Edición
12
ISSN: 2953-769X

FUTURO INNOVADOR
UNA MIRADA TRANSFORMADORA

REVISTA SEMESTRAL



Somos esencial® COSTA RICA

RAI | Universidad San Marcos
Revista Académica Institucional

San Marcos

ESCRITOS
ESPECIALIZADOS

En esta sección podrás encontrar información especializada de un tema en específico, referentes a las líneas de investigación universitarias.



Universidad San Marcos
Revista Académica Institucional
Edición 12, Volumen 7 ISSN: 2953-769X pp. 144-150 Enero - Junio, 2025

EL TRATAMIENTO GERENCIAL EN EL MARCO DE LA INNOVACIÓN

[1] ***Alex Ángel Lazarus Tapia,*** *alazarus@usam.ac.cr*
Coordinador producción contenidos virtuales de la Universidad San Marcos

DOI: *https://doi.org/10.64183/91e9c317*

Recibido: ***Septiembre 2024***
Aceptado: ***Enero 2025***

Resumen. A partir de la intención gerencial sobre la implementación del proceso y modelo de IN como sinónimo de generación de conocimiento y a su vez como parte de los valores de la empresa financiera y estratégicamente hablando, es prudente enfatizar en la esencia y en la relevancia de la información para las empresas y emprendedores. En ese sentido, la relevancia adquiere las siguientes connotaciones:

La relevancia está vinculada con la función estratégica que es aumentar el conocimiento de los colaboradores, disminuir riesgos, afirmar la seguridad del asunto a analizar para que tomen decisiones que conduzcan al alcance de la visión, objetivos y metas personales y empresariales.

Palabras clave. Relevancia, Estratégico y Conocimiento.

CC BY-NC-ND

THE MANAGERIAL TREATMENT IN THE FRAMEWORK OF INNOVATION

[1] ***Alex Ángel Lazarus Tapia,*** *alazarus@usam.ac.cr*

Received: ***September 2024***
Accepted: ***January 2025***

Abstract. From the managerial intention on the implementation of the process and model of IN as a synonym of knowledge generation and in turn as part of the values of the company financially and strategically speaking, it is prudent to emphasize the essence and relevance of information for companies and entrepreneurs. In this sense, relevance acquires the following connotations:

Relevance is linked to the strategic function, which is to increase the knowledge of the collaborators, decrease risks, affirm the security of the matter to be analyzed so that they make decisions that lead to the achievement of the vision, objectives and personal and business goals.

Keywords. Relevance, Strategic and Knowledge.

1. INTRODUCCIÓN

La relevancia de la información debe convertirse en la catalizadora de la competitividad, entendiendo que esta no solo se relaciona con las capacidades de respuesta de la empresa, sino que más bien debe comprender el entorno de mercado, social, competencia y tendencias; lo que significa realmente que la IN debe ser prioritaria para la gerencia y para el emprendedor.

La información relevante propicia sinergias entre las unidades de la organización ya que la información debe ser tratada sistémicamente, lo que aduce su complementariedad y uso en todos los niveles y estructura de la empresa.

La información relevante, incide en mejoras en la eficiencia operativa, mejora de los procesos productivos y administrativos; por ende, el desempeño individual incrementa el conocimiento del talento humano.

Problemas para la innovación

Se supone que una organización pueda gestionar y operar desde los sistémico. Debe ser concebido que la funcionalidad corresponde al principio cibernético según el cual, esta se concibe como un sistema dinámico y sus partes aportan al funcionamiento del conjunto, a través de la retroalimentación e interacción de la información generada en todo el ámbito organizacional; lo que aduce que cada uno de los integrantes del sistema debe contribuir creativamente al cumplimiento de los objetivos de los diversos procesos, compartiendo información relevante. El mayor reto para abordar la IN no es el resolver el problema tecnológico de múltiples fuentes, sino más bien enfrentar problemas estructurales dada la abundancia de información y el no saber administrarla.

