

Competitividad al Día

Innovación en Gestión Empresarial: El Reto del Siglo XXI

En la actualidad, la innovación y el conocimiento científico y tecnológico son los factores claves para un crecimiento económico sostenible debido a las ventajas competitivas que se generan a partir de los mismos. En el ámbito empresarial por ejemplo, el desarrollo de nuevos productos o servicios mediante la gestión de procesos de innovación tecnológica, de comercialización u organizativa, posicionan a la empresa como líder de su segmento e incentivan al resto a mejorar en sus actividades, lo que finalmente representa beneficios para la economía por ganancias de productividad.

Esta dinámica fue planteada inicialmente por Joseph Schumpeter, quien postuló que la producción y el progreso evolucionan por la propia iniciativa empresarial. En su análisis, expresa que el ciclo económico se basa en el ahorro de recursos para la generación de ideas, las que finalmente acaban incidiendo en una mejora del sistema productivo, lo cual daría ventaja a la empresa innovadora. Más tarde, el resto de los competidores asimilarían la nueva idea en sus propios procesos productivos, es decir, le imitarán, y finalmente la empresa inicial no seguirá siendo la líder, y la mejora repercutirá por entero en el sistema económico, beneficiando a los consumidores. Hay tres ideas principales que se pueden obtener del planteamiento anterior:

1. El ahorro o la inversión, se basa en las perspectivas de una mejora en los beneficios futuros. Es decir, nadie va a querer ser líder en innovación si no va a derivar beneficio de ello. Si lograra las mismas ganancias “creando” que imitando, le sería mucho más fácil imitar.
2. Los demás tenderán a imitar el proceso, y por tanto a igualar sus condiciones económicas. Lo cual quiere decir que el liderazgo no es eterno. En este aspecto hay dos posibilidades, o se alarga de forma legal (mediante las patentes que otorguen derechos de propiedad) o se realiza un proceso continuo en

la innovación mediante los beneficios conseguidos con el liderazgo.

3. Toda innovación acaba beneficiando a la sociedad. Mientras el liderazgo sea de una sola empresa, esta actuará como un monopolio y por tanto los precios serán más altos, pero en cuanto la competencia se haga con el poder del mercado, los precios tenderán a caer.

¿Qué es Innovación en Gestión?

Una innovación de gestión es aquella que puede otorgar una fuerte ventaja a la empresa innovadora y producir un cambio importante en el liderazgo del sector. Para organizaciones como GE, P&G y Visa, la innovación de gestión es el secreto hacia el éxito. Sin embargo, pocas empresas han sido capaces de encontrar procesos formales para fomentar la innovación de gestión.

El mayor desafío parece ser la generación de ideas realmente únicas. Existen algunos componentes que pueden ser útiles para emprender una actividad innovadora: identificación de un gran problema que requiera de un pensamiento fresco, principios o paradigmas creativos que puedan revelar nuevos enfoques; realización de una evaluación de las convenciones que limitan el pensamiento novedoso, y ejemplos y analogías que ayuden a redefinir lo que se puede hacer.

Actividades de Innovación en Panamá y sus Resultados

Según la Encuesta de Investigación, Desarrollo e Innovación en el Sector Privado de Panamá – 2009, más de la mitad de las empresas no concretaron esfuerzos en actividades de innovación y solamente lo consideran como una estrategia posible en un 47% de la muestra analizada.

De las encuestadas, las que se esforzaron en innovación, concentraron sus gastos principalmente en la incorporación de conocimientos externos mediante la importación de bienes de capital, reduciendo la participación de los gastos en investigación y desarrollo (I + D), dinámica que no



favorece la incorporación de bienes y servicios nacionales utilizados con mayor frecuencia en actividades de I + D.

Cabe destacar que los gastos de las empresas en actividades de innovación y de I + D son financiados en su mayoría mediante reinversión de utilidades y en menor escala por el sector bancario, que según la encuesta ha perdido participación en el financiamiento en los últimos años.

Principales Obstáculos a la Innovación en Panamá

Según la opinión de las empresas participantes en la encuesta, los principales factores que obstaculizan la realización de actividades de innovación son de carácter interno, siendo lo más sensitivo la escasez de personal capacitado. En menor proporción pero también importante, se destacan factores externos como el reducido tamaño del mercado panameño, considerado una importante barrera a la iniciativa de innovar.

Gasto en Actividades de Innovación

El gasto en actividades innovadoras para el sector privado se mide como proporción de las ventas totales de las empresas, ubicando a Panamá muy por debajo de los valores registrados para las empresas de los países desarrollados, pero en una posición destacada respecto a países en desarrollo. En el cuadro 1 se presenta el gasto de algunos países en actividades de innovación (AI), I + D e inversión en Bienes de Capital (BsK).

