

Innovación y transformación hacia la sustentabilidad: El caso “DecoLounge”

Innovation and Transformation towards sustainability: Case “DecoLounge”

Gustavo A. Barredo Baqueiro

Universidad Autónoma de Yucatán

gbarredo@uady.mx

Valentín Alonso Novelo

Universidad Autónoma de Yucatán

valentin.alonso@correo.uady.mx

Resumen.

Este trabajo reflexiona sobre un estudio de caso de un grupo de estudiantes de la UADY sobre conceptos que se encuentran en las nuevas tendencias de mercados. Introduce elementos del emprendedurismo sustentable, principios y condiciones necesarias para la innovación. Discierne sobre la evidencia presentada por estudios sobre la correlación existente entre grado de innovación de un país y desarrollo económico. Presenta las diferencias entre crecimiento económico y desarrollo económico, y contextualiza la clasificación de la MIPyMES en México y su importancia económica para el país.

Explica el estudio de caso “DecoLounge” como una MiPyME surgida de un proyecto emprendedor sustentable cuyo objetivo es ser fuente de inspiración de otros proyectos y herramienta de generación de aprendizaje para dinamizar las habilidades emprendedoras en Yucatán.

Concluye que la innovación se vuelve la premisa sobre la que las empresas deben construir sus estrategias y gestionar sus proyectos en un contexto ético.

Palabras clave: Emprendedurismo, Innovación, Desarrollo sustentable y MiPyMES.

Abstract.

This work ponders about a study case based on the notions a group of UADY students have about the new market trends. Therefore, it presents elements such as sustainable entrepreneurship, principles and requirements for innovation, considers evidence featured in studies about the correlation between the innovation degree of a country and economic development, introduces differences between economic growth and economic development and contextualizes the classification of SMES in Mexico and their economic relevance for the country.

The case study of "DecoLounge" is presented as a part of SME sustainable entrepreneurial project whose goal is to be a source of inspiration for other projects and generating learning tools to boost entrepreneurial skills in Yucatan.

In conclusion, innovation becomes the premise on which companies must build their strategies and manage their projects always in an ethical context.

Key words: Entrepreneurship, Innovation, Sustainable Development and SMES.

Fecha recepción: Octubre 2015

Fecha aceptación: Noviembre 2015

Introducción.

Este trabajo inspira su reflexión en un estudio de caso presentado en un congreso universitario en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Tanto la docencia como la investigación universitaria, buscan reflexionar y debatir sobre las tendencias que los negocios presentan así como su implementación en proyectos tanto de los propios alumnos como de consultoría a otras empresas, fundamentalmente las denominadas MiPyMES dada la importancia que presentan en la economía.

El emprendedurismo fomentado en la universidad debe considerar las tendencias actuales marcadas por el mercado. Aceptaciones como sustentable y mercado verde, términos como mercado justo, amigable con el ambiente, certificaciones de productos orgánicos, forman parte del marketing moderno.

Pero más allá de todos estos términos ¿Cuáles son los procesos? ¿Qué cadena de valor se identifica? ¿Qué principios subyacen en este nuevo paradigma?

En la actualidad el concepto de “empresa sustentable”, se ha vuelto un factor de diferenciación en el mercado. De ahí la importancia de sumarse a dicha tendencia.

Se parte de la premisa fundamental de que la sustentabilidad requiere de condiciones de innovación y muchas de las veces de una transformación estructural de la empresa.

De igual forma, es importante que los emprendedores conozcan esta transformación en las tendencias del mercado para sumarse, desde un principio a ellas.

Este trabajo parte de un estudio de caso, sobre una empresa que denominaremos “DecoLounge”, cuyo perfil de empresa es ser una Pyme dedicada a la manufactura y comercialización de taburetes y camas para mascotas, que utiliza como materia prima el PET reciclado.

El estudio caso de “DecoLounge”, es considerado valioso ya que es una empresa que opera bajo los valores de innovación, dedicación al desarrollo y alta importancia a la sustentabilidad (Blanco, Cano, Pavón, & Montalvo, 2013).

Durante este trabajo se pretende desarrollar términos como emprendedurismo, innovación, desarrollo sustentable y MiPyMES.

Emprendedurismo.