La sociedad y las organizaciones deben enfrentar una disyuntiva frente a la cantidad y calidad de la información que construyen o buscan puesto que los avances tecnológicos, la hiperconectividad, las aplicaciones y en definitiva el acceso a la información producen caos y no resuelven problemas puntuales, sobre todo en empresas que deben tomar decisiones apoyadas mediante el uso de datos e información. Los problemas más frecuentes que se presentan en las empresas para poder implementar de manera adecuada los procesos de IN son entre otros los siguientes:

a) Sistemas orientados a las transacciones y no al análisis de la información.

b) Complejas métricas para hacer proyecciones.

c) Requerimientos para poder integrar y administrar gran cantidad de información desde fuentes distintas.

d) Utilización solo de las hojas de cálculo para consolidar información.

e) Tiempos muertos por la dificultad de acceder a la información en vez de poder

analizarla.

f) Información obsoleta.

g) Sistemas heterogéneos de información.

h) Múltiples interpretaciones y objetivos sesgados de los departamentos al plantear la misma pregunta.

i) Dependencia de terceros y dificultad para obtener información.

j) No tener acceso al conocimiento al estar fuera de la oficina.

k) La baja calidad de los datos existentes es una amenaza latente en la región, pues la cultura de la transparencia sigue siendo incipiente en América Latina; reconocer que todas las empresas registran operaciones de manera confiable y clara afecta en gran medida el manejo de datos a lo largo de los procesos, produciendo en consecuencia errores, reprocesos y validaciones que resultan costosas e incluso perdiendo la vigencia de la información convalidada.

l) Las organizaciones adoptan una perspectiva equivocada, consideran la IN como un asunto tecnológico y no estratégico.

m) Las organizaciones pretenden solucionar demasiados problemas mediante un solo proceso; antes de alcanzar la madurez con la experiencia del manejo de aplicaciones, herramientas y el mismo método.

n) El financiamiento del proyecto.

o) Cambio en los requerimientos.

p) Falta de competencias técnicas y gerenciales de los responsables.

q) Usuarios repelen la interfaz: la interfaz de usuario es un elemento clave para conseguir la aceptación mayoritaria por parte de los empleados. Si no se ha valorado previamente, la personalización del front-end puede convertirse en uno de los mayores costes ocultos de la implantación de una solución.

r) Resistencia frente al cambio de herramienta; por lo tanto, si no se sensibiliza y capacita a los usuarios de forma práctica y concreta sobre los beneficios de la herramienta, será poco probable convencerlos para que la utilicen.

2. DESARROLLO

La inteligencia empresarial y la gestión del conocimiento mediante premisas sistémicas permiten mejorar las estrategias sobre todo las innovadoras y otorgarle cimientos gerenciales integrales en la toma de decisiones; dado que inciden en el tratamiento de la información de manera revolucionaria que conduce a generar un mejor concepto de planificación y estrategia interna y externa dentro del

negocio.

La IN sirve como elemento que facilita los cambios estratégicos de cualquier índole, pero su aporte singular es retar sobre la capacidad de innovación y creatividad, derivada del análisis sistémico de cada uno de los usuarios y líderes de la organización. Al implementar el proceso, se asume que este configura parte clave de la estrategia e implica considerar y superar una serie de retos que pudiesen inhibir la dinámica empresarial, pero a la postre realmente es el soporte para capitalizar las oportunidades detectadas.

Del mismo modo, el proyecto se puede abortar si se presentan restricción de recursos, pues a pesar de haberse iniciado el proyecto, pueden surgir requerimientos que en algunos casos son inalcanzables o no forman parte del presupuesto previsto.

Para la implementación de un proceso que se apoye en la IN de seguro se amplían las fronteras de probabilidad de éxito de lo que se planea incorporar en la estrategia empresarial o para el emprendedor; por lo tanto, es prudente asignar el tiempo y los recursos necesarios al entrenamiento de los usuarios y la capacitación del personal. Del mismo modo, se recomienda proceder a una implantación progresiva que sea asimilada con facilidad por los empleados de la empresa y el departamento de tecnología o en su defecto, quien administra la información; además deben priorizarse aquellas funcionalidades que refuercen aspectos estratégicos del negocio y, por tanto, generen resultados en el plazo más corto.

La IN asumida como factor estratégico debe comprender cualidades que se relacionen con el manejo, la administración, la gestión y el control de la información y entendida como virtud para los empresarios y emprendedores para tomar decisiones complejas en contextos multidimensionales. Para este efecto la IN debe acudir al uso de herramientas informáticas y analíticas que ayuden a la empresa a incrementar su eficiencia y competitividad, pero fundamentalmente a proponer soluciones innovadoras y diferenciadas como consecuencia de la visión estratégica y con el concurso de la inteligencia empresarial. Al implementarse, se asegura entonces que la IN se asimila a la gestión del conocimiento, pues coadyuva a una mejor comprensión y entendimiento del entorno y de los procesos desde la propia experiencia de las personas y organizaciones.

