaptar en los procesos estandarizados, como son los de la contabilidad, al igual que a sus áreas relacionadas.

4.2. FACTORES OBSTACULIZADORES DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN)

De carácter interno se pueden identificar como una profunda especialización en ciertos temas que no les permiten ver de forma integral todos los componentes del proceso. Así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 1:

La parte contable está segregada por áreas, y, a su vez, esas áreas tienen cierto personal a cargo, y eso hace que un contador se especialice en una tarea operativa y que esa tarea operativa sea muy repetitiva, por el mismo procesamiento de datos. Entonces eso lleva a que el contador se especialice a cada una de esas áreas o actividad que tenga, y eso le sesgue o le borre como el mapa, ver la contabilidad como un todo y poder hacer esa integración que facilite inclusive a veces el mismo proceso operativo entre las mismas áreas.

Esto acompañado de que se considera a la contabilidad un proceso cuadrículado que no deja espacio para la generación de nuevas ideas, pues cuenta con muchos controles de ley que impiden la labor. Así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 4:

Pues los externos, en caso de las áreas contables, que salen muchas normas y muchas definiciones, y ya es por municipio o por departamento. Eso también hace parte de esas particularidades. Por ejemplo, en los internos, sería con el proceso de nuestros clientes, que cada cliente tiene su particularidad; y lo externo serían los entes

gubernamentales, que cada uno tiene unas definiciones, que ya no hace parte de nuestro cliente ni de nosotros como área, sino, digamos, entes gubernamentales. Entonces, externo serían como todas esas definiciones de entes gubernamentales que también se vuelven particulares.

Sujeto 2:

Puedo decir que la contabilidad la voy a llevar de esta forma, que es mucho más innovadora si me voy a salir del marco legal o de lo preestablecido por la Junta de Contadores, por el Ministerio de Hacienda, por el área de impuestos, o sea, por eso te digo que es un desarrollo cuadriculado, porque tiene entes de control. Entonces yo innovar una contabilidad como tal, y obviamente uno tiene unos parámetros en los que debe crear las contabilidades de cierta forma, las cifras también, los gastos y los auxiliares se deben crear según criterios establecidos por un PUC, por un plan de cuentas. Ahí la innovación se ve ya de por sí restringida.

Adicional a esto, algunos líderes no están alineados con la innovación, y esto les impide a sus equipos la fácil de generación de ideas al respecto. Así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 3:

Sinceramente, cuando tenemos un jefe que no cree que la forma en la que todo está diseñado, pensaba o tenían en su mente, que las cosas se vuelven más rápidas sacarlas manual que quemarle el tiempo automatizando. Nosotros mismos somos los que nos limitamos en no querer buscar más allá, que la información sea más rápida, porque nos va a tomar más tiempo hacerla.

De carácter externo se identifica que no es fácil la comunicación con otras áreas. Por ejemplo, la de tecnología. Esto es un claro ejemplo de cultura organizacional, que les impide a los colaboradores avanzar.

Sujeto 1:

La comunicación a veces entre los procesos contables, y automatizarlo en un proceso que sea común entre la parte de tecnología y contabilidad, eso he visto que es un

obstáculo: cómo poder o cómo expresar la necesidad frente a un desarrollador o un programador o alguien de tecnología que cumpla o satisfaga esa necesidad. El lenguaje que se tiene o la forma de comunicar que se tiene. La edad del personal de áreas contables. Si nos vamos en una línea del tiempo, el personal que estuvo trabajando en áreas contables, en su momento, a duras penas, tuvo un tecnológico y lleva años haciéndolo de esa forma. Cuando explican el proceso y lo van a entregar, es como que siempre se ha hecho así y se hace así. Eso también tiene un cambio, un choque cultural en las edades. El pelado joven de hoy te lo pregunta todo y te lo cuestiona todo. Anteriormente las personas lo que hacían era hacer caso, como se dice, y si le decían “háganlo así”, toda la vida se quedaban haciéndolo así, y no generaban valor.

Sujeto 5: “La no disposición del personal, digamos personas que llevan mucho tiempo en la compañía y temen al cambio”.

En conclusión, la innovación en estas áreas está muy marcada en cómo los colaboradores están en capacidad de ver el proceso en completo, una visión 360 grados. Esto debe ir acompañado de una cultura organizacional de innovación, que a su vez empodere a sus jefes para hacer el cambio en su área, para apalancar aún más la innovación.

