



Estrategias de innovación y percepción del entorno

Innovation strategies and perception of the environment

Estratégias de inovação e percepção do ambiente

Juan Carlos Mancheno-Ricaurte ^I

jmanchenor@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4202-8346>

Rosa Marieta Ambi-Infante ^{II}

rosa.ambi@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-8653-2707>

Correspondencia: jmanchenor@unach.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 06 de mayo de 2024 * **Aceptado:** 17 de junio de 2024 * **Publicado:** 17 de julio de 2024

- I. Doctor en Ciencias de la Empresa, Economista, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ingeniería, Carrera de Ingeniería Industrial, Riobamba, Ecuador.
- II. Abogada de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador, Máster en Género e Igualdad, Programa de Doctorado en Derecho de la Universidad de Murcia, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Resumen

Actualmente debido a los cambios rápidos que viven las empresas, respecto a la situación económica, tecnológica y empresarial, es fundamental enfocarse en la toma de decisiones que afecten el futuro de la organización, por ello se analiza las diferentes conductas al momento de tomar acciones en la planificación, a través de la aplicación de encuestas a 149 empresas de carácter familiar, se encuentran evidencias de que la orientación familiar afecta de manera positiva al momento de considerar estrategias de innovación en diferentes ambientes de percepción del entorno económico.

Palabras clave: Innovación; Estrategias; Percepción del entorno; Empresas familiares.

Abstract

Currently, due to the rapid changes that companies are experiencing, regarding the economic, technological and business situation, it is essential to focus on making decisions that affect the future of the organization, which is why the different behaviors are analyzed when taking actions in planning, through the application of surveys to 149 family businesses, evidence is found that family orientation positively affects when considering innovation strategies in different perception environments of the economic environment.

Keywords: Innovation; Strategies; Perception of the environment; Family businesses.

Resumo

Atualmente, devido às rápidas mudanças que as empresas vivem, no que diz respeito à situação econômica, tecnológica e empresarial, é fundamental focar na tomada de decisões que afetam o futuro da organização, razão pela qual os diferentes comportamentos são analisados na tomada de ações no planejamento. , através da aplicação de inquéritos a 149 empresas familiares, são encontradas evidências de que a orientação familiar afeta positivamente quando se consideram estratégias de inovação em diferentes ambientes de percepção do ambiente econômico.

Palavras-chave: Inovação; Estratégias; Percepção do ambiente; Empresas familiares.

Introducción

Los estudios que se refieren a la empresa familiar se han preocupado en qué medida la participación de la familia dificulta o facilita los procesos de innovación, por ello se ha hecho necesario entender como la orientación familiar y la percepción económica afecta en la definición de estrategias de innovación.

Según los resultados de la Encuesta Mundial de la Empresa Familiar (PwC, 2018), la urgencia de innovar, el impulso de capacidades necesarias para enfrentar adecuadamente y el entorno económico son los grandes desafíos a los que se enfrentan las empresas familiares en la actualidad del contexto empresarial.

También algunas propuestas indican que la incertidumbre del entorno es vista de diferente forma por las empresas, lo que conlleva a tomar decisiones, en varias direcciones, ante una percepción positiva del entorno, esta podría favorecer la adopción de innovaciones en la empresa, en tanto que una percepción negativa sería desfavorable para realizar innovaciones en la empresa. Lo anterior sería considerado como algo normal, sin embargo, algunos estudios aportan que más bien sucede lo contrario, a entornos inciertos mayor es la necesidad de innovación en la empresa, y ante entornos estables menor innovación es la respuesta de las empresas, además en el campo de la empresa familiar pueden existir ciertas particularidades. Según el enfoque socioemocional, las empresas son más innovadoras cuando su desempeño es inferior al aspirado (Miller et. al, 2015). De la misma manera en situaciones económicas adversas puede surgir un comportamiento más arriesgado que promueva las innovaciones para conseguir la continuación de la empresa.

Revisión de la Literatura

Percepción del entorno e innovación

Desde Schumpeter hemos sabido que la innovación es una fuente fundamental de fluctuaciones económicas. Después de su contribución a los ciclos económicos (Schumpeter, 1939), la relación entre la innovación y la dinámica del desarrollo económico ha sido ampliamente tratada en la literatura sobre las ondas largas después de la recesión de 1970.

La percepción económica-empresarial, que pueda tener una empresa impactara en la adopción de innovaciones en diferente grado, respecto a otras. Esto a su vez será matizado al considerar que existen diferencias entre la gestión de las empresas familiares y no familiares, incluso es necesario discernir en las empresas familiares de acuerdo con su edad, tamaño, generación, o sector.

Uno de los resultados más significativos es el expresado por Ozsomer et al. (1997) que, a pesar de los ciclos económicos, las empresas han mantenido sus procesos de innovación. Esto confirma de alguna manera la importancia de la acumulación tecnológica, Patel & Chrisman (2014) y presta un apoyo sustancial a la persistencia de las actividades innovadoras Con el tiempo (Geroski et al., 1997).

