

APOSTANDO POR LA INNOVACIÓN

Autores:

Mtra. Norma A. Martín Peña

Mtro. Oliver García Ramírez

Dr. Adrián Fco. Valdez Dorado



¿Te imaginas llegar a un hotel que es atendido en un 99% por robots?

Esto ya es una realidad en países de oriente. El hotel Henna en Tokyo¹, Japón, brinda la experiencia de interactuar –en todos los procesos que debas realizar durante tu estancia– con dinosaurios robotizados (la razón de este personaje es porque cerca se encuentra el parque Disney World). De un total de 100 habitaciones, sólo 2 personas atienden ese hotel; el resto sólo son robots. ¿No es sorprendente?

No sólo es asombroso sino preocupante porque es cada vez más obligatorio estar a la vanguardia tecnológica. Las compañías en México de cualquier tamaño tienen que estar actualizadas, preguntarse y conocer qué tendencias actuales existen en el mercado tecnológico, qué empresas han gestionado exitosamente sus proyectos y, mejor aún, identificar cuáles son las necesidades específicas de la región en donde se encuentran. No obstante, hace falta conocimiento, preparación, pero sobre todo iniciativa y curiosidad para estar al día de lo que sucede en otros lados, para identificar qué se puede adoptar al interior de las empresas.

2020, el año del cambio obligado

En México el brazo fuerte de la economía se encuentra en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Economía, Geografía y Estadística (Inegi) existen casi 4.2 millones de MIPyMES, que generan el 70% del empleo formal (ENAPROCE, 2018). A consecuencia de la situación que se ha vivido en todo el mundo, los negocios –chicos y grandes– han tenido que poner más atención en el uso de la tecnología para sus diversas operaciones, convirtiendo a la tecnología en su mejor aliado (Torres, 2020).

¹ www.hennnahotel.com/ginza/

Por eso, tanto emprendedores como empresarios deben estar abiertos a la **innovación**: buscarla ante todo porque sin ella no hay crecimiento ni productividad ni respuesta competitiva en el entorno empresarial. Es más, hay que reconocer que las profesiones con más demanda son las relacionadas con la tecnología y que áreas como la medicina se han visto sumamente beneficiadas por los continuos descubrimientos científicos y tecnológicos. Algunas de las principales tendencias tecnológicas que ya son una realidad en muchas áreas empresariales, y que es indispensable analizar para adaptar en los negocios, son: Internet de las cosas, inteligencia artificial, realidad virtual y realidad aumentada, Big Data y Smart Data, así como Ciberseguridad. Todas ellas sin duda, aportan al éxito y liderazgo de las compañías.

De acuerdo con Arturo Barrera (s.f.), algunos de los principales beneficios de la innovación tecnológica son:

- **Aumenta la competitividad frente a otras organizaciones de su sector de mercado:** cuando existe un departamento dentro de la empresa dedicado *exclusivamente* a estudiar y crear ideas de desarrollo desde la tecnología, aquélla está mejor preparada **competitivamente** que cualquier otra, por muy grande que la competencia pueda llegar a ser.
- **Mejora la eficiencia en la prestación de los servicios de la compañía:** la innovación tecnológica no solo ayuda a mejorar los procesos de producción, también logra enriquecer la calidad del servicio que se brinda a los usuarios y público en general.
- **Incrementa las ventas y el ingreso de nuevos clientes:** ¿qué cliente no prefiere lo *innovador*, y más si se le añade el valor agregado de *tecnología*? ¡Nadie! Todo consumidor siempre busca lo nuevo, aquello que ofrezca algo distinto a lo común. Hay que recordar que el cliente elige porque se le brinda o se le hace sentir cosas distintas.
- **Prepara a la empresa para enfrentar el futuro:** los productos se transforman, lo que hoy es tendencia ya mañana pasa de moda, pero la tecnología cada vez es más novedosa, y las empresas que trabajan de la mano de la innovación tecnológica saben que ésta es la mejor manera de prepararse para enfrentar los cambios del futuro. Además, **añade experiencia y aprendizaje** a todos los miembros de la compañía.

¿Cómo incorporar la innovación en la empresa?

La innovación hoy (y desde hace mucho tiempo) debe verse como un elemento indispensable por las empresas para subsistir. Las que no lo hacen arriesgan su permanencia en el mercado. Por ello, para las que están interesadas en navegar en este mar turbulento y cambiante, en primera instancia deben comprender lo que conlleva este significado: **innovación**.