4.3. CONSECUENCIAS ORGANIZACIONALES POSITIVAS DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN EL ÁREA CONTABLE

La mayoría de los entrevistados coinciden con la necesidad de mejorar la calidad del trabajo entregado por estas áreas, pues podrían contar con más tiempo para analizar la información, y de esta forma ayudar a la compañía a mejorar en algunos aspectos. Así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 1: “Disminución de tareas operativas, reducción de costos, eso también ayuda. Mejorar el análisis, o sea, tú, al quitar las tareas operativas lo que puedes es dar valor agregado al análisis de la información financiera”.

Sujeto 3:

Quedará un poco más de tiempo para poder analizar más a fondo las cosas. Van a ir con menos errores, voy a tener un poco más de tiempo para que finalmente el reporte que estamos entregando vaya blindado de todo.

También se contemplan beneficios a nivel personal, pues tendrían la posibilidad de hacer menos tareas operativas, lo cual les significa menos horas de trabajo, mayor crecimiento profesional y el apoyo a otras áreas de la organización. Así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 1:

Que ya uno en los estándares a nivel personal y profesional esa experiencia de trabajar con lo último en la tecnología o con procesos de innovación constante en un área contable, ya te dan a ti un paso adicional al mercado del contador. Si lo evalúas a nivel de profesión, eso se queda como un plus. En el mercado laboral eso se vuelve un valor agregado para ti, al estar generando cambios positivos o generar cambios de innovación, a ti como persona te vuelve mucho más productivo, porque en la contabilidad a veces tú puedes ser un esclavo de estar digitando hasta altas horas, pero eso no garantiza que tú seas eficiente o que tu información o tu trabajo venga con una confiabilidad alta.

Sujeto 4: “Si hay innovación se puede optimizar el tiempo en la organización, se pueden hacer otras cosas”.

Sujeto 3: “Con la disminución de tiempo de entrega de informes, pues, obviamente que nosotros podríamos tener más tiempo para hacer desarrollos, mejoras de procesos, desarrollos de la mano de los usuarios”.

Por lo anterior, se puede concluir que hacer un mejoramiento a partir de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) les genera beneficios a los colaboradores a nivel personal y profesional, al igual que a la organización, pues se puede contar con información analizada, al igual del beneficio que acarrea el que esta área les ayude a otras a mejorar su información y sus controles.

4.4. CONSECUENCIAS ORGANIZACIONALES NEGATIVAS DE LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN EL ÁREA CONTABLE

Es la inversión inicial de tiempo que los colaboradores deben hacer para iniciar el proceso, al igual que la desmotivación a nivel profesional. Así lo manifestaron algunos de los entrevistados:

Sujeto 1:

Lo que me genera a mí el no tener innovación: mayores volúmenes de trabajo, lo que traduce en mayor tiempo de dedicación en tareas operativas y mayor tiempo en labores operativas. A nivel personal, eso se te convierte en tiempo extra que le tienes que dedicar al trabajo y que no puedes compartir en tu hogar. Y en el mercado laboral te vas quedando desactualizado, te vas quedando obsoleto.

Sujeto 5:

En el área, pensaría que la consecuencia podría ser que tendríamos que laborar horas extras; o sea, un trabajo más extenso mientras el grupo de trabajo se acostumbra o logran de una u otra forma seguirle el paso al proceso.

Sujeto 2:

Lo que le trae a uno es un estancamiento profesional y personal. El que no innove se queda. Y lo otro es que con el incremento de los horarios viene no solamente el distanciamiento con la familia, sino el nivel de estrés.

Sujeto 4: “Pues, si no hay innovación, es desmotivante para uno, pues, finalmente lo que uno siempre quiere es innovar, aprender, cambiar; entonces puede ser muy desmotivante para el usuario”.

Por lo anterior, se puede concluir que no hacer un mejoramiento a partir de la creación y el desarrollo de nuevas ideas (innovación) trae desmotivación para los equipos, al igual que puede generar problemas con la información que se genere desde esta área.

5. CONCLUSIONES

La presente investigación abordó la identificación de los factores que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación en un área contable de una empresa privada de la ciudad de Yumbo, los cuales se desarrollan a través de las siguientes categorías: facilitadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación); obstaculizadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación); consecuencias positivas organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable; consecuencias negativas organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable.