La innovación es un componente vital del comportamiento empresarial de las empresas y puede utilizarse para lograr ventajas competitivas y supervivencia. Sin embargo, la innovación no está siendo intensamente estudiada en el contexto de la actual crisis global, probablemente porque existe una creencia general de que la innovación no se produce durante las crisis económicas (Filippetti & Archibugi, 2010). Sin embargo, se ha estudiado la relación entre la innovación y la dinámica del desarrollo económico, según Filippetti & Archibugi (2010), se pueden esbozar dos hipótesis competidoras sobre la relación entre la innovación y los ciclos económicos: la innovación es cíclica y por lo tanto las empresas tienden a reducir sus esfuerzos de innovación durante los períodos de recesión; Y la innovación es anticíclica y las recesiones son un entorno fértil para que las empresas innoven.

Algunos autores han considerado el factor del entorno y su relación con el comportamiento innovador, específicamente en lo que se refiere a las empresas familiares (Cruz, 2007). La razón de esto es que las empresas familiares son de suma importancia, constituyendo por un lado la gran mayoría de las empresas de las economías europeas (Kraus et al., 2011).

La investigación proporciona algunas pruebas empíricas del efecto de la munificencia ambiental percibida sobre la innovación en empresas familiares. Se propone que las empresas familiares que operan en entornos que son inciertos pero generosos en términos de oportunidades muestran una mayor actividad innovadora que las empresas familiares en entornos más estables con menos oportunidades.

La innovación es comúnmente vista como la clave del éxito y es esencial para la supervivencia de la empresa. Pero la innovación y su relación con posibles determinantes es un tema complejo. El tipo de organización podría influir especialmente en la relación entre la innovación y sus determinantes (Damanpour, 1991).

En los tiempos actuales de inestabilidad económica, con algunos países percibidos como prácticamente al borde del colapso financiero, se supone que la orientación de la empresa familiar

a la supervivencia a largo plazo contribuye a evitar el pánico y la histeria general, facilitando así una economía más estable (Astrachan et al., 2002).

Los entornos hostiles se caracterizan por precarios escenarios industriales, una competencia intensa, climas de negocios inciertos y una relativa falta de oportunidades explotables.

Por otra parte, los entornos no hostiles o benignos proporcionan un entorno seguro para las operaciones comerciales debido a su nivel general de munificencia y riqueza en oportunidades de inversión y comercialización. Sobrevivir y prosperar competitivamente en un ambiente hostil es difícil para las grandes empresas establecidas.

En cambio, es generalmente desfavorable. En un ambiente hostil, la intensidad de la competencia ejerce más presión sobre la empresa. Por lo tanto, es necesaria una mayor necesidad de interconectar el comportamiento organizacional. Además, se dispone de menos holgura para la experimentación de nuevas estrategias, ya que tales entornos obligan a las empresas a orientarse más hacia la conservación de recursos financieros limitados. Como se argumenta la extensa toma de riesgos, la proactividad energética y un fuerte énfasis en la novedad pueden ser muy peligrosos cuando las condiciones de competencia se están volviendo más gravitantes. Este uso conservador de los recursos es contrario al importante papel de la experimentación y del descubrimiento inherentes a la proactividad.

En tanto la proactividad se refiere a tomar la iniciativa de recrear un entorno a la ventaja competitiva de uno (Chen, et al., 2004), la agresividad competitiva implica reaccionar a las tendencias competitivas ya existentes en el entorno. En tales condiciones, la explotación, es decir, la implementación y fortalecimiento de una base de recursos existente puede ser más relevante que la exploración. De este modo, la reacción a las condiciones competitivas se facilitaría en un entorno estable y determinado donde las reglas del juego son más evidentes e inalterables. La adaptación y la reacción son bastante difíciles si uno debe perseguir el objetivo constantemente en movimiento asociado con entornos dinámicos e inciertos.

Incertidumbre del entorno

La percepción de la incertidumbre del entorno económico empresarial describe a la falta de información como algo crítico en el entorno empresarial. La percepción del entorno considera la incertidumbre como un fenómeno perceptual y por lo tanto intrínsecamente subjetivo. Contiene tres componentes principales que los administradores de la organización pueden experimentar

como buscar comprender y responder a los cambios en el entorno de una organización, incertidumbre del estado, incertidumbre del efecto e incertidumbre de la respuesta.

La incertidumbre estatal se refiere a la situación en la que los administradores de la organización no se sienten seguros que entienden cuáles son los principales eventos o tendencias en un entorno son o se sienten incapaces de asignar con precisión las probabilidades a la probabilidad de que esos eventos o cambios particulares se producirá. Un empresario podría, por ejemplo, no estar seguro si un competidor introducirá un nuevo producto o si un proyecto de legislación pasará.

