

REDES EMPRESARIALES E INNOVACIÓN: EL CASO DE UNA RED DEL SECTOR COSMÉTICO EN BOGOTÁ (COLOMBIA)¹

MERLIN PATRICIA GRUESO HINESTROZA*

Doctora en Psicología Social, Universidad de Salamanca, España.
Profesora Asociada de Carrera, Universidad del Rosario, Colombia.
Grupo de Investigación "Perdurabilidad Empresarial", afiliado a la Universidad del Rosario, clasificación A1
de Colciencias.
merlin.grueso@urosario.edu.co

JORGE HERNÁN GÓMEZ CARDONA

Máster en Dirección de Empresas, Instituto Empresa – Business School, España.
Director, Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM),
Universidad del Rosario, Colombia.
Grupo de Investigación "Perdurabilidad Empresarial", afiliado a la Universidad del Rosario, clasificación A1
de Colciencias.
jorge.gomez@urosario.edu.co

LEONARDO GARAY QUINTERO

Administrador de Negocios Internacionales, Universidad del Rosario, Colombia.
Consultor Asociado Área Internacional, Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM),
Universidad del Rosario, Colombia.
garay.leonardo@urosario.edu.co

Fecha de recepción: 24-08-2009

Fecha de corrección: 27-09-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

Un mecanismo para promover la innovación empresarial es la participación en procesos asociativos como las redes empresariales. El objetivo de la investigación fue identificar las acciones de innovación introducidas en un grupo de empresas que conforman una red del sector cosmético en Bogotá (Colombia). Para el estudio se empleó una escala desarrollada a partir del concepto de innovación del Manual de Oslo (OECD, 2005) y los datos fueron analizados a través de la teoría de grafos. Los resultados obtenidos señalan que si bien las empresas introducen innovaciones, realizan pocas inversiones para adquirir conocimientos; también se observó que las empresas desarrollan más frecuentemente acciones de mejora interna y menos frecuentemente mejoras en las relaciones con otros actores de la red.

¹ El presente artículo fue desarrollado en el marco del proyecto "Impacto del proceso de Asociatividad en tres redes empresariales: Una mirada desde la perspectiva de la Innovación" el cual fue financiado por la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario.

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Universidad del Rosario, Calle 14 # 4-80 Oficina 102, Bogotá, Colombia.

PALABRAS CLAVE

Innovación, redes empresariales, teoría de grafos.

Clasificación JEL: M190

ABSTRACT

Business networks and innovation: the case of a network in the cosmetic industry in Bogotá (Colombia)

A method of encouraging business innovation is participation in associative processes, such as enterprise networks. The aim of this study was to identify actions favoring innovation in a group of companies that established a business network in the cosmetic industry in Bogotá, Colombia. We used a questionnaire based on the concept of innovation described in the Oslo Handbook (OECD, 2005), and analyzed data using graph theory. The results indicate that companies innovate, but they make few investments in acquiring knowledge. We also found that companies develop actions for internal improvement more frequently than they generate improvements in relationships with other actors in the network.

KEYWORDS

Innovation, business networks, graph theory.

RESUMO

Redes empresariais e inovação: o caso de uma rede do setor cosmético em Bogotá (Colômbia)

Um dos mecanismos para promover a inovação empresarial é a participação em processos associativos como as redes empresariais. O objetivo da investigação foi identificar as ações de inovação introduzidas em um grupo de empresas que formam uma rede de cosméticos em Bogotá (Colômbia). Para o estudo foi utilizada uma escala desenvolvida a partir do conceito de inovação do Manual de Oslo (OECD, 2005) e os dados foram analisados através da teoria dos grafos. Os resultados obtidos indicam que, embora as empresas introduzam inovações, fazem poucos investimentos para adquirir conhecimentos; também foi observado que as empresas desenvolvem com maior frequência ações de melhoria interna e, com menor frequência, melhorias nas relações com outros atores da rede.

PALAVRAS-CHAVE

Inovação, redes empresariais, teoria dos grafos.

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/997766>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/997766>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)