En relación con *facilitadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación)*, la identificación, creación y sostenimiento de relaciones colaborativas (Díaz, 2015) con otras áreas que fortalezca al área contable a la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) es percibida por los participantes como un proceso necesario. Este es un enfoque de la innovación desde los recursos, que consiste en la observación de los recursos con los que cuentan la organización para el desarrollo de sus actividades. En este contexto se encuentra la teoría de la dependencia de los recursos (Pfeffer & Salancik, 2003), que hace énfasis en el rol de las decisiones administrativas en la relación de la organización y su entorno.

Al interior de la organización existen áreas que cuentan con las capacidades para facilitar esta alineación de las relaciones colaborativas. Estas áreas se deben convertir en el apalancador no solo del crecimiento de la innovación en el área contable, sino de las demás áreas que pueden verse beneficiadas por esta mutua colaboración, para lograr así el desarrollo de nuevas técnicas y habilidades, al igual que la ideación de nuevas formas de resolver los inconvenientes que se presenten, y convertir el conocimiento en un factor determinante para la innovación, que contribuiría a obtener ventajas competitivas y a incrementar la influencia positiva de la innovación en las actividades del negocio, y, por tanto, al crecimiento económico y a la obtención de resultados positivos a largo plazo en la organización.

Otro factor facilitador es la existencia y(o) el mantenimiento de un ambiente organizativo para la innovación. Tal y como lo proponen Scott y Bruce (1994), generar en el área de contabilidad el ambiente propicio para la generación de ideas es importante, para que los empleados comprendan que ser innovadores es una imagen deseable tanto en el área como en la organización. En este punto los líderes juegan un papel fundamental, pues son quienes contribuyen a que sus equipos no se estanquen, sino a que, por el contrario, avancen e interioricen los nuevos métodos. Todo esto debe estar apoyado por una cultura organizacional que facilite los canales y medios para el logro de los objetivos.

En relación con *obstaculizadores organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación)*, al interior de la organización se percibe en los participantes el desconocimiento del valor y del aporte del área de contabilidad. Es muy común que esta área sea vista como un área que solo generan gastos, donde no se ve una necesidad constante de innovación más allá de la implantación de un sistema contable. Esto los ha llevado a ser muy precavidos en la generación y los aportes al proceso de innovación y, posiblemente, a generar un sentimiento de insatisfacción en la valoración del área desde la organización. Esto acompañado también de que el hecho de que algunos líderes no han realizado su aporte a mejorar esta valoración ha generado una creciente sensación de que son un área de solo gasto y a generar silencio alrededor de temas relacionados con la innovación.

Se identifica una necesidad de trabajo hecho a partir de los líderes, para el cambio de percepción. Delante de las directivas debemos de ser conscientes de que esta área es la que mejor conoce todos los movimientos de la organización y que, además, cuenta con más información histórica y consolidada.

Se debe hacer un trabajo al interior de la organización para que esta área sea vista como un área corazón de la organización, pues es esta la que nos permite ver de forma centralizada y articulada todos los demás órganos. Debemos por tanto darles más importancia a los equipos de estas áreas y fomentar en ellos y en sus líderes la creación y el desarrollo de nuevas ideas (innovación).

En relación con *consecuencias positivas organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable*, se percibe en los participantes que esto les ayudaría mucho con la relación de vida personal, laboral y profesional, pues consideran que

con el entendimiento del proceso actual y la búsqueda constante de optimizar los recursos y la eficiencia pueden lograr mejorar los procesos operativos que no generan valor, disminuir la cantidad de horas extras laboradas y permitir a creación de mejoras en su trabajo, lo que les permitiría un crecimiento profesional. Esto generaría equipos muy motivados y trabajar en mayor sincronía con todos los demás componentes de la empresa.

En relación con *consecuencias negativas organizacionales de la creación y desarrollo de nuevas ideas (innovación) en el área contable*. Se percibe en los participantes que no hay consecuencias negativas, solo hacen referencia a que al inicio del proceso se tendría una mayor carga laboral, con aumento de funciones y tareas, las cuales están dispuestos a hacer en pro de la compañía y de su crecimiento laboral y profesional. Es importante que los líderes estén muy conscientes de lo motivados que se deben mantener estos equipos para, de esta forma, mitigar un poco esta visión negativa del proceso.

