



HACIENDO DE LA INNOVACIÓN UN HÁBITO

JUAN CARLOS LEIVA

Leiva Bonilla, Juan Carlos, autor

Haciendo de la innovación un hábito / Juan Carlos Leiva Bonilla -- Primera edición. -- Bogotá: Ecoe Ediciones, 2025.

82 páginas, il., col.; 23.5x32 cm

(Economía, finanzas, empresa y gestión. Innovación disruptiva).

Incluye datos curriculares del autor -- Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-508-463-6 (impreso) - 978-958-508-464-3 (pdf) -

978-958-508-465-0 (digital)

1. Innovación -- pilares 2. Innovación desde la gestión 3. Gestión del cambio

4. Empresas innovadoras – casos de éxito 5. Innovación disruptiva 6. Cultura

innovadora en empresas I. Leiva Bonilla, Juan Carlos, autor

CDD: 658.4063 Ed. 23

nla



Área: Economía, finanzas, empresa y gestión

Subárea: Innovación disruptiva

ECOE
EDICIONES



© Juan Carlos Leiva

© Ecoe Ediciones S.A.S.

info@ecoeediciones.com

www.ecoeediciones.com

Carrera 19 # 63 C 32

Teléfono: (+57) 321 226 46 09

Bogotá, Colombia

► Cita sugerida:

Leiva, J.C. (2025). *Haciendo de la innovación un hábito*. Ecoe Ediciones.

Primera edición: Bogotá, 2025

ISBN: 978-958-508-463-6

e-ISBN (PDF): 978-958-508-464-3

e-ISBN (ePUB): 978-958-508-465-0

Directora editorial: Ana María Rueda G.

Coordinadora de producción editorial:

Alejandra Rondón Forero

Asistente administrativo editorial: Edwin Corzo S.

Corrección de estilo: Daniela Pérez

Diagramación: Paula Andrea Cubillos

Carátula: Yillian Garnica

Impresión: Carvajal Soluciones de Comunicación

S.A.S. Carrera 69 # 15 - 24

La reproducción total de esta obra, ya sea en formato físico o digital, está estrictamente prohibida sin la autorización expresa del titular de los derechos. Asimismo, cualquier reproducción parcial de este libro, con o sin fines comerciales, en formato físico o digital, requiere la autorización previa.

CONTENIDO

PRÓLOGO	IX
CAPÍTULO 1. CUATRO PILARES Y DOS EJES TRANSVERSALES PARA CONSOLIDAR LA INNOVACIÓN	1
CAPÍTULO 2. DIRECCIONALIDAD	11
CAPÍTULO 3. PROCESOS	17
CAPÍTULO 4. CULTURA	27
CAPÍTULO 5. PERSONAS	31
CAPÍTULO 6. LIDERAZGO	37
CAPÍTULO 7. EL CONTEXTO	41
CAPÍTULO 8. EL SIGUIENTE PASO	43

EPÍLOGO. ACCIONES PARA EJECUTAR Y ERRORES POR EVITAR.....	47
REFERENCIAS.....	65
ACERCA DEL AUTOR.....	67
AGRADECIMIENTOS.....	69

Sistema de Información en Línea



Al final del libro encontrará la información para ingresar al **Sistema de Información en Línea - SIL** - donde podrá tener acceso a varios videos, un artículo, al igual que un blog que le ayudará a profundizar en el tema.



PRÓLOGO

Quince empresas inspiradoras

¿De qué forma puede una empresa —especialmente si es pequeña o mediana (pyme)— consolidar la innovación, que esta sea parte de su quehacer y se “grave” en su ADN? ¿Y cómo hacerlo en el contexto latinoamericano, tan distinto al que vemos en la mayoría de los libros que tratan esta temática?

Esas preguntas han rondado en mi cabeza desde hace mucho tiempo. Cuando escribí mi anterior libro sobre el tema (*Empresas innovadoras: cómo empezar a innovar sin gastar una fortuna y con poco riesgo*) me dirigí a las personas que lideran empresas —particularmente pymes— que estaban por dar sus primeros pasos en la materia. Con ese libro ayudé (eso espero yo) a que las empresas dieran ese primer paso. Pero una vez dado, necesitamos seguir caminando, que la innovación no sea un único momento exitoso (o no exitoso, porque igual sucede muchas veces), sino que se convierta en algo que la empresa haga de manera constante y metódica.

Pero ¿cómo lograr eso? A mí me consta que se puede y conozco empresas que lo hacen. Algunas de ellas me sirvieron de ejemplos en mi libro anteriormente señalado. Entonces, ¿cómo hacer para que una empresa ya madura, que ha pasado el “valle de la muerte” logre inyectarse la energía necesaria para innovar de forma constante y metódica? Como profesor e investigador en el campo de la administración de empresas interactúo constantemente con diversas empresas y conozco de primera mano que, en muchos casos —por no decir la mayoría—, ellas “sobreviven” en lugar de crecer y perdurar.

