

PREFACIO

Dr. Ramiro Buitrago
dr.buitrago86@gmail.com
Venezuela

EMPRESA, INNOVACIÓN SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO

Se inicia este apartado comentando lo expresado por Ponce Valdez y Jácome Santos (2021, pág.43), quienes señalan: Las empresas u organizaciones independientemente de su tamaño o actividad deben innovar, puesto que solo así perdurarán en el tiempo, cualquier emprendimiento que no innove está condenado a morir debido a que su competencia y el medio lo dejarán discontinuado, existen muchos emprendimientos que por falta de recursos, ideas, desconocimiento o descuido se olvidan de innovar o lo ejecutan erróneamente, es por esto que deben observar el entorno, a la competencia, investigar y preguntarse qué acciones podrían realizar para optimizar recursos, de ese modo es mucho más probable que surjan las ideas innovadoras, pero sobre todo el éxito está más cerca de aquellos emprendimientos que se preocupan por determinar las exigencias futuras de sus clientes.

En otro orden de ideas, pero en correspondencia con lo planteado, según Calanchez Urribarrí., Ríos Cubas., Zevallos Aquino., Silva Peralta. (2022, pág.276), la innovación social surge como una forma de abordar necesidades colectivas y complejas que permiten el estudio de realidades en diversos contextos, esto ha generado el interés por la comprensión de esta categoría, la cual ha crecido hasta el punto que se considere una atracción mundial en términos de respuestas a problemáticas de las comunidades (Ortega y Marín, 2019; Vargas-Merino, 2021).

Por ello, en palabras de los citados autores, medir sus efectos es uno de los aspectos clave

para avanzar en el desarrollo endógeno de los países suramericanos, lo que incrementa la existencia de miles de emprendedores conocidos por sus potenciales innovaciones. Una mirada cercana a las principales estrategias que implementan estos ciudadanos y las habilidades de liderazgo necesarias para aplicarlas juegan un papel importante en la promoción del campo económico, social y tecnológico (SalomCarrasco, Pitarch-Garrido y Sales-Ten, 2017).

De igual forma, citando a Cortez-Monroy y Matus (2015), afirman que: La palabra innovación social significa que lo ideado funciona mejor que las soluciones existentes y crea cambios en diferentes formas de producto, servicio o método, y debe llegar primero a la sociedad. Por ejemplo, un teléfono celular no es en sí mismo un resultado socialmente innovador, pero puede usarse para diagnosticar alguna enfermedad.

Finalmente, de acuerdo con Alves., Luz y Silva. (2019, pág. 119), es notable que, a lo largo de las décadas, el emprendimiento ha cambiado, influenciado por el desarrollo de tecnologías y, más recientemente, por el desarrollo de Internet, con la aparición de grandes datos, inteligencia artificial e Internet de las cosas, que causan grandes cambios en los futuros modelos de negocio. (OCDE, 2016; OCDE, 2015). En este sentido, el nexo de innovación, emprendimiento y competitividad representa un verdadero desafío para la economía (Herman, 2018), y para el emprendedor no solo en la forma de crear un negocio, sino también de hacerlo sostenible.

Referencias

Alves, RA., Luz, MV., Silva, ASL. (2019). Emprendimiento 4.0: conceptos y definiciones. *Revista de Emprendimiento y Gestión de Micro y Pequeñas Empresas* V.5, N°1, p.119-136.

Calanchez Urribarri, Á., Ríos Cubas, M., Zevallos Aquino, R., Silva Peralta, F. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXVIII, núm. 1. Universidad del Zulia, Venezuela. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28069961020>

Ponce Valdez, P., Jácome Santos, X. (2021). La innovación y su incidencia en emprendimientos de los graduados de marketing de la ULEAM. *ECA Sinergia*. Vol.12 No.1, p.p 43-58.