De acuerdo con el Instituto Global de emprendedurismo y Desarrollo (GEDI por sus siglas en inglés), en 2013 México se encuentra en el lugar 62 del ranking de un total de 118 países en cuanto a la contribución de los emprendedores al crecimiento económico de la nación (Aguirre, 2013) . Es importante destacar que este instituto de dedica a la investigación de factores de crecimiento económico y creación de empleos, ambos, condiciones necesarias para la competitividad y productividad de un país.

La lectura general y fría de la información anterior nos hace inferir que México se encuentra apenas arriba de la mitad del ranking. Sin embargo, un análisis más particular demuestra un avance e interés de las empresas mexicanas, y en este caso, en Yucatán, de sumarse a la tendencia de la sustentabilidad.

Hay entonces mucho camino por recorrer, comparado con otros países que se encuentran mucho más avanzados en esta materia. Por ello, es que la innovación, desarrollo y aprendizaje se vuelven principios y condiciones necesarias para la transformación del sistema actual basado en la depredación del medio ambiente y emigrar hacia un esquema de respeto y sustentabilidad hacia la naturaleza.

El nivel de emprendedurismo de un país, podría deberse a la denominada actitud emprendedora, habilidad para emprender y aspiraciones emprendedoras. De acuerdo con el mismo GEDI, en 2013 México ocupa el lugar 57, 46 y 74 respectivamente en el ranking de los 118 países totales (Aguirre, 2013).

De lo anterior podemos inferir que de estas condiciones, la habilidad para emprender es la que más deficiente tiene el país. Entonces es más problema de aptitud que de actitud. ¿Cómo es posible poder aportar a ello? ¿Es la falta de experiencias lo que ocasiona un círculo vicioso?

Es por ello, que el estudio de caso, tanto de experiencias de éxito, como de fracaso, es de mucha importancia como herramienta de aprendizaje y catalizador de la innovación. Ésta es la principal aportación de este trabajo.

En lo referente al emprendedurismo sustentable, el cambio en las tendencias del mercado sobre la importancia dada a la protección del medio ambiente y los efectos ante el cambio climático están modificando la percepción del emprendedor y la perspectiva del emprendimiento (SoyEntrepreneur, 2015).

Existe una discusión sobre si esta tendencia es una moda o una evolución en la conciencia del consumidor hacia estos factores. En opinión de los autores, es algo que llegó para quedarse y sumarse a nuevos cambios venideros.

Entonces, no sólo se vuelve un problema de marketing, sino un problema más estructural que involucra los procesos internos, abastecimientos de materia prima, y una estrategia que pueda alinear a la empresa hacia volverla económicamente rentable, socialmente justa y ambientalmente sustentable.

Estos son los tres propósitos de las empresas que están emergiendo bajo este nuevo paradigma. En este sentido, la empresa “DecoLounge”, considera como materia prima residuos sólidos de

PET, recolectada a través de una red de intermediarios, que también son beneficiados económicamente en el proceso (Blanco, Cano, Pavón, & Montalvo, 2013).

Desde la perspectiva de negocio, se logró encontrar una oportunidad de encontrar materia prima disponible. Ya que en México se generan alrededor de 94 millones de toneladas de residuos sólidos al año, de los cuales el 50% no son biodegradables, y de ellos sólo se recicle entre un 12% y un 15% (Prieto, 2011).

En lo que respecta a la aplicación en las MiPyMES del emprendedurismo sustentable, en la actualidad muchas empresas MiPyMES consideran inaccesible entrar en un proceso de “Responsabilidad social empresarial” (RSE), debido a los costos en que se piensa incurrir. Sin embargo, la realidad es que existen formas muy sencillas y económicas para iniciar con un proceso de este tipo.

Ante todo la importancia de la planeación, definición de misión, visión, objetivos, en los que la sustentabilidad forma parte estructural. Después, la importancia de una metodología, por ejemplo la del Boston College podría ser una buena ayuda para la reflexión.

Una duda relacionada podría ser: esa inversión ¿es redituable?, al final de las cuentas hablamos de negocios. La experiencia de empresas que han incursionado en este esquema demuestra que sí. No podemos, sin embargo, recordar que los resultados económicos y financieros de la empresa son consecuencia de todo lo demás. En este sentido, el mejoramiento de la imagen, la fidelización del cliente, el tener contentos a proveedores y clientes tendrán esa recompensa económica que también se espera.