Este libro se basa en casos de empresas que han crecido y perdurado por medio de la innovación en América Latina. Con el fin de conocer de primera mano esos casos y con la invaluable ayuda de queridos amigos, pude contactar y visitar en persona dos empresas en el estado de Aguascalientes, México, tres en Bogotá y seis en Medellín, Colombia. Además, en Costa Rica visité cuatro.

En Aguascalientes visité **Yaskawa**, una firma mexicana subsidiaria de una japonesa que busca crear tecnologías para la automatización y optimización de fábricas, así como aplicaciones mecánicas que generen entusiasmo en sus clientes. Además, visité **Rancho Medio Kilo**, que busca el desarrollo de agrotecnología que permita mejorar los procesos productivos e incrementar el nivel de producción de alimentos.

En Bogotá conocí a **Glya**. Esta empresa genera una experiencia más humana, pero al mismo tiempo eficiente para las personas enfermas, convirtiendo el hogar del paciente en el epicentro de atención en salud por medio de inteligencia artificial. Por su parte, **Vinzeta** es pionera en la producción de vinos nacionales en Colombia que, por medio de la calidad, el servicio al cliente y la innovación se ha reinventado para permanecer vigente en el mercado desde 1937. Finalmente, estuve en **Labfarve**, un laboratorio referente internacional en farmacología vegetal que ofrece productos certificados y sostenibles a partir de material vegetal fresco.

En Medellín conocí seis compañías. Una de ellas es **Colombia Cycling**, que ha logrado ubicar a la bicicleta como eje central de toda una experiencia cultural y de aventura, siendo reconocida por ello con el premio otorgado por ProColombia (entidad colombiana promotora del turismo) y el Gobierno nacional como la mejor experiencia de turismo de Colombia. Entretanto, **Alsec** se posiciona desde hace varios años entre las cinco empresas más innovadoras en Colombia al proponer una serie de soluciones funcionales a partir de otra forma de entender cómo debemos alimentarnos. Además, conocí a **TGM Publicidad**, una agencia de publicidad donde las ideas frescas y la innovación son el pan de cada día.

Skudmart es otra firma premiada por su capacidad innovadora. Esta empresa ha logrado ver la muerte desde la óptica de la innovación y generar valor a través de la humanización de la forma de tratar el fin de la vida. **Hugger Island** es una empresa social altamente innovadora que mezcla una narrativa transmedia con diseño social para desarrollar la inteligencia emocional de las poblaciones con las cuales trabaja. Por su parte, **Pelagus Drones** destaca por generar una disrupción en labores de observación y vigilancia, fotogrametría, ortofotografía, producción cinematográfica y agricultura por medio de tecnología de drones.

Ahora bien, en Costa Rica las cuatro empresas visitadas fueron **Kemical**, premiada por el gobierno de este país como pyme innovadora y que mediante la elaboración de soluciones integrales de limpieza y desinfección tiene como propósito proteger la salud y el bienestar de las personas; **Astek**, otra firma premiada por el Gobierno

costarricense por su desempeño innovador que crea aromas, sabores y colores para sus clientes con el fin de ayudarlos a innovar y diferenciarse. En **Industrias Mafam** persiguen el propósito de crear una fábrica de bienestar que produzca *snacks* saludables que nos llenen la vida. **Carmioli Industrial** es una pequeña empresa de ocho colaboradores que funde aluminio y bronce para luego producir bienes para la industria de la construcción. Allí pude constatar cómo una organización de pequeñas dimensiones puede ser innovadora, certificada y gestionada de modo muy profesional.

Estas quince empresas han logrado consolidar la innovación como parte de su quehacer y en su conjunto representan lo que como región deberíamos aspirar a tener en nuestro tejido empresarial. Varias de ellas han sido premiadas y reconocidas públicamente por su innovación. Además, en este grupo tenemos empresas que emplean a más de cien personas, pero otras a menos de diez. Todas ya pasaron por el “valle de la muerte”; muchas han sobrepasado los diez años de operación y un par incluso cincuenta y ochenta años. Algunas son lideradas por mujeres y en todos los casos hay grupos de trabajo conformados por personas apasionadas y motivadas por innovar. Algunas se encuentran certificadas, venden en mercados internacionales o son aliadas de firmas multinacionales. Otras se mantienen a pequeña escala, pero perduran, progresan y ya piensan en la sucesión, el legado y la continuidad.

Por lo demás, todas estas empresas compiten en mercados aguerridos y nadie les ha regalado nada. Están sujetas a entornos competitivos muy complejos, con muchísimos retos, con competidores no solo locales, sino también internacionales. Tampoco han estado exentas de atravesar tiempos difíciles, de crisis, de momentos donde han estado a punto de tirar la toalla o irse a la quiebra. En ese sentido, no son diferentes del resto de empresas que hay en nuestra región. Empero, todas son lideradas por personas altamente innovadoras, apasionadas por su trabajo y convencidas del valor de la innovación. Todas ellas me inspiraron y en este libro espero compartir esa inspiración.

Ahora, entremos en materia. ¿Cómo estas empresas han logrado hacer de la innovación un hábito?