

Innovación vs. renovación: claves para las MiPyMES que quieren ser innovadoras

Andrea Saavedra

Estudiante de Economía de la Universidad EAN

Resumen

El artículo presenta algunas claves para enfrentar una problemática general en la mayoría de PyMES: iniciar un proceso de innovación y decidir cómo hacerlo. La mayoría de empresas no tienen un modelo de negocio definido y la desconfianza por lo nuevo no les permite realizar cambios que mejoren su empresa lo cual, con el tiempo, no les permite avanzar. Implementar la innovación en una PyME no requiere de altas inversiones, la clave está tener un pensamiento flexible, actualizarse y definir la estructura de la empresa por procesos.

Palabras clave. Innovación, renovación, empresa, productos.

Introducción

Colombia es uno de los países con mejores perspectivas económicas en la región para los siguientes cinco años. Esto se demuestra con la amplia confianza que tienen los inversionistas al venir al país e invertir en nuevas empresas y desarrollar nuevos productos y servicios. Además, hay que resaltar el crecimiento del sector industrial, que cada vez está tomando más fuerza y posición en la economía de consumo, especialmente, en actividades relacionadas con la producción de sustancias y productos químicos con un 14.1%, la refinación del petróleo con un 12.2% y el resto de sectores industriales con un 16.8%, (figura 1), que están conformados por grandes empresas nacionales y multinacionales que poseen un alto nivel de infraestructura y poder en el mercado.

Sin embargo, no todos los subsectores son liderados por grandes empresas. Es relevante anotar que las “PyMES, conjuntamente con las microempresas, representan al menos el 90% del parque empresarial nacional y generan el 73% del empleo y el 53% de la producción bruta de los sectores industrial, comercial y de servicios” (Rodríguez, 2003).

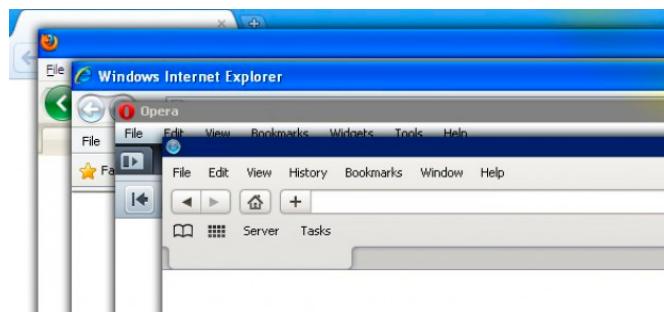
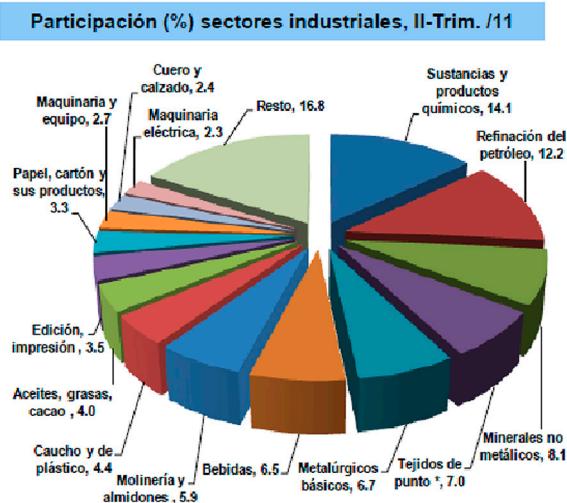


Figura 1. Porcentaje de participación de los sectores industriales.



Fuente. Informe de Industria-Agosto 2011, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El camino de la innovación

La importancia de la pequeña y mediana empresa en Colombia es significativa y no se le está prestando la atención necesaria para que sean empresas con un alto nivel de innovación, tecnología y desarrollo, tres palabras que, en principio, a más de un empresario le pueden causar un dolor de cabeza, pero son la clave para que logre ser competitivo y pueda ir al ritmo de la economía mundial y aunque se intente implementar este modelo en la estructura de las PyMES, una problemática que enfrentan la mayoría, sin decir, que todas es que no tienen un modelo de negocio definido y la desconfianza por lo nuevo no les permite avanzar, realizar cambios que mejoren su empresa y sea sostenible en el tiempo.

Pero si usted, es un empresario que quiere innovar y no desea morir en el intento ni quedarse fuera

del mercado, debe tener claros ciertos conceptos antes de hacer cualquier cosa. Primero, el de innovación y de qué forma lo puede adaptar a su empresa. La definición de innovación, es múltiple, pero el factor en común entre todas lleva a definirla como la forma de “desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que generen valor para las organizaciones y está relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios” (Vesga, 2008), esta definición es amplia y muy precisa de lo que significa innovar en la empresa, especialmente cuando es pequeña o mediana.

Es importante tener claro que la innovación se relaciona con el cambio y mejora continua de todos los procesos de su empresa, no lo confunda con la renovación. Renovar se limita a mejorar la imagen o algún detalle o elemento de sus productos o de alguna área de su empresa sin tener tanta relevancia en el producto final mientras que la innovación es crear, marcar la diferencia en el mercado y generar un valor agregado. Por ejemplo, la cedula de ciudadanía, usted debía renovarla pero es la misma identificación, que en vez de estar hecha de papel ahora esta hecha de plástico pero es el mismo documento con sus datos personales, que no tiene nada de diferente, ni tampoco se le creo algo nuevo. Por lo tanto, a la ahora de ser un empresario innovador no sólo sirve que usted conozca los conceptos y sepa que existen, hay que ir más allá, es decir, aplicarlo.

Recomendaciones

Cuando se implementa la innovación en los productos, aparte de pensar en generar más ingresos, también hay que pensar en brindar un producto de calidad y que genere experiencias al consumidor, es decir, qué obtiene a cambio su cliente cuando consume su producto. Por ejemplo, la empresa Coca Cola no solo brinda una bebida refrescante, sino que genera una experiencia a la persona que la consume, aparte de quitarle la sed también le da estatus en su círculo social, le brinda felicidad y una bebida de calidad.

Los productos ya no son los fines de los consumidores, hoy en día, son medios para llegar a otros fines, aquí nace el valor agregado, que elementos extra le brinda su producto a su cliente que ningún otro producto le puede brindar. Esto es necesario si se quiere avanzar hacia el mercado de consumo del futuro sin hacer a un lado al cliente.

Implementar la innovación en una PyME no requiere realizar una alta inversión en la empresa ni tampoco incrementar los costos. La clave está en tener un pensamiento flexible, en actualizarse y definir la estructura de la empresa por procesos. Ya no es suficiente con saber que existe y que solo las grandes compañías lo hacen parte de sus productos, sino que es necesario que todas las PyMES lo apliquen paso a paso para no morir en el intento y ser sostenibles en el tiempo.

Referencias bibliográficas

Rodríguez, A. (2003). *La realidad de la PYME Colombiana. El desafío para el desarrollo*. Bogotá: FUNDES.

Vesga, R. (2008). *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?* Bogotá: Universidad de los Andes.