En relación con las *limitaciones*, se encuentra que el grupo objeto de la investigación es pequeño. Se encontraron algunas limitaciones al momento de contestar la entrevista, pues algunos colaboradores del área consideraban que este tipo de preguntas podían ser malinterpretadas por sus jefes directos y por la empresa; además, por temas de distanciamiento físico, algunas entrevistas no se pudieron hacer desde la virtualidad.

En cuanto a las *recomendaciones* para investigaciones futuras, se sugiere que se lleven a cabo con más colaboradores del área, al igual que incluir más empresas de sectores diferentes y con ubicaciones geográficas diferentes. Esto con el fin de identificar factores culturales diferenciadores al igual que modelos de liderazgo empresariales.

Respecto al *valor práctico* de este estudio, se puede decir que para la organización objetivo de esta investigación las conclusiones de esta investigación constituyen un gran aporte, pues se pueden adelantar campañas organizacionales enfocadas al área, para la creación y el desarrollo de nuevas ideas (innovación), al igual que para visibilizar a un equipo de trabajo tan importante como es el de contabilidad, en el momento de emprender iniciativas organizacionales en otras áreas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuna-Opazo, C., y Castillo-Vergara, M. (2018). Barreras a la Innovación no-tecnológica: efectos sobre el desempeño empresarial en una economía emergente. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-24. <http://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1383>
- Afuah, A. (1999). *La dinámica de la innovación organizacional: El nuevo concepto para lograr ventajas competitivas y rentabilidad* (D. Rey Díaz, trad.). Oxford University Press.
- Ávila Hernández, L. E., y Alarcón Martínez, G. J. (2014). Factores críticos de éxito de las empresas innovadoras: una investigación documental. *Innovaciones de Negocios*, 11(21), 143-167. <http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/96/90>
- Balthasar, A., Bätting, C., Thierstein, A., & Wilhelm, B. (2000). “Developers”: key actors of the innovation process. Types of developers and their contacts to institutions involved in research and development, continuing education and training, and the transfer of technology. *Technovation*, 20(10), 523-538. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(99\)00180-7](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(99)00180-7)
- Benavides, Ó. A. (2010). La innovación tecnológica desde una perspectiva evolutiva: teoría e historia económica. En P. Bejarano, A. Zerda y C. Cortés (eds.). *Innovación desafío para el desarrollo en el siglo XXI* (pp. 91-110). Universidad Nacional de Colombia.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 203-227. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bryson, J. M., Ackermann, F., & Eden, C. (2007). Putting the Resource-Based View of Strategy and Distinctive Competencies to Work in Public Organizations. *Public Administration Review*, 67(4), 702-717. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2007.00754.x>
- Chaiklin, S., & J. Lave, J. (eds.) (1993). *Understanding practice: perspectives on activity and context*. Cambridge University Press.

- Christmann, P. (2000). Effects of “best practices” of environmental management on cost advantage: The role of complementary assets. *Academy of Management Journal*, 43(4), 663-680. <https://doi.org/10.2307/1556360>
- Christensen, C. M. (1999). *El dilema de los innovadores*. Granica.
- Chatman, J. A. (1991). Matching People and Organizations: Selection and Socialization in Public Accounting Firms. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 459-484. <https://doi.org/10.2307/2393204>
- Chesbrough, H. (2006). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe – Cepal (2009). *Innovar para crecer. Desafíos y oportunidades para el desarrollo sostenible e inclusivo en Iberoamérica*. Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1406/S2009006_es.pdf?sequence=1
- Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: Developing and testing multiple contingency models. *Management Science*, 42(5), 693-716.
- Damanpour, F., Walker, R. M., & Avellaneda, C. N. (2009). Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations. *Journal of Management Studies*, 46(4), 650-675.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behavior. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- Díaz Barios, J. (2005). Cambio organizacional: una aproximación por valores. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(32), 605-627. <http://dx.doi.org/10.37960/revista.v10i32.10417>
- Drucker, P. (1991). *La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios* (M. Ford, trad.). Hermes.

