

Desafíos de los Negocios en una Era Impactada por la Innovación

Natalia Carolina Gómez Rojas

Trabajo de grado

para optar para el título Negociadora Internacional

Dirigido por:

Humberto Librado Castillo

Docente

Universidad Santo Tomas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2020

Resumen

Este trabajo presenta algunos desafíos con los cuales se pueden enfrentar en la actualidad los emprendedores al querer diseñar y desarrollar un modelo de negocio en un mercado en el cual la innovación va en auge representando un aspecto bastante importante debido al impacto que ha generado. Mediante mi experiencia obtenida cursando el Diplomado en Innovación y Negocios en la Industria 4.0 realizado con la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla UPAEP pude identificar los principales retos que se presentan en el mercado a nivel global.

Palabras Clave: Innovación, marketing, modelo de negocios, negocios sociales, neurociencia

Abstract

This work presents some challenges that entrepreneurs can face today when they want to design and develop a business model in a market in which innovation is booming, representing a very important aspect due to the impact it has generated. Through my experience obtained by studying the Diploma in Innovation and Business in Industry 4.0 carried out with the Popular Autonomous University of the State of Puebla UPAEP, I was able to identify the main challenges that arise in the global market.

Key Works: Innovation, marketing, business model, social business, neuroscience.

Tabla de contenido

Resumen.....	2
Abstract	3
Tabla de contenido	4
Introducción	5
Desafíos de los Negocios en una Era Impactada por la Innovación	6
Dirección estratégica y modelos de negocios socialmente responsables.....	6
La innovación y Marketing en el desarrollo de negocios en el mundo digital	8
Big Data y analítico de negocio	10
Industria 4.0, análisis de Mega tendencias y liderazgo en la empresa del siglo XXI.....	10
Conclusiones	12
Referencias.....	13

Introducción

En la actualidad podemos apreciar como la innovación juega un papel importante en la cotidianidad de nuestra sociedad, esto se puede observar teniendo en cuenta que a través de la historia el ser humano ha demostrado adaptarse al mundo, buscando satisfacer cada una de las necesidades básicas para su supervivencia, de esta forma se orienta a encontrar la simplicidad para cada acción y proceso que requiera, creando y diseñando herramientas que contribuían a realizar desde actividades simples hasta lograr desarrollar aquellas actividades que consideraban más complejas. Es así como el ser humano empezó a vivir constantes cambios desde el descubrimiento del fuego hasta hoy día con la digitalización, por esta razón se puede considerar que la innovación ha estado presente desde la antigüedad. (Martiniano, 2012)

El Diplomado en Innovación y Negocios en la industria 4.0 evidenció como esos avances tecnológicos han cambiado y afectado la vida de la humanidad y está cambiando las tendencias actuales de las empresas. Así mismo, resalta la importancia de considerar estudiar aspectos relevantes para poder incursionar en este nuevo mundo tecnológico, pues las empresas de hoy no solo se enfrentan a un mundo totalmente globalizado, si no que ahora también se enfrentan a una serie de desafíos tecnológicos convirtiéndose en un reto grande para ellas, debido a que deben modificar sus modelos negocios por aquellos que les permitan brindar al cliente una experiencia única y se logren ajustar a sus necesidades, teniendo en cuenta lo vital que es para las organizaciones de hoy ser competitivas en un mercado que incluye tendencias que se encuentran en constante movimiento y cambio.

Desafíos de los Negocios en una Era Impactada por la Innovación

El programa académico del diplomado buscó abarcar temas que permitieron conocer a grandes rasgos los desafíos en términos de innovación que enfrentan los negocios a través de los últimos años hasta la actualidad en básicamente cuatro módulos principales. A continuación, explicaré como cada módulo desarrollado, ha contribuido a identificar los aspectos más relevantes que considero deben tener en cuenta los emprendedores y empresarios para diseñar e implementar un modelo de negocio y como cada módulo desarrollado en el diplomado ha contribuido a mi carrera profesional.