La incertidumbre del efecto denota la incapacidad de predecir la naturaleza del efecto de un futuro estado del entorno en la organización (es decir, una comprensión de las relaciones causa-efecto). Los empresarios pueden necesitar resolver esta incertidumbre y estar bastante seguros de que un cambio afectará a su organización antes de clasificar un cambio como una amenaza u oportunidad significativa. En términos de esta investigación, la certeza del efecto tendría que ser alta para que un cambio sea clasificado como una amenaza u oportunidad.

Las organizaciones deben innovar para obtener y conservar una ventaja competitiva, ya sea influyendo en su entorno o respondiendo a las cambiantes demandas organizacionales y de entorno, Damanpour, 1991).

La influencia de la incertidumbre del entorno sobre la innovación es un área que se beneficiaría de más investigaciones para comprender adecuadamente los impactos. Freel (2005) informó que hay investigaciones limitadas que examinan los efectos de la incertidumbre de entorno sobre la innovación.

La turbulencia del entorno más ampliamente conceptualizada es el paradigma de éxito estratégico en el cual se debe identificar y definir la turbulencia del entorno y cómo afecta el desempeño empresarial.

Ansoff proporciona cinco niveles de turbulencia de entorno: repetitivos, expansivos, cambiantes, discontinuos y sorprendentes, que necesitan ser sincronizados con las respuestas internas de una organización para ser más efectivos. En un extremo, el entorno repetitivo es aquel en el que nada cambia, es plácido y hay una absoluta previsibilidad.

Influencia del entorno en la innovación

Los investigadores (Tabla 1) han sostenido que la incertidumbre del entorno afectaría a todos los tipos de innovación organizacional que van desde externamente enfocados a enfocados internamente, así como aquellos que cambian la forma organizacional (Damanpour, 1991).

Cuando los cambios en la complejidad y la incertidumbre en el entorno externo aumentan, el nivel de orientación hacia la innovación también tiende a aumentar (Damanpour, 1991).

La influencia del entorno externo en las innovaciones de salida ha sido estudiada por Lichtenthaler (2009) con resultados que indican que el contexto ambiental y específicamente su intensidad competitiva influyen positivamente en las innovaciones abiertas de la firma (Lichtenthaler, 2009). Un entorno caracterizado por la turbulencia del mercado muestra cambios en la combinación de clientes y sus preferencias, y el aumento de la turbulencia del mercado se caracteriza por estilos, modelos y vidas de productos que cambian rápidamente.

La turbulencia tecnológica es otra dimensión estudiada en la evaluación del entorno externo de las organizaciones. La turbulencia tecnológica se refiere al grado y la tasa de cambio tecnológico relevante para los productos y procesos de la organización. Las empresas de los mercados de alta tecnología asignan mayores recursos a la tecnología para hacer frente a la incertidumbre creada por los cambios tecnológicos.

La investigación sobre la relación entre la innovación y el ciclo económico ha informado de hallazgos alternativos y ha conducido a conclusiones diferentes. Las expansiones económicas generan generalmente mayores beneficios y la capacidad de invertir en innovación, mientras que los menores beneficios experimentados durante las recesiones limitarían la capacidad de las empresas para invertir en innovación. Baldwin & Zhengxi (2002) consideraban la innovación como un proceso estratégico. Las empresas desarrollan innovaciones independientes de las condiciones económicas porque la supervivencia depende del desarrollo continuo de innovaciones, independientemente de las consideraciones del ciclo económico. También encontró evidencia de que la innovación no es sensible a las condiciones macroeconómicas. Sin embargo, la capacidad de innovar está impactada tanto por las condiciones internas como externas. Sin embargo, el compromiso con la inversión en innovación puede variar según el tamaño de la empresa, ya que las pequeñas empresas tienden a perseguir estrategias generadoras de ingresos durante las recesiones, mientras que las grandes tienden a centrarse en estrategias de reducción de costo

alternativamente, los períodos de recesión pueden conducir a una disminución en la innovación de la empresa.

La innovación implica el cambio y la industria de alta tecnología ha sido la herramienta más poderosa para fortalecer la competitividad nacional.

El impacto de las estrategias de innovación y las variables del entorno en el desempeño de las empresas en las industrias de alta tecnología ha sido menos asistido.

Las condiciones del ambiente afectan la estrategia de innovación de una empresa y su desempeño, Allred y Swan (2005) sugieren que el entorno la estrategia de innovación: el rendimiento de la empresa. Han reconocido que los factores de entorno externos pueden moderar el efecto de la orientación del mercado sobre el desempeño de la empresa. Freel (2005) propuso que el dinamismo implica un cambio continuo en tecnología, demanda del mercado y competidores y es una condición de entorno subyacente a la incertidumbre ya un mayor riesgo.