- Drejer, I. (2004). Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective. *Research Policy*, 33(3), 551-562. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2003.07.004>
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E)
- Engestrom, Y. (1993). Developmental studies of work as a test bench of activity theory: The case of primary care medical practice. En S. Chaiklin & J. Lave (eds.). *Understanding practice: perspectives on activity and context* (pp. 64-103). Cambridge University Press.
- Ettlie, J., Bridges, W., & O'Keefe, R. (1984). Organization strategy and structural differences for radical versus incremental innovation. *Management Science*, 30(6), 682-695.
- Fagerberg, J. (2005). Innovation: A Guide to the Literature. En J. Fagerberg, & D. C. Mowery (eds.). *The Oxford Handbook of Innovation* (pp. 1-26). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0001>
- Fagerberg, J., & Mowery, D. C. (eds.) (2005). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press
- Gallouj, F. (2002). *Innovation in the Service Economy: The New Wealth of Nations*. Edward Elgar Publisher.
- Gallouj, F., & Weinstein, O. (1997). Innovation in services. *Research Policy*, 26(4-5), 537-556. Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(97\)00030-9](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(97)00030-9)
- Gamboa, J. C. (2015). *Innovación empresarial como estrategia para la organización. Basado en el seminario de innovación empresarial y emprendimiento por la Universidad Autónoma de Barcelona* [estudiante de pregrado, Universidad Santo Tomás].
Repositorio USTA.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2606/Gamboajuan2016.pdf?sequence=1>
- Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00013-5)

- González, A., Jiménez, J. J., y Sáez, F. J. (1997). Comportamiento innovador de las pequeñas y medianas empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa*, 3(1), 93-112. Recuperado de <https://es.slideshare.net/yiyonb/dialnet-comportamiento-innovadordelaspequenasymedianasempre187734>
- González Candía, J., García Coliñanco, L., Cano, C. L., y Romero Hernández, N. (2014). *Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas*. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5567>
- Goleman, D., Kaufman, P., y Ray, M. (2009). *El espíritu creativo* (R. S. Corgatelli, trad.). Zeta Bolsillo.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997). A review of innovation research in economics, sociology and technology management. *Omega*, 25(1), 15-28. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(96\)00043-6](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(96)00043-6)
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1994). Patterns of generation and adoption of innovation in organizations: Contingency models of innovation attributes. *Journal of Engineering and Technology Management*, 11(2), 95-116. [https://doi.org/10.1016/0923-4748\(94\)90001-9](https://doi.org/10.1016/0923-4748(94)90001-9)
- Grandstrand, O., Patel, P., & Pavitt, K. (1997). Multi-Technology Corporations: Why They Have “Distributed” Rather Than “Distinctive Core” Competencies. *California Management Review*, 39(4), 8-26.
- Gundling, E. (2000). *The 3M Way to Innovation. Balancing People and Profit*. Kodansha International.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper Echelons: The Organization as a Reflection of its Top Managers. *The Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Harrison, J. R., & Carroll, G. R. (1991). Keeping the faith: A model of cultural transmission in formal organizations. *Administrative Science Quarterly*, 36(4), 552-582.

- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Kim, H. (1997). International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product Diversified Firms. *Academy of Management Journal*, 40(4), 767-798.
- Hunt, J. G., Stelluto, G. E., & Hooijberg, R. (2004). Toward new-wave organization creativity: Beyond romance and analogy in the relationship between orchestra-conductor leadership and musician creativity. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 145-162. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.12.009>
- Henderson, R., & Clark, K. (1990). Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 9-30. <https://doi.org/10.2307/2393549>
- Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J., & Volberda, H. W. (2006). Exploratory Innovation, Exploitative Innovation, and Performance: Effects of Organizational Antecedents and Environmental Moderators. *Management Science*, 52(11), 1661-1674. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1060.0576>
- Janssen, O. (2004). How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 201-215. <https://doi.org/10.1002/job.238>
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302. <https://doi.org/10.1348/096317900167038>
- Janssen, O., & Van Yperen, N. W. (2004). Employees' Goal Orientations, the Quality of Leader-Member Exchange, and the Outcomes of Job Performance and Job Satisfaction. *Academy of Management Journal*, 47(3), 368-384. <https://doi.org/10.2307/20159587>
- Kanter, R. M. (1988). When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211.