Cuadro 1
Gasto en Actividades de Innovación (AI)

	Argentina		Brasil		Colombia		México		Uruguay		Panamá		Alemania		Francia	
	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD	%	Mil. de USD
AI	1,27	1.971	2,8	13.994		1.187	0,92	1.386	2,2	221	2,7	87,2	5,15	60,91	3,58	24,25
I+D	0,2	287	0,58	2.919		28	0,09	171	0,12	9	0,17	4	2,46	29,07	2,46	16,68
BsK	0,86	1.263	1,34	6.690		790	0,63	1.173	1,79	180	1,6	51	1,22	14,49	0,35	2,36

* Argentina y Brasil: año 2005. Chile y Uruguay: año 2006. Colombia: 2004, I+D incluye I+D externa. México: 2000. Panamá: promedio 2006-2008. Alemania y España: año 2004. AI: Operaciones científicas tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen efectivamente, o tienen por objeto conducir, a la introducción de innovaciones. Las actividades de innovación pueden diferir entre países. Para mayor detalle ver RICyT (2009). I+D: gasto en actividades de investigación y desarrollo realizadas dentro de la empresa. Bienes de capital: gasto en maquinaria y equipo y hardware.

Valores como porcentaje de las ventas.
Fuente: RICyT (2009)⁴⁰ y Eurostat (2009)⁴¹.

A pesar de que Panamá figura en una posición destacada por su gasto como porcentaje de las ventas de las empresas, en términos absolutos es notable que los esfuerzos aún son insuficientes si se comparan con los montos del resto de la muestra. Por ejemplo, los gastos de Brasil y Argentina superan en más de 160 y 20 veces, respectivamente, los gastos de las empresas panameñas.

Naturalmente, no se espera que las empresas panameñas alcancen los valores absolutos mostrados por países más grandes. Sin embargo, éstos son una aproximación a la escala de las inversiones realizadas y su nivel de complejidad tecnológica (porque para correr la frontera tecnológica internacional se requieren esfuerzos similares a los realizados por aquellas empresas que la determinan).

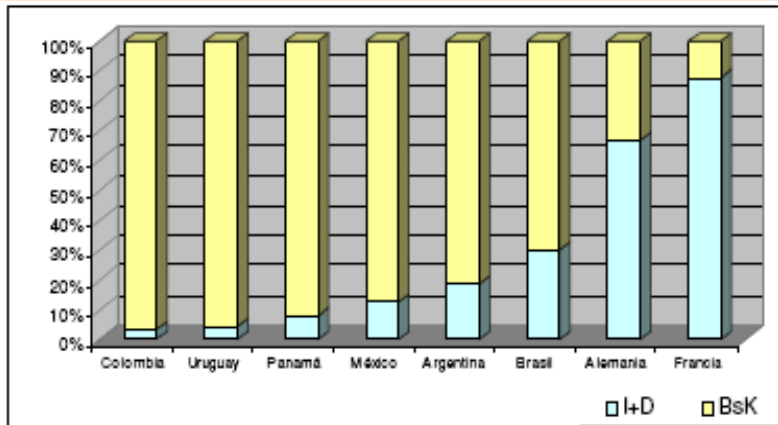
El otro componente que se analiza es la composición del gasto en AI, el cual se encuentra fuertemente sesgado hacia la incorporación de conocimientos externos, especialmente la importación de bienes de capital. Esto se debe a que es más fácil y más barato adoptar y adaptar tecnología y conocimientos en lugar de generarlos. No obstante, sin perder la perspectiva de los beneficios de innovar, pueden mencionarse las empresas del sector logístico, transporte y bancario (canal, puertos, hub aéreo, zona libre, centro bancario internacional) que aún siendo adaptadores de tecnologías y conocimientos, se consideran líderes y mantienen niveles muy altos de competitividad si se les compara con sus similares de países desarrollados.

El gasto en países como Francia y Alemania, contrario a los países latinoamericanos (excepto Argentina y Brasil) se concentra en el renglón de I + D. En el gráfico 1 se muestra la proporción del gasto en AI para un grupo de países.

En síntesis, las características de las empresas panameñas son comunes a los países en desarrollo: pocos esfuerzos en AI y sesgados hacia la adquisición de bienes de capital, contrario al caso de los países desarrollados que dedican mayores recursos a las AI, focalizando el gasto en I + D. Sin embargo, destacan empresas (o industrias) que aún siendo adoptadoras y adaptadoras de tecnologías y conocimientos, son líderes y compiten internacionalmente en sus segmentos.



Gráfico 1
Gasto en I + D y Gasto en BsK



* Calculado como porcentaje destinado a bienes de capital y a I+D respecto de la sumatoria de ambos rubros.

Argentina y Brasil: año 2005. Chile y Uruguay: año 2006. Colombia: 2004, I+D incluye I+D externa. México: 2000. Alemania y España: año 2004.

Fuente: RICyT (2009) y Eurostat (2009) *op.cit.*

Conclusión

Vivimos en una sociedad acelerada, la vida es más vertiginosa, todo cambia más rápido. A esto le tenemos que sumar crisis internacionales e incertidumbre que genera variaciones en los hábitos de consumo. Por tal razón, es necesario para las empresas innovar continuamente en todos sus componentes – producto, marketing, operación, finanzas, administración, etc.- para sorprender positivamente al cliente. Si la empresa no ofrece, otras tentarán al cliente con algo nuevo y/o mejor.

Se discute mucho sobre como innovar en gestión y no existe una fórmula que determine el logro. Sin embargo, existe algún consenso en que una innovación en gestión será exitosa en la medida que cumpla con las siguientes condiciones:

- Estar basada en un principio novedoso que cuestione la ortodoxia.
- Que sea sistémica, involucrando una gama de procesos y métodos.
- Que sea parte de un programa de invención, en el que el progreso se acumula con el tiempo.