De acuerdo con el documento *Conceptos sobre innovación*, de la Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería, por esta palabra se entiende que: *“es el proceso de transformar ideas en valor para la organización y los consumidores, el cual se inicia con la generación de ideas, pasando por un tamizaje de viabilidad, hasta la implementación de un nuevo o significativamente mejorado: producto –bien o servicio–, proceso, esquema de mercadeo o estructura organizacional de la empresa”*.

Ahora bien, ¿cómo motivar la generación de ideas dentro de las organizaciones? ¿Cómo transformarlas en propuestas de valor? ¿Cómo generar que sea éste un proceso continuo en negocios grandes o pequeños? Según una Encuesta de Innovación de Servicios Financieros realizada por Gartner en el año 2016, «la mayor amenaza para la innovación es la política interna y una cultura organizacional que no acepta el fracaso, no acepta ideas de fuera y / o no puede cambiar».

Es por ello que el primer paso para implementar una filosofía de innovación al interior de las empresas es justamente, que la misma administración o gerencia esté enfocada en ello y eso se comprueba a través de tres elementos clave:

- **Ambiente:** se da permiso para desafiar suposiciones, crear apertura a nuevas ideas, y dar libertad para experimentar, fracasar y aprender.
- **Talento:** se implementan programas de capacitación y desarrollo para la innovación, establecimiento y gestión de objetivos de desempeño en innovación y creación de equipos diversos.
- **Proceso:** se consideran fuentes amplias para la generación de ideas y tener un proceso para incubar conceptos innovadores.

Lograr que los negocios implementen esos tres elementos y consigan un entorno operativo eficiente es un desafío. No obstante, es imprescindible que se empiece a dar el paso. Los cambios tecnológicos siguen y evolucionan cada vez más rápido. Conforme la empresa adopte la ideología de que el cambio es una constante, responderá mejor a las innovaciones tecnológicas que se presenten aprovechando su impacto y fuerza en favor de su negocio, su oferta de productos o servicios y, por supuesto, de sus clientes.

Sobre los autores:

Mtra. Norma Angélica Martín Peña. Cuenta con más de 15 años de experiencia en la docencia universitaria, actualmente es profesora de asignatura en la Licenciatura En Gestión de Negocios y Proyectos en la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital. Fue Coordinadora Docente del Centro Universitario Continental y Coordinadora de Vinculación en la Universidad Interamericana para el Desarrollo (UNID), ambas instituciones en la ciudad de Pachuca. Ha publicado artículos y reportajes del ámbito de la mercadotecnia, publicidad y franquicias en revistas como Merca2.0, Expansión, Inversionista. Hoy en día es articulista en *Cactus*, revista del Valle del Mezquital. Tiene el Diplomado en Docencia Universitaria (IUNHi), Maestría en Mercadotecnia (UNID) y la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UAM-X).

Lugar de Adscripción: Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital.

E-mail: nmartin@utvm.edu.mx

Mtro. Oliver García Ramírez. Actualmente es Director de la Lic. En Gestión de Negocios y Proyectos e Investigador en la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital, fue Director de Vinculación y Extensión en el Instituto Tecnológico del Occidente del Estado de Hidalgo y Profesor Investigador en la Universidad Tecnológica de Tula – Tepeji; Doctorante en Administración (UAQ), Maestro en Administración (UVM) y Licenciado en Informática (ITP).

Lugar de Adscripción: Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital.

E-mail: ogarcia@utvm.edu.mx y olivergr70@gmail.com

Dr. Adrián R. Valdez Dorado. Estudió el Doctorado en Ciencias Económico – Administrativas (UAT), la Maestría en Administración de Empresas (COLESH), la Ingeniería en Tecnologías de Información (UNID) y TSU en Sistemas de Información y Comunicación (UTVM). Es empresario de un negocio familiar dedicado a los insumos agrícolas con zona de influencia en el Valle del Mezquital y es profesor en la UTVM.

Lugar de Adscripción: Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital.

E-mail: avaldez@utvm.edu.mx

BIBLIOGRAFÍA

- Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018. Recuperado de:
<https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/#Documentacion>
- Torres, D. Pymes e México y su gran aliado en 2020: la transformación digital. 11 de agosto de 2020. Recuperado de <https://www.compusoluciones.com/blog/pymes-mexicanas-en-2020/>
- Barrera, A. (s.f.). Beneficios de la innovación tecnológica en las empresas. Recuperado de:
<https://www.nextu.com/blog/beneficios-de-la-innovacion-tecnologica-en-las-empresas/>
- La innovación reside en la cultura empresarial. 18 de febrero de 2017. Recuperado de:
<https://forbes.es/empresas/10376/la-innovacion-reside-en-la-cultura-empresarial/>
- García, F. Conceptos sobre innovación. Plan estratégico 2013-2020. Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. Octubre 2012.