- Krüger, K. (2000). Proceso de innovación y difusión de conocimientos en empresas. *Scripta-Nova*, 69(31). <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-31.htm>
- Leach, D. J., Stride, C. B., & Wood, S. J. (2006). The effectiveness of idea capture schemes. *International Journal of Innovation Management*, 10(03), 325-350. <https://doi.org/10.1142/S1363919606001521>
- Lugones, G. E., Gutti, P., y Le Clech, N. (2007). Indicadores de capacidades tecnológicas en América Latina. *Serie estudios y perspectivas*, 89. Cepal. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5014>
- Malaver R., F., y Vargas Pérez, M. (2011). *Formas de innovar, desempeño innovador y competitividad industrial: un Estudio a partir de la Segunda Encuesta de Innovación en la Industria de Bogotá y Cundinamarca*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana y Cámara de Comercio de Bogotá.
- Mumford, M. D., & Licuanan, B. (2004). Leading for innovation: Conclusions, issues, and directions. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 163-171.
- Mumford, M. D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *The Leadership Quarterly*, 13(6), 705-750. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(02\)00158-3](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00158-3)
- Morales, M. E., Ortíz Riaga, C., y Arias Cante, M. A. (2012). Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica. *Revista EAN*, 72. <https://doi.org/10.21158/01208160.n72.2012.573>
- Nederveen, A., Knippenberg, D. Van, Schippers, M., & Stam, D. (2010). Transformational and transactional leadership and innovative behavior: The moderating role of psychological empowerment transformational and transactional leadership. *Journal of Organizational Behavior*, 31(4), 609-623. <https://doi.org/10.1002/job.650>
- Noefer, K., Stegmaier, R., Molter, B., & Sonntag, K. (2009). A great many things to do and not a minute to spare: Can feedback from supervisors moderate the relationship between skill variety, time pressure, and employees' innovative behavior? *Creativity Research Journal*, 21(4), 384-393. <https://doi.org/10.1080/10400410903297964>

- Oecd (2005) *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (3rd ed.). Oecd & Eurostat.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents, and Consequences*. Sage.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective* (Vol. 9). Stanford University Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.
<https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of corporation. *Harvard Business Review*, 79-90.
- Pundt, A., Martins, E., & Nerdinger, F. W. (2010). Innovative behavior and the reciprocal exchange between employees and organizations. *Zeitschrift Fur Personalforschung / German Journal of Research in Human Resource Management*, 24(2), 173-193. Sage.
- Regnér, P. (2003). Strategy Creation in the Periphery: Inductive Versus Deductive Strategy Making. *Journal of Management Studies*, 40(1), 57-82.
- Sternberg, R. J., Kaufman, J. C., & Pretz, J. E. (2003). A propulsion model of creative leadership. *The Leadership Quarterly*, 14(4-5), 455-473.
[https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(03\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(03)00047-X)
- Salter, A., & Tether, B. (2006). Innovation in Services Through the Looking Glass of Innovation Studies (pp. 1-38). *Background paper for Advanced Institute of Management (AIM) Research's Grand Challenge on Service Science*. Oxford.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.103.7928&rep=rep1&type=pdf>
- Scott, S., & Bruce, R. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.

- Slåtten, T., & Mehmetoglu, M. (2011a). Antecedents and effects of engaged frontline employees: A study from the hospitality industry. *Managing Service Quality*, 21(1), 88-107.
- Slåtten, T., & Mehmetoglu, M. (2011b). What are the Drivers for Innovative Behavior in Frontline Jobs? A Study of the Hospitality Industry in Norway. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 10(3), 254-272.
- Sundbo, J. (1998). *The Theory of innovation: Entrepreneurs, Technology and Strategy*. Edward Elgar.
- Sundbo, J. (1997). Management of innovation in services. *The Service Industries Journal*, 17(3), 432-455.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Trías de Bes, F., y Kotler, P. (2011). *Innovar para ganar: El modelo A-F*. Urano.
- Torrington, D., Hall, L., & Taylor, S. (2005). *Human Resource Management* (6th ed.). Pearson.
- Van De Ven, A. H., & Scott Poole, M. (1995). Explaining development and change in organizations. *Academy of Management Review*, 20(3), 510-540.
<https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080329>
- Van der Vegt, G. S., & Janssen, O. (2003). Joint Impact of Interdependence and Group Diversity on Innovation. *Journal of Management*, 29(5), 729-751.
https://doi.org/10.1016/S0149-2063_03_00033-3
- Van Rijnsoever, F. J., Meeus, M. T. H., & Donders, A. R. T. (2012). The effects of economic status and recent experience on innovative behavior under environmental variability: An experimental approach. *Research Policy*, 41(5), 833-847.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.02.005>

