

# Emprendimiento e innovación: integración de las TIC y el sentido humanista



*¿Tiene sentido que un emprendedor desarrolle un producto o servicio que sólo privilegie la obtención de riqueza, a costa del equilibrio que debe existir con el crecimiento y desarrollo de sus grupos de interés, integrados por seres humanos?*

Jorge Enrique Silva Duarte

Es una realidad que la sociedad está inmersa y permeada por la llamada nueva revolución industrial, caracterizada por una nueva economía digital: Big Data, robótica, dispositivos móviles, impresión 3D, y una diversidad de *Apps* para posibilitar el mejor uso de la conectividad mediada por el internet y mejorar el flujo de transa-

cciones entre las personas y las organizaciones. Estas nuevas circunstancias que permiten a un emprendedor hacer innovaciones esenciales en la forma de hacer negocios, es necesario matizarlas con elementos humanitas, que le den el sentido a la aplicación de las tecnologías de información y comunicación.

*Los emprendedores deben actuar articulados al valor fundamental de todo emprendimiento que es la integridad. Emprendimiento sin valores es socialmente inútil.*

Parecería evidente que existe claridad sobre cuál es el gran propósito de la innovación basada en las TIC. La realidad demuestra que ése propósito se cumple parcialmente.

*Es evidente que cualquier emprendimiento e innovación con base en las TIC debe procurar el mejoramiento del bienestar de las personas y contribuir a la calidad de vida, como consecuencia de menores tiempos de ciclo y simplicidad transaccional con sentido humanista.*

En la práctica un emprendimiento mediado por las TIC, debe conducir a :

- Eliminar actividades que impliquen la presencia física del usuario o cliente, permitiendo más eficiencia en el proceso. Lo obvio es alcanzar una reducción sustancial de los costos transaccionales, entendidos como aquellos en los que incurren tanto la organización como la clientela o grupos de interés para realizar las actividades. Se esperaría que a menores costos transaccionales haya menores precios de venta para beneficio del consumidor y no sólo aumento de los márgenes de ganancia para el emprendedor.

- Contribuir a una de las finalidades existenciales de todo ser humano: ser feliz. La conectividad y las nuevas aplicaciones no han tenido el mejor efecto deseado en estas materias, en tanto que las organizaciones no emprendan transformaciones estructu-

rales y culturales en sus formas como se focalizan y ejecutan sus declaraciones misionales. Las organizaciones que trabajan con esquemas tradicionales de gestión, poco efecto logran con la sola adopción de TICs, en la búsqueda por mejorar en forma sustancial la experiencia emocional de las personas que integran sus diversos grupos de interés, que se sirven de la acción de la organización o empresa. Las nuevas tecnologías y la conectividad deben producir una mejora sustancial en la satisfacción (felicidad, beneficios buscados y realización eficaz) de los clientes, mediante un incremento espectacular del bienestar de la sociedad.

- Crear nuevos emprendimientos digitales con una estrategia que eleve el nivel de satisfacción y bienestar en la clientela, tendrá asegurada una ventaja competitiva importante. Imaginar cómo sería la calidad en una sociedad, si todas las transacciones que se deben efectuar para acceder a los servicios recurrentes, pudieran hacerse con el mínimo de desplazamientos físicos y al menor costo transaccional posible.

Desarrollar los ya nombrados atributos organizacionales es una decisión con amplio sentido humanista. Primero la gente y luego... lo demás. Sería pertinente reflexionar cómo sería una comunidad, donde las personas usen el tiempo liberado por menores tiempos de ciclo producto, donde realicen sólo las transacciones esenciales derivadas de diseños innovadores en organizaciones que, utilizando TIC, den respuestas a las grandes necesidades de bienestar existentes en todos los sectores de la sociedad.

## ¿Qué impide que los emprendimientos digitales contribuyan efectivamente al 100% con estas aspiraciones?

- Excesiva visión unidisciplinar en las profesiones relacionadas con las TIC. Los expertos en TICs están más focalizados y entrenados para desarrollar soluciones técnicas a problemas, con un enfoque de adentro hacia afuera y no a soluciones sistémicas, donde el centro de la innovación sea la satisfacción de las necesidades, expectativas y deseos de los diferentes grupos de interés.

