

José Omar
Zurita Cueva

Máster en administración de Empresas

Profesor de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas
Escuela Superior Politécnica del Litoral,
Guayaquil - Ecuador

ozurita@espol.edu.ec

La Innovación en la creación de los mercados

El presente artículo hace referencia sobre la necesidad de que los gobiernos de turno y los empresarios busquen nuevas formas de crear riqueza en un país lleno de recursos naturales. Desde esta perspectiva se hace énfasis en el desarrollo de estrategias y políticas de negocios destinadas a la creación de mercados donde productos caros y complejos se transformen en simples y accesibles para la mayor parte de la población de un país.

“

Se hace imprescindible que los gobernantes y empresarios se cuestionen de manera constante, sobre la efectividad de las viejas estrategias competitivas.”

El mundo está lleno de ideas y buenas intenciones para desterrar la pobreza. Existen estrategias que ayudarían a un país a estar en el sendero del desarrollo en pocos años. Algunas anuncian los beneficios de las inversiones en la educación primaria, y otras los positivos resultados de un enfoque en salud pública. De aquí que miles de millones de dólares han sido destinados en ayudar a los países pobres para que

alcancen el tan anhelado podio de la prosperidad. Desafortunadamente, mucha de esta ayuda ha servido de poco, pues para muchos países el balance a la fecha, es que siguen en el subdesarrollo. Más aún con el incremento de la población en estas regiones, las condiciones de extrema pobreza han empeorado. Por lo tanto, es necesario un cambio de estrategia para el desarrollo.

Nuestro país ha seguido la misma tendencia de subdesarrollo de regiones. Esto es, caracterizado por frecuentes crisis económicas debido en gran parte por la deficiente administración de sus recursos naturales. Razón por la cual el país se ha convertido en proveedor de materias primas en el mercado internacional y asimismo en importador de bienes y servicios con mayor valor agregado. En las últimas décadas, las variaciones en los precios internacionales de las materias primas, así como la disparidad frente a los precios de los productos de mayor valor agregado, han ubicado a la economía ecuatoriana en un escenario de intercambio desigual sujeta a los vaivenes del mercado mundial. Frente a esta problemática, el gobierno nacional ha enfocado sus esfuerzos en cambiar la matriz productiva del país para crear ma-



yor valor a su producción. Ecuador apenas ha iniciado el proceso de cambio de sus estructuras productivas, con el objetivo de llegar a ser una economía altamente competitiva que permita conseguir el tan ansiado sueño de la distribución equitativa de la riqueza. En este camino, es indispensable que el análisis del desarrollo y de la prosperidad económica cambie su enfoque de los factores, como corrupción, educación, infraestructura, etc, que pueden tener gran correlación pero poca causalidad en el desarrollo económico. Asimismo, se hace imprescindible que los gobernantes y empresarios se cuestionen de manera constante, sobre la efectividad de las viejas estrategias competitivas, que en su gran mayoría no han dado buenos resultados.





“ La innovación empresarial se presenta como el camino viable hacia el desarrollo.”

Dentro de esta perspectiva, la innovación empresarial se presenta como el camino viable hacia el desarrollo. En este sentido la literatura del mundo de los negocios está llena de definiciones de innovación. Desde las más complejas como: “*El mecanismo casual para la creación de prosperidad que desarrolla nuevas y mejores maneras de enfrentar los problemas*” o la más simple como: “*creación de productividad que guíe a la prosperidad*”.

Pero para nuestro enfoque nos gustaría utilizar la del Instituto de Investigaciones del profesor de la universidad de Harvard, Clayton Christensen, la cual define innovación como la manera simple que una persona u organización escogen para resolver un problema. De

allí se plantea el hecho que esta nueva forma de enfrentar los inconvenientes en los negocios debe generar resultados gratificantes para todos los stakeholders. Un caso de éxito, de lo muchos en el mundo, es el llevado a cabo por Taiwán.

En 1949, éste país era considerado muy pobre por la comunidad mundial. Poseía un PIB que bordeaba los \$100, el 60% de su población tenía como su principal fuente de ingresos a la agricultura y poseía una inflación del 3500%. Taiwán estaba caracterizado en su mayoría por no tener industrias, con excepción de algunas pocas fábricas textiles y de procesamiento de alimentos. Sin embargo, el gobierno y los emprendedores taiwaneses decidieron cambiar sus fuentes de

riqueza y se concentraron en crear innovaciones para el mercado de los no-consumidores. (nonconsumption). Es decir, el mercado compuesto por personas u organizaciones incapaces de comprar y usar (consumir) un producto o servicio para satisfacer una necesidad.

Durante los últimos 70 años, Taiwán se dedicó a desarrollar productos que su población era incapaz de acceder. Por ejemplo, debido a la reducción de las importaciones desde Japón, los productos textiles eran los más deseados, de modo que Taiwán basó su estrategia sobre la industria textil. El gobierno taiwanés estableció políticas que favorecieran a las fábricas, maquinaria e insumos que permitieran desarrollar una fuerte base manufacturera. Por lo tanto, las inversiones en innovación hacia el mercado no-consumidor permitieron al país crear una industria textil más eficiente y generadora de oportunidades de empleo. Siendo éste uno de los efectos característicos de las estrategias enfocadas en la innovación.