Priem & Butler (2001) encontraron que el entorno dinámico puede moderar el proceso de decisión estratégica y el rendimiento de la empresa. Las empresas en entornos hostiles reducen su innovación. Ting et al (2012) también encontraron que el entorno dinámico modera el efecto de externalización y el rendimiento de la empresa.

El entorno de la organización se ha demostrado que desempeñan un papel importante en la adopción de la innovación oportunidades y limitaciones en el entorno influir en la naturaleza y magnitud de la innovación (Damanpour 1991). Las influencias incluyen innovando en la cara de la adversidad para cumplir necesidades, encontrando el entorno demasiado hostil y complejo para la innovación, o tratar de alterar el entorno de la organización de manera que sean favorables a una agencia. La investigación sobre las organizaciones públicas ha insistido en la importancia del desarrollo social, ecológico económica y las restricciones políticas sobre la conformación de la acción organizativa. Satisfacer las necesidades sociales es una de las primarias los propósitos de las organizaciones públicas; de hecho, las organizaciones públicas sería poco probable que exista si no fuera por el descuido de los mercados libres para proporcionar algunos servicios clave.

El aumento de complejidad en el entorno de la organización reducirá el tiempo, los recursos y la capacidad de innovación porque el cumplimiento de diversas necesidades será exigente.

La incertidumbre es una de las cuestiones vitales afrontan las empresas en la actualidad. En este tipo de ambientes, los estudios se refieren a que la innovación es uno de los componentes más importantes de las empresas a largo plazo, refutando que la empresa con capacidad para innovar

logrará responder a los cambios del entorno de mejor manera y más velozmente que las empresas no innovadoras. Explicaciones parecidas maneja la literatura centrada en innovación de producto para destacar los resultados que tiene esta innovación para la empresa.

Especialmente, los cambios constantes que se originan en las necesidades del mercado exigen a las empresas el fomentar el desarrollo de nuevos productos para conservar sus beneficios económicos y la ventaja competitiva en los mercados.

Tabla N°1: Estudios sobre percepción del entorno e innovación

Autor (es)	Año	Concepto	Muestra y Análisis de datos	Resultados
Calabro, Andrea Frank, Hermann Minichilli, Alessandro Suess-Reyes, Julia	2021	Negocios familiares en tiempos de crisis	125 empresas de Bélgica Conceptual	Después del Covid y la crisis económica mundial, se refleja el papel importante de la orientación familiar para enfrentar los cambios y percibir las oportunidades
Uzkurt, Cevahir Kumar, Rachna Semih Kimzan, Halil Sert, Hanife	2012	La incertidumbre sobre la innovación organizacional	397 Pymes de Turquía Análisis de regresión	Cuando las empresas enfrentan altas turbulencias o incertidumbres tecnológicas y de mercado (demanda), experimentan niveles más altos de innovación empresarial.
Jurado, Kyle Ludvigson, Sidney C. Ng, Serena	2013	Midiendo la incertidumbre	500 meses de datos en el rendimiento de las acciones del	La incertidumbre macro es fuertemente anticíclica, explicando un componente mucho

			Centro para la Investigación de Precios de Valores (CRSP) durante el período (1960-2011) Análisis de correlación	mayor de la incertidumbre total durante las recesiones que en las no recesiones, y mucho más persistente que los agentes de incertidumbre comunes.
Allen, Peter M.	2014	Evolución: complejidad, incertidumbre e innovación.	Casos de estudio Conceptual	Los modelos dirigidos a predecir el comportamiento del sistema, por lo tanto, consisten en suposiciones de restricciones en el nivel micro, y debido a la inercia o la conformidad pueden ser aproximadamente ciertas durante un tiempo no especificado.
Ting, Hsiang-Feng Wang, Hsien-Bin Wang, Dja-Shin	2012	El papel moderador del entorno dinámico en la influencia de la estrategia de innovación y el desempeño de la empresa.	426 industrias de alta tecnología de Taiwan. Criterios financieros ROI, ROA.	Las preocupaciones del entorno parecen tener un impacto sustancial en la estrategia de innovación y el desempeño.

Nadkardi, Sucheta Barr, Pamela S.	2008	Contexto del entorno, cognición de gestión y acción estratégica. integrada Período de 25 años, de 1970 a 1994, en empresas (Clasificación Industrial Estándar de cuatro dígitos). Análisis de regresión		Encontramos que la velocidad de la industria influye en la estructura de las representaciones cognitivas, que a su vez influyen en la velocidad de réplica a las señales del entorno. Las variables de la industria y la cognición son fundamentales para desarrollar explicaciones de acciones estratégicas.
Lichtenthaler, Ulrich	2009	La innovación abierta y las influencias del entorno y su efecto sobre los resultados empresariales	136 empresas industriales de Alemania, Austria y Suiza. Modelo de regresión lineal (OLS)	El grado de turbulencia tecnológica, la tasa de transacción en los mercados de tecnología y la intensidad competitiva en los mercados de tecnología refuerzan los efectos positivos de la innovación abierta hacia el rendimiento de las empresas.
Bhattacharya, Utpal Hsu, Po-Hsuan Tian, Xuan Xu, Yan	2015	Qué afecta más a la innovación: la política o la incertidumbre política	43 países Regresión multivariante	La innovación, medida por el crecimiento en los recuentos de patentes, citas y originalidad, no se ve afectada, en promedio,

