

Innowvation: innovación para la competitividad empresarial



Fuente: www.fabfreelancewriting.com

Estudios recientes indican que cada 60 segundos en el mundo están pasando cosas. Cada minuto se envían 168 millones de correos, se registran más de 70 dominios, se descargan más de 13 mil aplicaciones en el Appstore y se realizan 694,445 búsquedas en Google. La velocidad a la que va la tecnología ha traído un sinnúmero de cambios que implican, entre otras cosas, que los usuarios y clientes son ahora quienes moldean las

marcas. Antes eran los expertos en el tema quienes definían la imagen, el perfil. Hoy en día, sobre todo con la masificación de las redes sociales, la gente tiene absoluto poder sobre las empresas y sus productos o servicios. Y es que pareciera que los consumidores le creen más a la opinión de otros usuarios que a la publicidad tradicional.

Sampedro podría ser considerada como una de las empresas más innovadoras que tiene el país actualmente. A pesar de no ser muy grande, tiene absolutamente claro que los cambios en el mundo van a una velocidad apremiante. Esta compañía, que nació hace 30 años en la ciudad de Medellín, se dedicaba inicialmente a hacer rifles de copa. A pesar de contar con un mercado relativamente pequeño y unas ventas conservadoras, en poco tiempo se convirtieron en expertos.

Por estar ubicada al lado del Hospital Universitario San Vicente de Paul, cada vez fue más recurrente la visita de estudiantes de medicina para que los ayudaran a fabricar prototipos de piezas ortopédicas. Gracias a ello, los fundadores de la empresa detectaron una oportunidad de negocio interesante, por lo que deciden abrir una línea dedicada a la fabricación de ese tipo de elementos. Lo hicieron de manera empírica, a través de ensayo y error, pero siempre con el cliente al lado.

En el año 1993 se registró ante Cámara de Comercio Industrias Médicas Sampedro, compañía que desde entonces se dedica al diseño, desarrollo, fabricación, venta y comercialización de sistemas de fijación ósea y reconstrucción, completamente a la

medida. Gracias a su rápida consolidación, en el 2000 estrenaron planta en Sabaneta y nueve años después llegaron nuevos accionistas.

Los fundadores de la empresa entendieron, en su momento, que debían abrirse a la inversión inteligente para lograr un crecimiento importante. Es por eso que deciden acoger un grupo de inversionistas que no sólo aportan dinero, sino conocimiento empresarial, redes de contactos, visión global y demás. Si bien Sampedro se



Fuente: www.imsampedro.com.co

había consolidado en la fabricación de ciertos productos, sus empleados y directivos no tenían total claridad en temas de innovación y desarrollo de nuevos productos.

En ese momento, la compañía decidió mapear el ecosistema de Medellín en la búsqueda de una empresa con alto potencial de crecimiento que pudiera ayudarlos en ese asunto. Fue ahí cuando encontraron a C2R – Concept 2 Reality, una iniciativa de ANDI del Futuro emprendida por dos jóvenes, y cuyo objetivo era convertirse en el IDEO latinoamericano, es decir, realizar outsourcing de innovación para diferentes empresas.

Gracias a esa alianza, Industrias Médicas Sampedro logró avances importantes en la fabricación de piezas a la medida con tecnología de punta, que pueden competir perfectamente con productos similares a nivel mundial. En los últimos cinco años, la compañía incrementó sus ventas en un 150% anual. Además, tiene una patente otorgada y tres en proceso, cuenta con profesionales (doctores magísteres) altamente capacitados que enriquecen a diario su misión, y lo más importante, cuenta con una estructura de innovación clara con enfoque de negocios, destinando el 7% de las ventas a investigación y desarrollo.

Sampedro tiene claro que la innovación es 99% trabajo y 1% inspiración, y que el tema de las ventas debe estar ligado, pues de nada sirve proponer productos altamente creativos y novedosos si no son fácilmente comercializables o si el cliente no está dispuesto a pagar por ellos.

Por su parte, luego de participar en una asamblea de la ANDI y lograr negocios con importantes empresas a nivel nacional, C2R se convirtió en co-creadora de iniciativas como Fórmula SENA y viene trabajando actualmente en el desarrollo de un vehículo que

ya cuenta con el aval del Ministerio de Transporte para ser producido en Colombia, diseñado para que los campesinos puedan recoger fácilmente las frutas y verduras.

La ANDI

Estas dos compañías son buenos ejemplos de lo que busca la ANDI y de lo que quiere lograr con las empresas a nivel nacional. Quiere contar con organizaciones que se involucren en el ecosistema, que se abran a inversión inteligente y se animen a participar en nuevos desarrollos, viendo el emprendimiento como herramienta de creación y oportunidad para apalancar su crecimiento.