- Baja apropiación de los conceptos de innovación, creación de valor y humanismo. Esta tríada, con enfoque antropocéntrico e integrado, busca desarrollar productos y servicios digitales que ofrezcan soluciones novedosas y reinventadas, reconociendo que el mejor enfoque humanístico práctico de una aplicación, es aquel que ofrece beneficios evidentes a las personas, como satisfacer sus necesidades, expectativas y deseos y, por tanto, estarían dispuestas a pagar algo por ello.

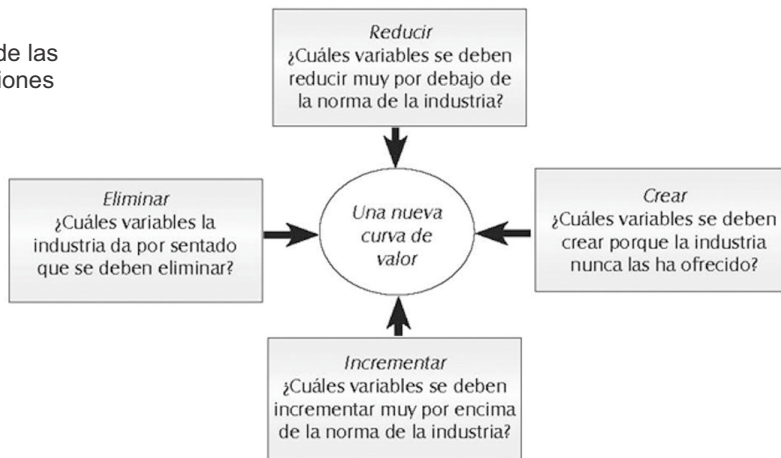
- Bajo nivel de alineamiento total entre estrategia, estructura, cultura y gestión humana. Todo desarrollo mediante aplicaciones con base en TICs, tiene que considerar que la innovación digital impactará con enfoque integrado la estrategia general de la organización, con sus estructuras lógicas, físicas, humanas y procesales, junto con el pensamiento colectivo y tangible del pensar, el sentir y el hacer de la organización, como valores compartidos.

- Emprender para crear “peajes” en los negocios.

*“El peaje como creación humana, desde la Edad Media, se estableció como el tributo que se exigía para que las personas o las mercancías pudiesen transitar por determinados puntos de las vías de comunicación, cruzar un río o un puente, acceder a una ciudad, etc. Se creó entonces, como un instrumento para recaudar recursos generales que no eran destinados necesariamente a construir y/o mantener la infraestructura por la que el pago del peaje autorizaba a cobrar; vale decir, el peaje funcionaba como un ente de recaudo a la usanza de una aduana interior”.*

*“Este concepto que tuvo este origen muy asociado para el desarrollo de las obras públicas, poco a poco se fue extendiendo a otros sectores de la sociedad, sin que de manera explícita esta evolución haya sido declarada. En los últimos tiempos se hace más evidente que los trazadores de los grandes negocios son la política y el derecho, creando nuevos productos y servicios para que analógicamente nuevos emprendedores desarrollen e implanten la nueva propuesta. La política, puesto que establece el contexto que da origen a este tipo de emprendimientos, definiendo el alcance en el cual hay espacio para operar, y el derecho que le da la fuerza normativa para que los emprendimientos así creados tengan algún grado de exigibilidad u obligatoriedad. Entonces, por aplicación analógica del concepto de peaje, se utiliza en esta opción, que permite desarrollar diversos emprendimientos que, en muchos casos, no tienen como finalidad la creación de valor desde la perspectiva del usuario/cliente, sino por el contrario, un modo de procurar ingresos derivados de nuevas regulaciones o*

Gráfico 1.  
Esquema de las cuatro acciones



*prácticas operacionales que establecen las organizaciones existentes para posibilitar el acceso de la clientela a productos y servicios”<sup>1</sup>.*

Infelizmente, muchos emprendimientos digitales operan como peajes, sin una verdadera creación de valor con sentido humano.