Dirección estratégica y modelos de negocios socialmente responsables

Es importante recalcar el papel que tiene la implementación de estrategias dentro del diseño y desarrollo de modelos de negocios pues permite a las empresas ser más competitivas y lograr una buena participación en el mercado, esto se puede realizar de forma más ágil interpretando la competencia existente en el mercado al cual se pretende incursionar, debido a que permiten conocer si es un negocio rentable y con cuales aspectos pueden entrar a competir teniendo en cuenta que existen empresas ya establecidas, que obtienen una ventaja en cuanto a la experiencia y trayectoria frente a un nuevo negocio. (Porter, 2008)

Realizando un análisis enfocándome en la empresa para cual actualmente laboro, Axa Colpatria anteriormente manejaba dentro de sus procesos modelos netamente tradicionales y la atención brindada era de forma presencial. A causa de la pandemia y de las medidas tomadas por el Gobierno Nacional, debió reformar todo su modelo de atención y modelo operativo convirtiéndose en un modelo completamente digital para de esta forma poder atender todos los requerimientos y necesidades de nuestros clientes. Teniendo en cuenta esto, considero que no

solo fue una situación que afrontó esta empresa si no que al contrario fue en mi punto de vista una oportunidad para aquellas empresas de reformar la estructura y sus estrategias.

Por otro lado, se recalcó la importancia de generar valor para la sociedad mediante el diseño e implementación de ideas y modelos de negocio que se enfocan principalmente en aportar a través de sus procesos y canales de distribución un impacto social haciendo énfasis en un término llamado co-creación según Prahalad y Ramaswamy hace referencia a generar diferentes experiencias en conjunto con las partes participantes o stakeholders (consumidores, proveedores, empresarios, etc.) que mediante su relación continua y ardua permite brindar valor y al mismo tiempo permite a un negocio tomar una ventaja competitiva en el mercado (Prahalad & Ramaswamy, 2004). De acuerdo con esto, la co-creación en los negocios socialmente responsables se basan en el trabajo en conjunto encaminado a cubrir necesidades sociales, generando utilidad y valor por medio de la innovación de esta forma impactando vidas. Puesto que según la maestra Cavazos (2016) “Un modelo de negocio es un instrumento que contribuye a concretar una idea de negocio utilizable girando en torno de la propuesta, creación y captura de valor en el marco de la estrategia general del negocio” (p. 53), en ese sentido considero que es importante como futura profesional en Negocios Internacionales conocer la existencia de este tipo de negocios debido a que como proyecto personal tengo el emprender mi propio negocio y a su vez mediante el mismo poder dejar huella, teniendo como objetivo principal contribuir a la sociedad y poder generar algún impacto positivo, porque gracias a una sinergia bien estructurada permite la creación de un valor en pro de mejorar o incluso disminuir alguna problemática de la comunidad que no solo abarca temas netamente sociales, si no también ambientales.

Adicionalmente también me pareció muy interesante el conocer sobre varias compañías a nivel

mundial que se encargan de financiar modelos de negocios socialmente responsables y el compromiso que mantienen para lograr llevar a cabo muchos proyectos en todo el mundo.

La innovación y Marketing en el desarrollo de negocios en el mundo digital

La era digital llegó con fuerza y para quedarse, en este módulo pude identificar y reconocer que en la actualidad es primordial para una empresa hacer uso de las herramientas tecnológicas y la importancia que tiene en los negocios el convertirse a la digitalización, adaptar sus procesos productivos y de gestión, pues para nadie es un secreto que el mundo se encuentra en constante cambio y más teniendo en cuenta la implementación de tecnología avanzada e innovación, que utilizan ya varias empresas para ser más competitivas en un mercado globalizado. Para Porter el poder desarrollar ventajas frente a la competencia permite que las empresas se vuelvan más productivas y competitivas en el mercado un buen camino para lograr esta competitividad es optar por el camino de la innovación pues se ponen en el mercado nuevas ideas y formas de realizar los negocios. (Porter, 1990) Algunas empresas han encontrado en esta era tecnológica una oportunidad para innovar en sus productos, servicios e incluso rediseñando su modelo de negocio. Aspectos como la mejora continua, transformación, creatividad e innovación han tomado fuerza y son clave para que una empresa sobreviva y se mantenga activa en los diferentes mercados del mundo.