Pero a ciencia cierta, ¿qué es la ANDI? ¿Qué hace y cómo lo hace? Más allá de decir que es la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia y que su nombre aparece con frecuencia en los noticieros y medios de comunicación a nivel nacional, esta organización, que acaba de cumplir 70 años, quiere ser reconocida como hub de conocimiento; como articuladora, promotora e impulsadora de nuevas iniciativas que le agreguen valor al gremio.



Fuente: www.andi.com.co

Inicialmente, la asociación nació como un ente que actuaba de manera mucho más pasiva, acercándose al gobierno nacional para remitir todos los reclamos y quejas que manifestaban los empresarios. Sin embargo, su evolución le ha permitido proponer iniciativas tan importantes como el SENA o las cajas de compensación

familiar. Con los años, se ha ido transformando en un gremio muy propositivo y actualmente es consciente de que la velocidad a la que va el mundo está afectando fuertemente las empresas. Es precisamente por eso que ha decidido crear nuevos frentes como la dirección de innovación y la dirección de emprendimiento. Lo anterior, pensando en cambiar la mentalidad y la cultura de sus afiliados.

La asociación actúa desde tres dimensiones: nacional, sectorial y regional. La primera de ellas se encarga de temas más globales, como asuntos macroeconómicos, laborales, tributarios, entre otros, que son manejados por el presidente y su gabinete. Desde la segunda dimensión se trabajan los diferentes sectores (automotriz, textil, alimentos, salud, etc.) discutiendo las necesidades y posibilidades de crecimiento de cada uno, a través de las denominadas Cámaras Sectoriales, que además cuentan con un representante designado. Finalmente, la regional, como su nombre lo indica, trabaja por regiones. El reto es unir estos tres eslabones y trabajar de manera conjunta para beneficio de todos.

Existe por parte de la ANDI un interés particular en lograr políticas públicas claras para el desarrollo empresarial del país y construir un ecosistema sólido en cada una de las regiones del territorio nacional. Para ello, esta organización trabaja fuertemente con sus redes de aliados, dentro de las cuales se encuentran instituciones como Bancoldex, Comfama, Parque del Emprendimiento, Ruta N, el SENA, iNNpulsa y las cámaras de comercio, entre muchas otras.

Por otro lado, el presidente de la ANDI, Bruce Mac Master, junto con representantes de las alcaldías locales, ha venido desarrollando los denominados “Comités 20/20”, que hacen parte de la Estrategia ANDI de Competitividad y Desarrollo Productivo. Estos acuerdos de trabajo entre lo público y lo privado, pretenden atender temas particulares como ordenamiento territorial, infraestructura y movilidad, desarrollo sostenible, competitividad, innovación, emprendimiento y asuntos tributarios.

A nivel regional, la asociación realiza programas de mentoría empresarial de alto nivel como Afiliados en Trayectoria Mega. En Antioquia, de la mano con la Cámara de Comercio de Medellín y Proantioquia, esta iniciativa tuvo 22 mentores vinculados, 1.587 empresarios capacitados y 35 empresas beneficiadas. Dentro de ellas, se resaltan casos como el de Helados Popsy, que gracias al programa logró un crecimiento significativo.

Así mismo, se han vinculado a una red empresarial para la manufactura de productos de alto componente tecnológico, propuesta por grandes empresas como AKT Motos, Renault, Haceb, Incolmotos Yamaha, Auteco y Mitsubishi Electric. Estas compañías identificaron una oportunidad interesante en la unión, apuntando principalmente a necesidades comunes, gestión eficiente de recursos, generación de innovación y nuevo conocimiento a partir de investigación compartida, y generación de redes y canales productivos.

Pero la ANDI no sólo trabaja en programas que intervienen directamente las empresas, sino que participa activamente en proyectos de ordenamiento territorial e infraestructura, pensando precisamente cómo impactar positivamente el crecimiento de las industrias. Para ello, hay iniciativas como el Desarrollo Empresarial Portuario de Urabá y Autopistas para la Prosperidad, que pretende conectar el país a través de vías diseñadas para reducir no sólo el tiempo de desplazamiento de una ciudad a otra, sino los costos de combustible y mejorar así la competitividad.

Innovación y emprendimiento

“El emprendimiento es uno de los caminos más potentes para el crecimiento y la prosperidad de una economía global. Pocos factores tienen un impacto tan grande para la generación de innovación, creación de empleos y competitividad de un país” (Monitor

Group, 2009). Entendiendo lo anterior, la ANDI decidió crear la Dirección de Emprendimiento.

