

INCIDENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA RADICALIDAD DE LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS. Estudio empírico en el contexto colombiano.

Carolina Hidalgo-Restrepo, Universidad Nacional de Colombia

Julia Clemencia Naranjo-Valencia, Universidad Nacional de Colombia

La innovación de producto y en particular su radicalidad, es considerada hoy fundamental para el crecimiento empresarial y desarrollo económico de los países, por esto es creciente la investigación que se centra en estudiar qué factores la determinan. La cultura organizacional se considera un importante determinante, en razón a que la cultura al influir en el comportamiento de los empleados puede facilitar la innovación radical. Este trabajo analiza cómo la cultura organizacional tiene efecto sobre la radicalidad de la innovación en productos y si este efecto está moderado por variables internas como la inversión en I+D y por variables externas como la incertidumbre del entorno. Las relaciones se contrastan mediante un análisis de regresión lineal en una muestra de empresas industriales colombianas. Los resultados indican que empresas culturas orientadas a lo externo tienen mayor incidencia en la radicalidad de la innovación de productos que aquellas orientadas a lo interno, además que ni la incertidumbre del mercado ni la investigación y desarrollo moderan la incidencia de la cultura organizacional en el grado de radicalidad de la innovación.