Gracias a este módulo reforcé mis conocimientos en cuanto a modelos de negocios digitales, entendí que para emprender un negocio hoy día es más sencillo debido a las invenciones tecnológicas, a la digitalización y a aquellas empresas que mantienen en constante mejora implementando cosas novedosas, desafiantes y que brindan valor para poder desarrollar procesos de forma ágil y eficiente.

Este tema me pareció muy interesante porque existen variedad de programas que mediante el uso de la inteligencia artificial y la analítica contribuyen a simplificar procesos que anteriormente eran tediosos y tomaban mucho tiempo al realizarlos, el tema de este módulo que más llamó mi atención fue el neuromarketing que es “Práctica que utiliza la tecnología de neurociencia para identificar la respuesta neurofisiológica de los consumidores ante cualquier estímulo de marketing o comunicación” (Randall, 2009). Me parece increíble ver a través de la historia como la humanidad ha evolucionado llegando al punto de que existan herramientas que puedan detectar según las expresiones del rostro cuales son los sentimientos reales de una persona justo en el momento en que los está experimentando; como lo indica Braidot “ El neuromarketing puede informar que está pasando en el cerebro de un cliente ante los diferentes estímulos que recibe, brindando un campo de estudios mucho más potente que el que sumistro el marketing tradicional” (Braidot, 2009, p. 17).

Desde mi perspectiva, esto ha contribuido en especial al marketing teniendo en cuenta que “Proporciona un conjunto de recursos de enorme valor para investigar el mercado, segmentarlo y desarrollar estrategias exitosas en materia de productos (diseño, marca, packaging), posicionamiento, precios, comunicaciones y canales” (Braidot, 2009, p. 16), adicionalmente, pienso que ahora es más económico y se puede hacer uso de buenas estrategias de marketing sin requerir mucho capital, solo es necesario contar con constancia y tiempo porque las herramientas ya las está aportando el mercado e incluso las redes sociales han implementado mecanismos para poder analizar datos y estadísticas que afectan directamente a un negocio que se mueve netamente en el ámbito digital, hoy día son un auge para realizar campañas publicitarias, lanzar nuevos productos e incluso incursionar con un emprendimiento, además que considero que también contribuye en gran magnitud a la internacionalización de marca, pues algo que quizá

anteriormente era algo casi imposible, ahora se puede decir que es totalmente posible y accesible para cualquier persona que esté dispuesta a tomar el desafío y que quiera desarrollar un negocio en este mundo digital.

Big Data y analítico de negocio

En este módulo hicimos uso de una de las herramientas más conocidas pero que desafortunadamente pocos saben usarla y sacarle el máximo provecho, la cual es Excel a través del Machine learning. Si bien es cierto es una herramienta que desde el colegio se pone práctica, pero desde mi punto de vista no le dan la importancia que se debería puesto que muchos no conocen a fondo sus usos, qué y cómo se puede implementar. De hecho, en la actualidad es un requisito en el ámbito laboral conocer sobre funciones, formulas y manejo en general de este programa y al no conocerlo se pierden grandes oportunidades. En este módulo aclaré que no solo es importante conocer su uso, sino que también se debe desarrollar la capacidad de analizar los diferentes datos que nos brinda, para sacarle provecho por otro lado, aprendí sobre Machine Learning que es una buena forma para procesar datos y de acuerdo con esto tomar decisiones concretas. Pues al tener la oportunidad de analizar esta información se puede identificar cierto comportamiento y tendencias, estimando oportunidades de mejora, amenazas contribuyendo a la productividad puesto que se logra anticipar a los hechos con base a la información recopilada en estos datos. (del Val Román, 2016).

Industria 4.0, análisis de Mega tendencias y liderazgo en la empresa del siglo XXI

Considero increíble como las mega tendencias impactan nuestras vidas, la cultura, las costumbres, el medio ambiente, los aspectos económicos, incluso la política y como nos vamos

adaptando a ellas, gracias a este módulo pude comprender que la innovación y la tecnología son el futuro. Pero que gracias a nuestros hábitos y a nuestros comportamientos diarios dan lugar a la generación de estas tendencias que contribuyen a mejorar y facilitar nuestra vida cotidiana en términos de comunicación, conexiones, infraestructura, educación, entre otros.