Adicionalmente, a través del programa ANDI del Futuro, la asociación quiere promover el emprendimiento con la creación y fortalecimiento de nuevas empresas que se caractericen por tener mentalidad global, contar con equipos de trabajo multidisciplinarios y utilizar la innovación como motor de crecimiento. Algunos fundadores y líderes de estas compañías integran un comité directivo, donde se discuten asuntos y propuestas para ayudar en esa ardua tarea de incentivar el espíritu emprendedor. Los integrantes de este comité, pertenecientes a empresas como Aktiva, Ecoral, Pamotos.com, C2R, Thermos, Horuz, entre otras, generan actualmente 800 empleos directos y 50 millones de dólares en ventas al año.

Hace algunos años, este programa era exclusivo para los hijos de grandes empresarios y era conocido como “el club de los herederos”. Hoy en día es un grupo abierto que recibe empresas de diversos sectores, evaluando que cumplan con las características anteriormente mencionadas. Gracias a ese cambio de percepción, hoy ANDI del Futuro es visto como un proyecto de puertas abiertas que agrupa a la nueva generación de empresarios. Del 2012 al 2014, pasaron de tener 30 a 150 empresas y la facturación anual, que en ese entonces era de 6 millones de dólares, incrementó notablemente, pasando a 50 millones.

Además de la formación y las diferentes asesorías que reciben los emprendedores, éstos participan de otros eventos como Almuerzos con Empresarios; un espacio pensado para compartir experiencias con presidentes o ejecutivos de grandes compañías en ambientes mucho más amigables. Así mismo, el denominado Happy Hour de Empresarismo se realiza en algún bar de la ciudad y pretende fortalecer el networking.

Como evolución de Net-Me, que se ha venido realizando hace un año y medio, próximamente la ANDI lanzará un programa llamado Invest-Me, en el que los emprendedores tendrán la oportunidad de realizar su pitch ante un grupo de inversionistas reales para poder generar opciones de inversión. Adicionalmente, hay una serie de eventos que pretenden contribuir al fortalecimiento del ecosistema emprendedor, como Ruta E y Héroes Fest; este último, quizás la actividad de mentalidad y cultura más importante que ha tenido el país, con invitados como el cofundador de Apple, Steve Wozniak.

Hoy en día hay cifras preocupantes que deben impulsar y fomentar el apoyo al emprendimiento y la innovación, pues estudios recientes demuestran que la expectativa de vida de una multinacional hoy en día es de tan solo 35 años. Sólo como ejemplo, del

ranking de 25 empresas listadas por Fortune en 1980, únicamente seis de ellas lograron permanecer en dicho cuadro en 2012. Así mismo, en los últimos dos años 71 compañías salieron del denominado Fortune 500, que incluye las más poderosas del mundo.

Pero además de enfocarse en empresas jóvenes, la ANDI ha decidido apoyar y fomentar el emprendimiento corporativo, es decir, aquel que surge dentro de las organizaciones. Un claro ejemplo es lo sucedido con Incubadora Santander. Esta compañía tenía un problema con las gallinas que cumplían su ciclo, y fue creando una nueva línea de negocio para vender sus partes a las tiendas de barrio, como solución a ese reto, generando además ventas muy interesantes.

Con respecto a innovación, existe una iniciativa denominada Innovation Hub, donde se agrupan diferentes aliados clave para convertir a la asociación en ese punto de encuentro que, entre otras cosas, pretende fortalecer la relación universidad-empresa-Estado. Actualmente se tiene una agenda bastante nutrida con charlas y talleres dictados por consultores nacionales e internacionales, con la intención de que los líderes de innovación de las compañías se acerquen a la ANDI para participar activamente en la construcción de dicho proyecto.

Y es que según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), del 100% invertido por Colombia en CT+i, 30% es asumido por el sector privado. En este tema, Antioquia tiene la cifra más favorable, mostrando un 50%. La meta es lograr proporciones semejantes a las que presentan países como Estados Unidos y China, para aumentar la competitividad.

Por lo anterior, se ha querido impulsar el tema de la ciencia y la investigación de la mano de Tecnova. Esta organización, sirve como puente para vincular a las universidades con las organizaciones, sean públicas o privadas; es el brazo comercial que le permite a estas instituciones académicas darle salida a los resultados de sus investigaciones.