- Valdés, L. (2004). *Innovación: El arte de inventar el futuro*. Norma.
- Vargas Guerrero, G. E. (2005). Efectividad sistémica, integración y desarrollo empresarial en Colombia a través del Sistema Nacional de Innovación. *Revista de Ingeniería*, 22, 16-25. <http://dx.doi.org/10.16924%2Friua.v0i22.367>
- West, M. A., Borrill, C. S., Dawson, J. F., Brodbeck, F. C., Shapiro, D. A., & Haward, R. (2003). Leadership clarity and team innovation in health care. *Leadership Quarterly*, 14(4-5), 393-410. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(03\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(03)00044-4)
- West, M. A., & Farr, J. L. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives. *Social Behavior*, 4(1), 15-30.
- Yoguel, G., y Boscherini, F. (2001). El desarrollo de las capacidades innovativas de las firmas y el rol del sistema territorial. *Desarrollo Económico*, 41(161), 37-69. <https://doi.org/10.2307/3455964>
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2010.49388995>

ANEXOS

Anexo 1

Cuadro con la síntesis de la propuesta de investigación

FACTORES FACILITADORES Y OBSTACULIZADORES PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS (INNOVACIÓN) EN UN ÁREA CONTABLE

Titulo	Problema	Objetivos	Marco de Referencia Conceptuales	Metodo			
				Tipo de Estudio	Sujetos	Intrumentos	Procedimiento
Factores facilitadores y obstaculizadores para el desarrollo de la innovación en una área contable	¿ Cuáles son los factores que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación en un área contable de una empresa privada de la ciudad de Yumbo ?	General: Identificar los factores que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación en un área contable del sector privado en la ciudad de yumbo	- Definicion de Innovación	-Profundidad: Descriptivo	Colaboradores del Area contable de una empresa privada de la ciudad de yumbo con mas de 1 año de trabajo en la orgnización	Metodo: Entrevistas	Fase I: Contextualización
		Específicos: - Identificar los factores que facilitan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.	- Gestion de Innovación	-Tiempo: Transversal		- Facilitadores organizacionales del desarrollo de la innovación.	Fase II: trabajo de campo
		- Identificar los factores que obstaculizan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.	- Tipos de innovación	-Tipo de Analisis de Datos: Cualitativa		- Obstaculizadores organizacionales del desarrollo de la innovación.	Fase III: Análisis y discusión de los resultados
		- Identificar consecuencias positivas organizaciones del desarrollo de la innovación en el area contable.	- Gestion de Innovación - Capacidades Internas - Factores Externos	-Tipo de Diseño: Estudio de Caso		- Consecuencias positivas organizaciones del desarrollo de la innovación en el area contable.	
		- Identificar consecuencias negativas organizaciones del desarrollo de la innovación en el area contable.	- Capacidades Internas			- Consecuencias negativas organizaciones del desarrollo de la innovación en el area contable.	
- Describir posibles propuestas de mejoramiento para la organización de los factores de obstáculos identificados.	- Factores Externos						

Anexo 2

Propósito, estructura y protocolo del instrumento

PROPÓSITO

Qué: identificar los factores que facilitan y obstaculizan el desarrollo de la innovación en un área contable del sector privado en la ciudad de Yumbo.

Cómo: a través de una entrevista en profundidad semiestructurada desarrollada individualmente.

Para qué: para identificar los factores facilitadores y obstaculizadores, a igual de las consecuencias positivas y negativas del desarrollo de la innovación en el área contable del sector privado en la ciudad de Yumbo.

En quiénes: colaboradores del área contable de una empresa privada de la ciudad de Yumbo con más de un año de trabajo en la organización.

Dónde: empresa privada de la ciudad de Yumbo.

Cuándo: en junio del 2020.

Anexo 3

FACTORES FACILITADORES Y OBSTACULIZADORES PARA EL DESARROLLOS DE LA INNOVACIÓN EN UN ÁREA CONTABLE

Objetivos específicos	Categorías de rastreo/análisis de datos	Subcategorías	Pregunta
Identificar los factores que facilitan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.	Factores que facilitan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.	Facilitadores internos	¿Qué factores internos facilitan la innovación en su área?
		Facilitadores externos	¿Qué factores externos facilitan la innovación en su área?
Identificar los factores que obstaculizan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.	Factores que obstaculizan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.	Obstaculizadores internos	¿Qué obstaculiza internamente la innovación en su área?
		Obstaculizadores externos	¿Qué obstaculiza externamente la innovación en su área?
		Condiciones obstaculizadoras	¿Qué condiciones generan resistencia al desarrollo de la innovación en su área?
Identificar consecuencias positivas organizaciones del desarrollo de la innovación en el área contable.	Consecuencias positivas organizaciones del desarrollo de la innovación en el área contable.	Implicaciones positivas	¿Qué consecuencias positivas se pueden obtener de la innovación en la organización?
		Implicaciones positivas	¿Qué consecuencias positivas se pueden obtener de la innovación en su área?

