# GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL




## HIDALGO NUCHERA, ANTONIO;HERRERA GONZÁLEZ, RAFAEL

| | |
|---|---|
| **Editorial** | DIAZ DE SANTOS |
| **Materia** | Innovación empresarial |
| **Colección** | Gestión de Empresas |
| **EAN** | 9788490526026 |
| **Status** | Normal |
| **Páginas** | 247 |
| **Tamaño** | 240x170x0 mm. |
| **Precio (Imp. inc.)** | 28,00€ |

### SINOPSIS

Desde las últimas décadas del siglo pasado a la innovación se le ha venido reconociendo su carácter estratégico para transformar los recursos y capacidades internas de la empresa en ventajas competitivas sostenibles, con independencia del sector en el que desarrolle su actividad. Si a este reconocimiento se une el nuevo escenario mundial que se caracteriza por la irrupción de tecnologías (microchips, 5G, digitalización, inteligencia artificial y computación cuántica, entre otras) que se están convirtiendo en el elemento central de los grandes equilibrios geopolíticos internacionales, y la necesidad de hacer frente a los cambios externos impulsados por la globalización y puestos de manifiesto por diferentes crisis recientes (pandemia COVID-19, invasión de Ucrania, riesgo de colapso del comercio mundial por la falta de suministros, conflicto en Irán), la respuesta tiene que ser la constante búsqueda de agregación de valor. La experiencia pone de manifiesto que esta búsqueda debe basarse en un conjunto de pilares entre los que se encuentran el liderazgo, el talento, la capacitación y la innovación. El hecho de que la innovación constituye uno de estos pilares ha sido confirmado por P. Aghion, P. Howitt y J. Mokyr, Premios Nobel de Economía 2025, en reconocimiento por sus aportaciones en la explicación del crecimiento económico impulsado por la innovación. En este contexto, para las empresas aparecen dos retos claros: el primero ¿cómo incorporar la innovación a nivel estratégico en su ADN? y el segundo ¿cómo lograr una gestión eficiente de ella? La innovación no se centra exclusivamente en el ámbito tecnológico, y la idea inicial de concentrarse solamente en productos tangibles ha cambiado. Cada vez se extiende en mayor profundidad a otros ámbitos de la gestión empresarial como los servicios, las cadenas de suministro, las actuaciones de carácter comercial y organizativas, la incorporación de prácticas de economía circular y los aspectos ambientales, entre otros. Hoy es importante combinar diferentes tipos de innovación para s...

## Títulos relacionados




EL LIBRO DE LA NEGOCIACIÓN 6ª EDICIÓN
PUCHOL MORENO, LUIS




CAPITAL SOCIAL, EMPRENDIMIENTO E INNOVACION ABIERTA EN EL SIGLO XXI, EL
GONZALEZ MILLAN, JOSE JAVIER




HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE RIESGOS
BRAVO MENDOZA, ÓSCAR




MARKETING DEL DEPORTE
MANUEL ALONSO DOS SANTOS