Pero en todo este asunto, quizás lo más importante es cómo la ANDI se ha integrado a la estrategia liderada por la Alcaldía de Medellín, denominada Medellinnovation. El pasado 9 de septiembre se firmó en la capital antioqueña el Gran Pacto por la Innovación, que busca potenciar este importante factor de crecimiento en la ciudad y el país. Actualmente, la región invierte sólo el 0,75% del PIB en CT+i, y la meta es llegar al 1% en el 2015. Para lograrlo, se invitó a todos los ciudadanos a unirse y participar, realizando aportes de acuerdo a sus campos de acción, es decir, realizando difusión, apoyando en transferencia de conocimiento, invirtiendo un porcentaje de las ventas en temas de innovación dentro de las mismas empresas, etc.

Uno de los grandes beneficios que ofrece el pacto para las compañías que quieran hacer parte de él, es el patrocinio empresarial, donde empresas reconocidas por su capacidad innovadora realizarán algún tipo de acompañamiento a organizaciones más pequeñas, compartiendo buenas prácticas. Adicionalmente, habrá un patrocinio universitario, donde las universidades del G8 asistan a otras instituciones educativas en el fortalecimiento de las estrategias de CT+i y las oficinas de transferencia tecnológica.



Fuente: www.innovationland.com.co

Todos estos esfuerzos realizados por la ANDI apuntan a incrementar la competitividad de las industrias, utilizando la innovación y el emprendimiento como pilares fundamentales. Precisamente ese nuevo enfoque ha propiciado la creación de eventos que van cobrando gran importancia a nivel nacional y, por qué no, internacional, como Innovation Land.

En el 2014, en su segunda versión, los visitantes podrán encontrar un espacio donde se respirará innovación a través de talleres, paneles, puestas en escena, actividades de networking y conferencias con importantes personalidades como Larry, Huston, Jay Rao, Jim Mckelvey, Stephen Ritz y Kristen Berman, entre otras.

Conclusiones

- ✓ Las empresas deben estar abiertas a las nuevas oportunidades, ellas pueden estar a la vuelta de la esquina, lo importante es que estas encuentren a las compañías trabajando y dispuestas a ver horizontes prometedores y retadores.
- ✓ La apertura al ingreso de nuevas tecnologías, conocimientos, recursos financieros entre otros son elementos que las empresas deben considerar actualmente en sus planes estratégicos, si desean capitalizar las opciones que brindan los cambios de sus ecosistemas.
- ✓ La articulación y el trabajo conjunto entre las diferentes instituciones que comprenden el ecosistema de emprendimiento e innovación en una región o sector es vital para alcanzar mayor competitividad.
- ✓ La competitividad es un compromiso del sector público, las empresas, las universidades, los gremios y los ciudadanos en general. El aporte de cada uno de ellos es fundamental
- ✓ Medellín es una ciudad que ha debido cambiar en muchos aspectos (empresarial, infraestructura, social, académico entre otros) y uno de ellos es en la creación de un ecosistema de innovación y emprendimiento que difícilmente otra ciudad colombiana pueda poseer actualmente.

- ✓ El emprendimiento y la innovación son factores fundamentales para el desarrollo y crecimiento de un país. Así lo han visto los empresarios, las universidades y el gobierno.
- ✓ Las grandes compañías y agremiaciones en general deben empezar a mirar a los emprendedores y sus iniciativas con otros ojos. Éstos pueden representar una gran oportunidad de crecimiento.
- ✓ El emprendimiento y la innovación en Medellín cuentan con una serie de espacios (Ruta E, Héroe Fest, Tecnova, Happy Hour de Empresarismo) y de programas (Innovation Land, Andi del futuro, Innovation Hub, entre otros), que dinamizan el desarrollo de la región y la transforman en una de las ciudades más innovadoras del mundo.
- ✓ Las empresas, a través del emprendimiento corporativo, tienen una excelente opción para aprovechar sus potencialidades y recursos internos, así como su relacionamiento para realizar innovaciones que transformen a las compañías y las regiones.
- ✓ La innovación y el emprendimiento requieren de una región donde se den espacios y actividades que faciliten la conexión entre conocimiento y experiencia, entre oportunidades e inversionistas, y donde los jóvenes puedan materializar sus ideas.

Conferencista

Juan Sebastián Franco es administrador de empresas, especialista en mercadeo de la Universidad EAFIT, y cofundador de Deka Group. Durante los últimos cuatro años, se ha desempeñado como subgerente regional de Antioquia de la ANDI, y Director Nacional de Emprendimiento, representando el sector privado ante diversos escenarios de participación pública, y promoviendo la competitividad empresarial en el país.