				<p>por la política vigente. Sin embargo, la innovación cae significativamente en tiempos de incertidumbre política medidos en las elecciones nacionales.</p>
Huisman, Kuno Kort, Peter	2015	Estrategia de inversión bajo incertidumbre	Teórico Modelos de ecuaciones	<p>En entornos económicos muy inciertos, el primer inversor siempre termina siendo la empresa más grande del mercado. Si la incertidumbre está moderadamente presente, un valor reducido de espera implica que el mecanismo de preferencia obliga al primer inversor a invertir tan pronto que no se puede permitir una gran capacidad.</p>
Jangga, Rohani Ali, Norlina M Ismail, Mazlina Sahari, Norshahniza	2015	Efecto de la incertidumbre del entorno y la flexibilidad de la cadena de suministro hacia la innovación.	Marco teórico Estudio exploratorio	<p>La flexibilidad de la cadena de suministro se ha convertido en una estrategia de gestión importante para lograr una ventaja competitiva y, por lo</p>

				tanto, las empresas ahora deben mejorar sus prácticas de gestión de la cadena de suministro para ser flexibles y responder a un entorno impredecible y para hacer frente a los cambios en los clientes.
Archibugi, Daniele Filippetti, Andrea Frenz, Marion	2012	El impacto de la crisis económica en la innovación: evidencia de Europa	200 empresas de los 27 Estados miembros de la UE, más Noruega y Suiza. Análisis de regresión	Antes de la crisis, es más probable que las empresas predominantes amplíen su inversión en innovación, mientras que después de la crisis, algunas pequeñas y nuevas empresas están listas para "nadar contra la corriente" al expandir sus gastos relacionados con la innovación.
Buganza, Tommaso Dell'Era, Claudio Verganti, Roberto	2009	Las relaciones entre el desarrollo de productos y el entorno turbulento.	5 empresas de telecomunicaciones italianas. Caso de estudio	En caso de turbulencia (tanto en el mercado como en la tecnología), las empresas retrasan el concepto de punto de congelación. Además, en el caso de la turbulencia tecnológica, también aprovechan las rápidas

				iteraciones del proyecto, mientras que en el caso de la turbulencia del mercado es más probable que adopten experimentos tempranos con clientes, proyectos formales y multifuncionales.
Freel, Mark S.	2005	Percepción de la Incertidumbre del entorno e innovación.	597 pymes del Reino Unido y Escocia. Análisis de regresión	Los innovadores novedosos parecen estar marcados por percepciones de incertidumbre en el mercado y en entornos tecnológicos, pero por percepciones de un entorno competitivo relativamente cierto o benigno.
Newkirk, Henry E. Lederer, Albert L.	2006	Información estratégica comprensiva e incremental. Planificación de sistemas en un entorno incierto	161 ejecutivos de empresas de computación. Ecuaciones estructurales (PLS)	Una mayor capacidad de cambio e impredecibilidad debilitó el impacto de la estrategia de información en el éxito. Por otro lado, a medida que el entorno se volvió más competitivo, la estrategia de información más

				integral llevó a un mayor éxito de la estrategia. Los planificadores deben esperar que el sistema de información integral sea menos efectivo a medida que aumentan los cambios y la imprevisibilidad, pero más efectivo a medida que aumenta la competencia.
Maitland, Elizabeth Sammartino, André	2015	Toma de decisiones e incertidumbre: el papel de la heurística y la experiencia.	17 entrevistas con 11 personas de una empresa minera australiana. Caso de estudio, análisis heurístico	La estrategia, como la proyección de acciones alternativas en los espacios de decisión de muchos actores y eventos, conlleva inherentemente incertidumbre. Como su estructura causal es altamente impredecible, tales entornos se caracterizan por una baja validez, que se argumenta para hacer que el juicio de los expertos sea poco confiable.
Karna, Amit Richter, Ansgar	2016	El papel del entorno en las capacidades,	115 estudios Metaanálisis	Los efectos en el rendimiento de ambos tipos de capacidades

<p>Riesenkampff, Eberhard</p>		<p>relación de desempeño financiero.</p>	<p>son positivos y de magnitud similar. El entorno dinámico refuerza los efectos de las capacidades tanto ordinarias como dinámicas. Además, los dos tipos de capacidades están estrechamente asociadas.</p>
-----------------------------------	--	--	--

