

Es innovación un recurso para generar mayor rentabilidad



“Es necesaria la invención, pero lo más importante, y lo que destacamos en la Universidad de Monterrey, es cómo convierto esa novedad en algo valioso para la organización”.

Carlos Enrique Atoche Kong
Profesor del Departamento de Administración

Las empresas que quieren ser exitosas y tener una rentabilidad superior a la del promedio, para posicionarse como las líderes de una industria, requieren descubrir nuevas formas de generar esa rentabilidad extra. Ahí es donde aparece la innovación, afirmó Carlos Enrique Atoche Kong, profesor del Departamento Administración.

Atoche Kong definió la innovación como el poder generar valor en las organizaciones con base en algo novedoso, aunque, en la práctica, muchas veces se confunde con la creatividad o la inventiva, que son nociones diferentes.

“Es necesaria la invención, pero lo más importante, y lo que destacamos en la Universidad de Monterrey, es cómo convierto esa novedad en algo valioso para la organización”, aclaró.

El doctor en Gestión de Innovación y Tecnología especificó que la innovación se puede conseguir por medio de nuevos productos o servicios, nuevos modelos de negocios, nuevas formas de trabajar o nuevas formas de distribuir un producto.

El investigador peruano aclaró que, sin embargo, hay diferentes tipos de industria. Según su naturaleza, la necesidad de poner atención a distintas tendencias algunas veces es más fuerte que otras.

“Los modelos tradicionales de trabajo en algún momento llegan a su madurez y la capacidad

de generar utilidad, en términos financieros, es baja. Entonces, lo que tiene que hacer una empresa es encontrar nuevas formas de poder generar ese valor monetario”, estableció el catedrático, que imparte la materia de Planeación estratégica para los niveles de profesional y de posgrado.

Pero, además del financiero, hay otros valores que las empresas pueden requerir renovar. Entre ellos, el aspecto del mercado o el bienestar de la sociedad que las rodea.

Para Atoche Kong, es posible visualizar grandes oportunidades para las empresas mexicanas, tanto en la parte tecnológica como en los modelos de negocios. De hecho, todas las empresas pueden ser capaces de generar valor con innovación, sea creando nuevos modelos o adoptando los que se han implementado recientemente.

El catedrático explicó que, en la teoría de la innovación, se habla de generarla o adoptarla. Sin embargo, advirtió que el país está muy lejos de generar innovaciones disruptivas.

“El gap tecnológico es muy alto, no tenemos gente y la base de conocimientos es muy baja. Aunque sean tecnologías nuevas, nos faltan 10 o 15 años y, cuando lleguemos a un nivel, vamos a estar siempre atrás”.

No obstante, sugirió prestar atención a la estrategia de seguidor.

“En cambio, en la parte de adopción, también llamada ‘estrategia de seguidor’, podemos estar atentos a qué innovaciones que están siendo exitosas se pueden aplicar en mi organización. Por eso, tan pronto vea que pueda incorporarlas en mi oferta como empresa, lo hago”, indicó.