Objetivos específicos	Categorías de rastreo/análisis de datos	Subcategorías	Pregunta
		Implicaciones positivas	¿Qué consecuencias positivas puede usted obtener de la innovación?
Identificar consecuencias negativas organizaciones del desarrollo de la innovación en el área contable.	Consecuencias negativas organizaciones del desarrollo de la innovación en el área contable.	Consecuencias negativas	¿Qué consecuencias negativas genera la ausencia de innovación en la organización?
		Consecuencias negativas	¿Qué consecuencias negativas genera la ausencia de innovación en su área?
		Consecuencias negativas	¿Qué consecuencias negativas puede generar en usted la ausencia de innovación?
Describir posibles propuestas de mejoramiento para la organización de los factores de obstáculos identificados.	Propuestas de mejoramiento para la organización de los factores de obstáculos identificados.	Sugerencias	¿Qué sugerencias haría usted para el manejo de la innovación en la organización?
		Sugerencias	¿Qué sugerencias haría usted para el manejo de la innovación a los líderes de la organización?
		Sugerencias	¿Qué sugerencias haría usted para el manejo de la innovación a las personas de su área?

Anexo 4

FACTORES FACILITADORES Y OBSTACULIZADORES PARA EL DESARROLLOS DE LA INNOVACIÓN EN UN ÁREA CONTABLE

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre:

Edad:

Sexo:

Cargo:

Antigüedad en el cargo:

Antigüedad en la empresa:

Nivel educativo:

Profesión:

1. Identificar los factores que facilitan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.

- ¿Qué factores internos facilitan la innovación en su área?
- ¿Qué factores externos facilitan la innovación en su área?

2. Identificar los factores que obstaculizan el desarrollo de la innovación de naturaleza organizacional.

- ¿Qué obstaculiza internamente la innovación en su área?
- ¿Qué obstaculiza externamente la innovación en su área?

3. Identificar consecuencias positivas organizaciones del desarrollo de la innovación en el área contable.

- ¿Qué consecuencias *positivas* se pueden obtener de la innovación en la Organización?

- ¿Qué consecuencias *positivas* se pueden obtener de la innovación en su área?
- ¿Qué consecuencias *positivas* puede usted obtener de la innovación?

4. Identificar consecuencias negativas organizaciones del desarrollo de la innovación en el área contable.

- ¿Qué consecuencias *negativas* genera la ausencia de innovación en la Organización?
- ¿Qué consecuencias *negativas* genera la ausencia de innovación en su área?
- ¿Qué consecuencias *negativas* puede generar en usted la ausencia de innovación?

5. Describir posibles propuestas de mejoramiento para la organización de los factores de obstáculos identificados.

- ¿Qué sugerencias haría usted para el manejo de la innovación en la Organización?
- ¿Qué sugerencias haría usted para el manejo de la innovación a los líderes de la Organización?
- ¿Qué sugerencias haría usted para el manejo de la innovación a las personas de su área?

Anexo 5

Maestría en Administración de Empresas

Universidad EAFIT

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes de esta investigación una explicación de la naturaleza de la misma, al igual que su rol como participantes.

Título del trabajo de investigación: *Factores facilitadores y obstaculizadores para el desarrollo de la innovación en un área contable*

Investigador principal: Germán Alberto Yusti Tijo

Esta entrevista hace parte del proceso de recolección de datos para el trabajo de investigación que desarrollo en la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad EAFIT.

Algunas consideraciones:

- La participación en este estudio es estrictamente voluntaria.
- La información obtenida con la entrevista será de uso exclusivo para este trabajo de investigación.
- La intervención del entrevistado será anónima en la consolidación de la información.
- La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.
- Al participar en este estudio, el entrevistado responderá con libertad y en sus términos las preguntas realizadas por el entrevistador. También podrá entregar información adicional que considere pertinente para el objeto de la investigación.

- Concedo que la entrevista sea grabada, lo cual se requiere para la labor de transcripción y análisis de la información.
- Este consentimiento es válido para todas las entrevistas relacionadas con el tema, pues en ocasiones se puede requerir más de una entrevista.

Nombre: _____

Firma: _____

CC: _____

¡Agradezco su sincera participación!