### Innovación e identificación de oportunidades para emprendimientos con base en TICs

La economía digital es un dinamizador para innovar negocios. Este proceso requiere de un método de análisis para identificar lo que produce la satisfacción de las necesidades de la clientela y lleve a descubrir nuevos mercados.

El emprendedor debe aprovechar el modelo de negocios que incorpore las TICs, para desarrollar valores agregados y consolidar relaciones sostenibles con la clientela, mediante una forma más sencilla de satisfacer sus necesidades.

Para la creación e innovación de negocios, Kim y Mauborgne<sup>2</sup> presentan

una herramienta poderosa, como se puede observar en el gráfico 1.

Cuando se trata de crear o innovar negocios, la combinación de las cuatro acciones: incrementar, eliminar, crear y reducir permite construir y consolidar una nueva propuesta de valor, en este contexto con base en las TICs.

Dentro de esta conceptualización, el término valor se refiere a los atributos y variables que aprecia un cliente y que, en el momento de la evaluación, no figuran dentro de la industria examinada. El cliente estaría dispuesto a pagar algo por su inclusión e inclinará su decisión de compra a favor del producto innovado.

### Desafíos para los emprendedores con base en TICs

- La cuarta revolución industrial cambiará modelos económicos, políticos y sociales a nivel global, transformando

1 SILVA DUARTE JORGE ENRIQUE. EMPRENDEDOR .ALFAOMEGA 2a. edición 2013. P.193

2 W.CHAN KIM y RENE MAUBORGNE.La Estrategia del Océano Azul. Cambridge :Harvard Business School Press,2005,p. 17

los métodos de trabajo y los modelos organizacionales, lo cual es una oportunidad para innovar y emprender.

- Cerca de la mitad de los negocios actuales se deberá reinventar en los próximos cinco años; organización que no lo perciba de esa manera perderá participación en el mercado y gradualmente desaparecerá. La conectividad y las nuevas aplicaciones acortarán la cadena de valor, aparecerán nuevos actores y eliminarán intermediarios para el acceso a productos y servicios.
- Las profesiones -aparte de su formación disciplinar- deben redefinirse, mediante la incorporación de enfoques transversales para todas ellas. Lo

razonable y conveniente es desarrollar competencias (saber-hacer) en TICs, gestión de organizaciones, emprendimiento, humanismo y lenguas modernas (*aquellas usadas en el mundo de los negocios, la política y las relaciones internacionales*).

- Los consumidores harán uso del poder negociador, en donde la demanda de productos y servicios será la fuerza vital que active la operación de los negocios.
- El comercio electrónico será una alternativa efectiva para emprendimientos en áreas tradicionales.
- La ética en los negocios digitales será un elemento esencial y diferenciador. 🌐

**Jorge Enrique Silva Duarte.** Administrador de Empresas UNAB, Máster Business Administration MBA, del Instituto de la Empresa IE de Madrid, España. Máster of Science MSc. Universidad de Quebec Canadá. Doctor Honoris Causa in Management. Doctor of Philosophy PhD(c). Estudios en Management: Université Catholique de Lovain, Bélgica; Ecole des Hautes Etudes Commerciales-HEC, Francia; Università Luigi Bocconi, Italia; International Management Institute, Suiza. Alta Dirección en London Business School, U.K. Ha sido Decano, Vicerrector y Rector Universitario; Presidente de Accreditation Council for Business Schools & Programs de los Estados Unidos - ACBSP (USA). Vicepresidente y presidente de empresas; miembro de juntas directivas, consultor y profesor universitario en Estrategia y Emprendimiento. En la actualidad, es empresario y consultor. Autor de los libros "El perfil del Empresario", "De la Administración tradicional a la administración por calidad", "Cómo iniciar su propio negocio", "Emprendedor. Hacia un emprendimiento sostenible", Alfaomega 2013.