Dentro de esta perspectiva, el Ecuador es un país más de los muchos, donde según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) “la extrema concentración de la riqueza y las grandes brechas en desigualdad amenazan no solo el creci-

miento económico, sino el combate a la pobreza y la estabilidad social”. Por consiguiente, es imprescindible plantear al sector público y privado de nuestro país, que encaminen sus estrategias y políticas hacia transformación del aparato productivo con innovaciones que desarrollen mercados, donde productos complejos y caros se vuelvan más simples y accesibles a la mayor parte de la población. De esta manera, las innovaciones que se tomen en este sentido ayudarían a que aumente el consumo en la mayor parte de población. Según el Instituto Christensen, las empresas dedicadas en estas innovaciones son generadores de crecimiento económico y de otros tipos de innovaciones.

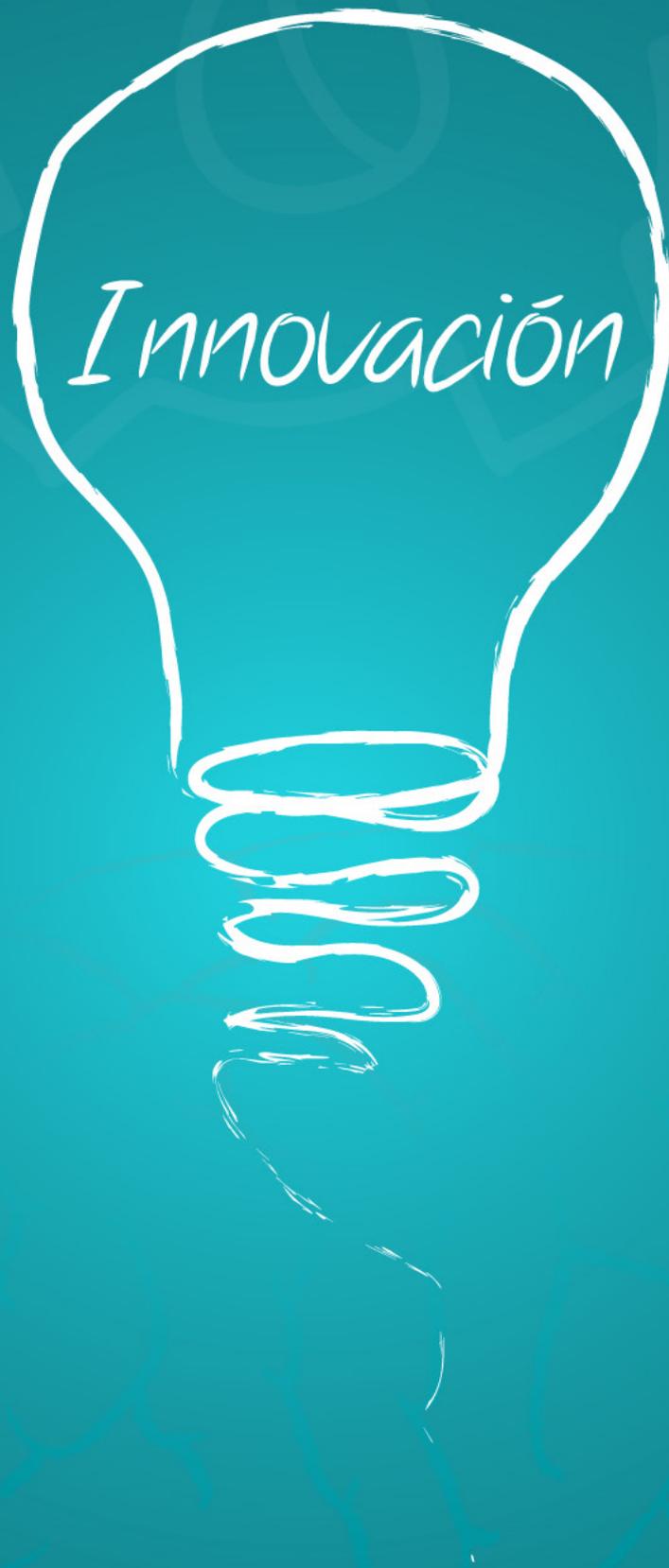
Sin embargo, se hace necesario la adopción y la creación de tecnologías habilitantes de bajo costo que permitan mejorar el rendimiento de las empresas. Entendiéndose por tecnología habilitante como cualquier proceso que convierta un input de bajo costo a un output con gran



Las innovaciones dirigidas a los
**mercados de los
no-consumidores**
dan solución a la
problemática de
cada sociedad.”

valor. De aquí, el papel preponderante que juega la educación superior como agente generador de conocimiento para el desarrollo de dichas tecnologías.

Finalmente, a pesar que el caso Taiwanés presenta los positivos efectos en la adopción de la estrategia de innovación hacia la creación de mercados, es importante señalar que no existe una camisa estándar para el desarrollo de estas innovaciones debido a que el contexto competitivo es propio de cada región. No obstante, lo que sí es claro, es que las innovaciones dirigidas a los mercados de los no-consumidores dan solución a la problemática de cada sociedad y tiene el potencial de crear empleo a millones de personas que viven en la pobreza.



Innovación

REFERENCIAS

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2012),
Transformación de la Matriz Productiva

Instituto nacional de Estadística y Censos (2016),
El Panorama Laboral y Empresarial del 2016.

Ojomo, Efosa (2016),
Non-consumption is your fiercest competition—and it's winning
<http://www.christenseninstitute.org/blog/why-innovation-must-be-the-new-development-strategy/>

Ojomo, Efosa (2017),
Why innovation must be the new development strategy
<http://www.christenseninstitute.org/blog/why-innovation-must-be-the-new-development-strategy/>