Elaboración: Autores

Modelo de Investigación e Hipótesis

Perspectivas económicas e innovación en la empresa familiar

El crecimiento económico es la prioridad de cualquier país, por cuanto los grandes indicadores macroeconómicos afectan directamente el funcionamiento y desempeño de las empresas independiente del sector, antigüedad y tamaño. La percepción que tengan las empresas de la situación económica y sus perspectivas puede ser vista en algunos casos como amenazas, y en algunos casos como una oportunidad para tomar decisiones empresariales que puedan beneficiar a los intereses de la empresa. La actitud ante el riesgo en el momento de innovar que tenga la empresa familiar será dependiente de la perspectiva económica.

El comportamiento adoptado por las empresas puede ser muy heterogéneo, las empresas pueden responder de forma diferente a la crisis, dependiendo de sus propias características como es el caso de las empresas familiares. Varias investigaciones han encontrado que el proceso de innovación puede estar condicionada por la percepción que tengan las empresas de la situación económica, en gran medida depende de los ciclos económicos. Sin embargo, los resultados no muestran acuerdo en cuanto al significado de estos cambios. Mientras que algunos argumentos apuntan a la existencia de un comportamiento anticíclico en la evolución de la inversión en innovación, en otros casos, el razonamiento es el opuesto. (Vargas, et al, 2015)

Las inversiones en innovación podrían aumentar en tiempos de crisis si los rendimientos de la actividad de la empresa se redujeran de forma importante y esta se viera obligada a introducir innovaciones para mejorar su rentabilidad. De otra forma proponen que el comportamiento innovador de las empresas familiares se mueve en la misma dirección de la economía, es decir los efectos causados por las reducciones de la demanda asociadas a la crisis se trasladan a los resultados y a la disponibilidad de efectivo de la empresa, por tanto, se dispone de menores recursos financieros para destinarlos a actividades de innovación.

Algunos estudios concluyen que las empresas redujeron su inversión en innovación de forma significativa como consecuencia de la crisis, mientras que otras optaron por incrementar sus esfuerzos innovadores. (Vargas et al., 2015).

Es importante mencionar que las empresas no solo deciden la estrategia innovadora que realizan, sino que también deben determinar la intensidad con la que la llevan a cabo (Gómez et al, 2016), por ello es importante analizar el ciclo económico en el cual toman estas decisiones.

Diversos trabajos han puesto de manifiesto que en época de crisis se ha reducido el deseo de las empresas de invertir en innovación (OCDE, 2018; Archibugi et al., 2013). Sin embargo, otros trabajos revelan que algunas empresas mantienen o incluso aumentan sus actividades de innovación. (OCDE, 2018).

Hipótesis 1: Las perspectivas económicas se relacionan con la innovación en la empresa familiar

Orientación familiar y perspectivas económicas

La economía es objetivamente menos predecible en las recesiones que en tiempos normales, la incertidumbre es fuertemente anticíclica, explicando un componente mucho mayor de la incertidumbre total durante las recesiones que en las épocas de crecimiento, las preocupaciones del entorno parecen tener un impacto sustancial en la estrategia de las empresas en términos de innovación y desempeño.

La empresa familiar aborda especialmente su gobierno en un entorno de crisis porque su misión es de largo plazo, su escala de valores no acepta el oportunismo, su capital es paciente y se muestra muy sensato en decisiones arriesgadas pues se juega el patrimonio personal de quien lo posee y su prestigio. Una empresa familiar puede soportar de mejor manera la crisis y remontar rápidamente sus secuelas porque sus objetivos primordiales son el traspaso generacional y la conservación del patrimonio familiar.

Las empresas familiares mostraron que los recursos de conocimiento tienen quizás la mayor capacidad de todos los recursos para servir como fuente de ventaja competitiva sostenible, el conocimiento admite a una empresa pronosticar con mayor exactitud la naturaleza y el potencial comercial de los cambios en el entorno y la idoneidad de las acciones valiosas y tácticas, por lo tanto, una empresa familiar es más capaz de formular y explotar nuevas oportunidades de innovación. (Price, Stoica, Boncella, 2013).

Por su parte Ginebra (2001), se refiere a las empresas familiares como un motor de impulso técnico, pues sus plazos no son los mismos que los de otras empresas, lo que permite medir los efectos de la innovación de manera más justa, también otro factor importante es la riqueza socio-emocional que se ha definido como la más importante característica de la esencia de una empresa familiar (Berrone, Cruz, & Gómez-Mejía, 2012), lo que explica por qué se comportan de manera distinta ante la crisis.

Hipótesis 2: Existe una relación positiva entre Orientación Familiar y Perspectivas Económicas.