3. CONCLUSIONES

La IN es un elemento indisoluble generador de una ventaja competitiva en la medida de su tratamiento y espectro puesto que también genera riesgo a aquellas que no implanten la disciplina de la IN como parte de su estrategia. Por lo tanto, los procesos son parte de la generación de competitividad y su importancia se manifiesta en el enfoque de la

gestión del conocimiento en las empresas.

Es relevante que el manejo de lo recopilado, en el sentido de describir, analizar y correlacionar los sistemas de información, la innovación y los procesos de toma de decisiones como factores de incremento de inteligencia de negocios, sea tratado desde la perspectiva de competitividad y que sean convertidos sus resultados, como fuente dinámica que impacte en la gestión del conocimiento.

El conocimiento, que se inicia desde la inclusión de la IN y va hasta la gestión misma del proyecto innovador es hoy uno de los activos que mayor valor generan en las organizaciones.

La innovación que se implementa con base en la intuición, creatividad e IN apoyada por el uso de sistemas de información se convierten en parte del estilo empresarial y contribuyen al aprendizaje de las empresas y emprendedores.

La implementación de un modelo de IN como coadyuvante para la generación de competitividad, en empresas que participan en entornos dinámicos o estables, es exigible para tener una mayor comprensión del problema a resolver; en consecuencia, la gestión del conocimiento que es la máxima expresión de la IN se debe adecuar al sector en el que compite o se pretende incursionar, de manera particular, lo que conduce a asumir que no existen modelos únicos ni variables universales para implementar la inteligencia empresarial.

La mayoría de las empresas en su estructura y estilo gerencial están fragmentadas en islas, lo grave es que todas esas fracturas dificultan el ver los procesos de principio a fin y la data requerida y que se genera a lo largo de todo el proceso; por lo tanto, antes de iniciar un proceso de inteligencia se debe partir por cómo funciona la organización y administran la información, así como su orden jerárquico para que el proceso no tenga barreras y pueda fluir y aportar en lo estratégico.

El carácter amplio y beneficioso del manejo estratégico de la información, la comunicación y el conocimiento permiten e inducen a lo sistémico, en la medida que la consolidación y manejo del proceso de IN esté relacionado con la velocidad de la comunicación, la calidad de la información y el sentido que se le da a esta en función de los conocimientos, que sean cimiento de la solución innovadora.

Para implementar la IN es categórico afirmar que el reto está en entender la información, datos, fuentes y sistema, saber cómo funcionan y cuál es su aplicación, determinando el nivel de aprovechamiento en la organización o para el emprendedor; es decir, que al aplicarla se visualice el retorno sobre la inversión.

Cuando se accede a la implementación

de la IN se debe trabajar sobre los datos procesados, poderlos convertir en información y esta a su vez en conocimiento; esto generaría valor agregado y sería la clave del éxito de la inteligencia empresarial, pues el conocimiento produce ventaja competitiva.

Uno de los valores superlativos de la utilización de IN está en el enfoque predictivo pues tal conocimiento permite adelantar escenarios para evitar errores y proyectar más y mejores expectativas de negocio.

El mayor problema para las organizaciones es la infoxicación exceso de información pues dificulta su administración y manejo, más bien se convierte en una barrera de salida para la empresa; por lo tanto, el axioma de más información, mayor conocimiento, realmente es inapropiado y a la larga es un obstáculo para la inteligencia empresarial.

En algunos casos la gerencia considera que la inversión y su monto son los elementos cruciales para evaluar, recurriendo a lo posiblemente novedoso de la tecnología en lo atinente a la implantación de soluciones tecnológicas para la gestión de información (intranets, gestión documental, workflows, ERP, CRM, etc.), desconociendo o aplazando los asuntos prioritarios y urgentes de la IN: ¿por qué?, ¿para qué? y sobre todo ¿para quién?

4. CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Camargo,J.J.,Joyanes, L.,& Giraldo, L. M. (2016). La inteligencia de negocios como una herramienta en la gestión académica. Revista Científica, 24, 110-120. Doi: *10.14483/udistrital.jour.RC.2016.24.a11*

Cohen, D., & Asín, E. (2009). Tecnologías de información en los negocios. México D. F.: México: McGraw-Hill Interamericana.

Luzardo, A., de Jesús, D., & Pérez, M. (2017). Economía naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. BID.

Sánchez, M. R. (2009). Business intelligence (BI) to BI or not to BI. Santiago, Chile: Editorial CID.