Es interesante observar que entre las mega tendencias que tienen actualmente un auge mundial podemos encontrar el empoderamiento de las mujeres y como contribuyen a la economía nivel mundial, es grato y motivante para mí el conocer el impacto que esto está generando y que es el futuro.

En cuanto al tema de las industrias 4.0 en donde buscan digitalizar y automatizar desde ahora y para el futuro todos los procesos productivos, es que aquí donde considero se relaciona las megas tendencias con la industria pues la inteligencia artificial juega un papel importante teniendo en cuenta que contribuye a que las empresas puedan ofrecer innovación y poder ser valorados en el mercado.

Conclusiones

Considero que el desarrollo del diplomado aportó conocimiento de valor para mi carrera profesional porque contribuyó a orientar mi perspectiva para poder iniciar mi emprendimiento, me brindo herramientas que estoy segura voy a tener en cuenta para disminuir errores, para agilizar procesos, pero sobre todo para brindar experiencias enriquecedoras al mercado.

Pude identificar que las empresas en la actualidad deben contar con cierta flexibilidad que les permita adaptarse a los cambios porque el mundo se está moviendo, la tecnología es cada vez más avanzada, ahora las tendencias más importantes nos afectan directamente por que incluyen la conectividad y competitividad y son temas de los cuales considero uno debe estar informándose y capacitándose a diario.

Adicionalmente quiero resaltar que es importante el desarrollo de este tipo de diplomados, que a pesar de ser cortos son concisos y aportan el valor que uno requiere para poder iniciar su vida laboral, o en mi caso ayudo a orientarme en mi proyecto de vida.

Las empresas en la actualidad se enfrentan a grandes retos considero que el mayor impacto tiene es el de la innovación tecnológica, las empresas que actualmente están consolidadas deben realizar un análisis de sus procesos y modelo de negocio para de esta forma poder realizar ajustes y si es requerido modificarlos para no desaparecer en un mercado que en mi opinión es dinámico y seguirá cambiando teniendo en cuenta el auge tecnológico que actualmente existe.

Referencias

- Martiniano, J. (2012). Innovación: la creatividad en el hilo del tiempo: Oración Maestros de la Cirugía Colombiana 2012. *Revista Colombiana de Cirugía*, 27(4), 257-263.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-75822012000400003&lng=en&tlng=es.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review América Latina.
- Prahalad, C.K., & Ramaswamy, V. (2004). *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers*. Boston: Harvard Business School Press.
<https://books.google.com.co/books?id=GO8wefdWmLIC&lpg=PR7&ots=Q8XQMBR4BP&lr&hl=es&pg=PR3#v=onepage&q&f=false>
- Cavazos Arroyo, J. (2016). Co-creación y nuevos modelos de negocios en contextos emergentes. *Invenio*, 19(37), 47-55 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=877/87747436004>
- Porter, M. (2007). *La ventaja competitiva de las naciones*. (J. L. Machinea). Harvard Business Review América Latina. (Original publicado en 1990).
- Randall, Kevin (15 de septiembre de 2009). Neuromarketing Hope and Hype: 5 Brands Conducting Brain Research. *Fast Company*.
<https://www.fastcompany.com/1357239/neuromarketing-hope-and-hype-5-brands-conducting-brain-research>
- Braidot, N. (2009). *Neuromarketing: ¿Por qué tus clientes se acuestan con otros si dicen que les gustas tú?* Barcelona: Ediciones gestion 2000 https://books.google.com.co/books?id=v9u-mKQe_kwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

del Val Román, J. L. (2016). Industria 4.0: la transformación digital de la industria. *Conferencia de Directores y Decanos de Ingeniería Informática, Informes CODDII*, 10.

<http://coddii.org/wp-content/uploads/2016/10/Informe-CODDII-Industria-4.0.pdf>