Metodología

La base de datos que se ha utilizado proviene del Barómetro del Observatorio de la Empresa Familiar de la Catedra de Empresa Familiar Mare Nostrum que realiza un estudio con periodicidad semestral sobre una muestra de empresas de la Región de Murcia.

Se compone de dos partes:

Parte general del Barómetro: Se estudian aspectos relacionados con la coyuntura económica, la evolución de la empresa. Asimismo, se incluyen medidas para conocer la confianza en el negocio y la contribución de la familia en su gestión u otros aspectos que especialmente preocupan a las familias.

Parte monográfica del Barómetro: se centra en cuestiones específicas de aspectos relevantes para la Empresa Familiar, normalmente con un fuerte componente coyuntural. El octavo Barómetro analiza la innovación en la empresa familiar.

La recogida de información se ha llevado a cabo a través de una encuesta electrónica, situada en la página web de la Cátedra Empresa Familiar Mare Nostrum UM_UPCT (<http://www.um.es/cef>).

Los resultados del Barómetro provienen de la opinión de 149 Empresas Familiares representativas del tejido económico regional y de las que una buena parte de ellas están asociadas a la Asociación murciana de la empresa familiar – AMEFMUR.

Resultados

Comprobación de las hipótesis

El modelo teórico propuesto fue aplicado a través de la estimación de un modelo de ecuaciones estructurales (ADANCO) que permitió probar nuestras hipótesis.

Encontrando en la hipótesis 1, lo propuesto se confirma, la percepción económica tiene una relación positiva al momento de innovar en empresas familiares, tal como indican algunos autores Filippetti & Archibugi, (2011).

Respecto a la hipótesis 2, existe una relación positiva entre Orientación familiar y las Percepciones económicas, pero con un valor bajo de correlación, esto significa que existe una mediación parcial. Esto es, independientemente de las perspectivas económicas, las empresas con una mayor orientación familiar innovan más (son planteamientos ajenos a la coyuntura), aumentando ligeramente cuando las perspectivas son buenas.

Conclusiones

- Se encontró que existen posiciones contrapuestas respecto a los temas investigados, tal es el caso de la percepción económica y la innovación, según algunos autores las empresas no innovan en épocas de crisis, en tanto, otros sugieren que, por tratarse de una estrategia competitiva de la empresa, las empresas aumentan o al menos mantienen procesos de innovación cuando la percepción de la economía no es favorable.
- De igual forma la literatura respecto a las empresas familiares y la innovación tiene opiniones contrapuestas, por un lado, varias investigaciones sugieren que las empresas familiares innovan menos que las empresas familiares por su natural aversión al riesgo, mientras otros estudios indican que las empresas familiares gestionan de mejor manera los procesos innovadores debido a su orientación a largo plazo.
- Las empresas familiares innovan más conforme existan mejores perspectivas económicas, debido probablemente a su característica de aversión al riesgo, adicional a ello la orientación familiar influye positivamente sobre el efecto de las perspectivas económicas. No obstante, independientemente de las perspectivas económicas, la mayor orientación familiar influye positivamente sobre la innovación.

- El impacto positivo que la innovación tiene sobre el crecimiento y la competitividad proporciona a las empresas familiares suficientes motivos para adoptar enfoques más proactivos. La teoría sugiere que las empresas familiares, debido a la discreción virtualmente invariable de los propietarios de las familias y la participación de los gerentes familiares, tienen una capacidad superior para innovar en comparación con sus competidores no familiares.

Referencias

1. Allen, P. M. (2015). Evolution: complexity, uncertainty and innovation. *The Evolution of Economic and Innovation Systems*, 145-170.
2. Allred, B. B., & Swan, K. S. (2005). The mediating role of innovation on the influence of industry structure and national context on firm performance. *Journal of International Management*, 11(2), 229-252.
3. Archibugi, D., Filippetti, A. & Frenz, M. (2012) Economic crisis and innovation: is destruction prevailing over accumulation? Working Paper No 6, Birkbeck College, University of London, 2-26.
4. Astrachan, J., Klein, S. & Smyrnios, K. (2002). The F-PEC Scale of Family Influence: A Proposal for Solving the Family Business Definition Problem. *Family Business Review*, vol. 15(1), 45-58.
5. Baldwin, J. y Zhengxi, L. (2002). Impediments to advanced technology adoption for Canadian manufacturers, *Research Policy*, 31(1), 1-18.
6. Berrone, P., Cruz, C. & Gómez-Mejía, L. (2012). Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research. *Family Business Review*, 25(3), 258-279.
7. Bhattacharya, U., Hsu, P. H., Tian, X., & Xu, Y. (2017). What affects innovation more: policy or policy uncertainty?. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 52(5), 1869-1901.
8. Buganza, T., Dell'Era, C., & Verganti, R. (2009). Exploring the relationships between product development and environmental turbulence: The case of mobile TLC services. *Journal of Product Innovation Management*, 26(3), 308-321.

9. Calabrò, A., Frank, H., Minichilli, A., & Suess-Reyes, J. (2021). Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity. *Journal of Family Business Strategy*, 12(2).
10. Chen, J., Zhu, Z. y Xie, H. Y. (2004). Measuring Intellectual Capital: a New Model and Empirical Study, *Journal of Intellectual Capital*, 5, 195-212.
11. Cruz, Claudio, (2007). Los Determinantes y las consecuencias de las Estrategias de Innovación: un análisis del sector manufacturero y de servicios de España, Trabajo de Investigación Programa de Doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona
12. Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
13. Delmas, M. & Toffel, M. (1997). Organizational Responses to Environmental Demands: Opening the Black Box. *Strategic Management Journal*, 1-56.
14. Filippetti, A. & Archibugi, D. (2010). Innovation in times of crisis: National Systems of Innovation, structure, and demand. *Research Policy*, 1-14.
15. Freel, M. (2005). Perceived Environmental Uncertainty and Innovation in Small Firms. *Small Business Economics*, 25, 49-64.
16. Geroski, P., Van Reenen, J. & Walters, C. (1997). How persistently do firms innovate? *Research Policy*, 26, 33-48.
17. Ginebra, J. (2001). Las empresas familiares: su dirección y su continuidad. *Revista Panorama*, México DF.
18. Gómez, J., Sención, P., & Vargas, P. (2016). ¿Ha cambiado la percepción de los obstáculos a la innovación en las empresas españolas durante la crisis?. *Economía Industrial*, No 400, 125-138.
19. Hadjimanolis, A. (1999). Barriers to innovation for SMEs in a small less developed country (Cyprus). *Technovation*, 19(9), 561-570.
20. Huisman, K. & Kort, P. (2013). Strategic Capacity Investment Under uncertainty. *CentER Discussion Paper*; Vol. 2013-003, Tilburg: Operations research. 1-34.
21. Jangga, R., Ali, N. M., Ismail, M., & Sahari, N. (2015). Effect of environmental uncertainty and supply chain flexibility towards supply chain innovation: An exploratory study. *Procedia Economics and Finance*, 31, 262-268.

22. Jurado, K., Ludvigson, S. & Ng, S. (2015). Measuring Uncertainty. *The American Economic Review*, 105(3), 1177-1216.
23. Karna, A., Richter, A. & Riesenkampff, E. (2016). Revisiting the role of the environment in the capabilities–financial performance relationship: A meta-analysis. *Strategic Management Journal*, 37, 1154-1173.
24. Kraus, S., Pohjola, M. & Koponen, A. (2011). Innovation in family firms an empirical analysis linking organizational and managerial innovation to corporate success. *Review of Managerial Science*.
25. Linchtenthaler, U. (2009). Outbound open innovation and its effect on firm performance: examining environmental influences. *R&D Management*, 39(4), 317-330.
26. Maitland, E. & Sammartino, A. (2015). Decision making and uncertainty: The role of heuristics and experience in assessing a politically hazardous environment. *Strategic Management Journal*, 36, 1554-1578.
27. Miller, D., et al. (2015). Resources and innovation in family businesses: The Janus Face of Socio-emotional Preferences. *California Management Review*, 58 (1), 20-40.
28. Nadkarni, S., & Barr, P. (2008). Environmental context, managerial cognition, and strategic action: An integrated view. *Strategic Management Journal*, 29, 1395-1427.
29. Newkirk, H. E., & Lederer, A. L. (2006). La eficacia de la planificación de sistemas de información estratégica bajo incertidumbre ambiental. *Información y Gestión*, 43(4), 481-501.
30. OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.
31. Ozsomer, A., Calantone, R., & Di Benedetto, A. (1997). What Makes Firms more Innovative? A Look at Organizational and Environmental Factors. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 12, 400-416.
32. Patel, P., & Chrisman, J. (2014). Risk abatement as a strategy for R&D investments in family firms. *Strategic Management Journal*, 35, 617-627.
33. Price, D., Stoica, M. & Boncella, R. (2013). The relationship between innovation, knowledge, and performance in family and nonfamily firms: an analysis of SMEs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2-14.

34. Priem, R. L., & Butler, J. E. (2001). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research?. *Academy of management review*, 26(1), 22-40.
35. Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. 1-385.
36. Ting, F., Wang, H. & Wang, D. (2012). The moderating role of environmental dynamism on the influence of innovation strategy and firm performance. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(5), 517-520.
37. Uzkurt, C., et al. (2012). The Impact of Environmental Uncertainty Dimensions on Organisational Innovativeness: An Empirical Study on SMEs. *International Journal of Innovation Management*, 16(2), 1-23.
38. Vargas, P., González, J., & Palomas, S. (2015). Crisis económica y estrategia de innovación en las empresas españolas. *Cuadernos Económicos de ICE*, (89).

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).