Por el contrario, no invertir en ello, traería una consecuencia económicamente negativa al perder un mercado que ya no comparte nuestra misión, visión y valores corporativos.

Innovación.

México se encuentra rezagado en materia de desarrollo económico con respecto a las principales economías del mundo. De acuerdo con Guerra ni las empresas mexicanas ni las universidades mexicanas han hecho un aporte significativo en materia de innovación que impacte de relevante al nivel y calidad de vida de los mexicanos en el siglo XX (Guerra, 2010)

De acuerdo con información del Global Competitiveness Report (2009-2010) México se encuentra en el lugar número 80 en el ranking de 134 países totales en lo referente a su capacidad para innovar (Guerra, 2010).

La pregunta que emerge es ¿Existe correlación entre desarrollo económico e innovación? De ser así ¿Cuál surge como condición para la otra? ¿Cómo se alimenta el sistema?

El factor de innovación representa entre el 80% y 90% del crecimiento económico de un país (Cooke, Gómez, & Etxebarria, 1997). De aquí la importancia de considerarla como factor determinante en la ecuación que da como resultado el éxito empresarial.

Si la innovación es un determinante del éxito ¿cuáles serían los factores que influyen en la innovación? De acuerdo con estudios de Hamel y Breen, la respuesta es el conocimiento (Hamel & Breen, 2007).

Si esto es así, entonces el aprendizaje parece ser el proceso que gatilla la generación de conocimiento, el cual influye en la innovación. Activos completamente intangibles y necesarios.

La sociedad actual es denominada sociedad de la información y el conocimiento, cada vez más la búsqueda de algún algoritmo de detecte patrones de comportamiento del mercado se vuelven la nueva alquimia. Todo basado en información, las tecnologías de información y comunicaciones (TIC's), se vuelven entonces una necesidad. La inversión de estas tecnologías aportarán la materia prima (información) necesaria para la innovación.

Las empresas de México, y particularmente en Yucatán, cada vez más invierten en nuevas tecnologías de información, lo que está construyendo un nivel importante en el escalón hacia la innovación.

Siendo la innovación un factor tan importante, y ya considerada la cadena de valor para su obtención, habrá que entender a qué se refiere la innovación.

De acuerdo con el Manual de Oslo, la introducción y/o mejoramiento de nuevos bienes o servicios, así como a sus procesos, estructuras organizacionales, o estrategias de comercialización, son referentes específicos de la innovación (OCDE/Eurostat, 2006).

Esta referencia agrega un principio más a la reflexión: La innovación debe materializarse. De acuerdo con Escorsa y Valls *“Las ideas y los conceptos no son innovaciones... Lo importante es*

que las ideas sean puestas en práctica con éxito para satisfacer a los clientes” (Escorsa & Valls, 2003).

Tal vez, el aporte más significativo de la innovación, aún sobre el producto mismo, es que proporciona una opción distinta a lo existente. En este sentido la empresa “DecoLounge” decidió distinguirse con la utilización de residuos sólidos reciclable como materia prima, una personalización de los productos para cada cliente y una cultura de servicio al cliente.

Desarrollo Sustentable

La sustentabilidad no modifica la estructura fundamental de eficiencia, al hacer más con menos y eficacia, a hacer las cosas correctamente, sólo pone una condición, lo anterior debe darse sin comprometer de ningún modo la calidad de vida de las generaciones venideras, afectando el hábitat tal como lo conocemos.

Está ampliamente documentado el daño irreversible que se ha cometido contra el ecosistema. Sin embargo, no podemos como humanidad darnos el lujo de seguir en esta espiral de autodestrucción.

La misma estructura de la empresa tradicional capitalista, pone como objetivo supremo la maximización del valor económico de los accionistas, supeditando todo lo demás a este objetivo. En este sentido la innovación es condición necesaria para el cambio de la estructura tradicional empresarial, hacia una estructura más sustentable.

Si bien se ha desarrollado la importancia de la sustentabilidad y el crecimiento económico, no menos importante resulta distinguir entre crecimiento y desarrollo. Al desarrollo sólo se puede acceder cuando sumamos a la ecuación el factor denominado “equidad” social.

Sólo hablar de equidad sería decir que si hay pobreza y todos somos igual de pobres somos equitativos. Sólo hablar de crecimiento sería aceptar la realidad actual, una brecha inmensa entre pobres y ricos, y extremos irreconciliables entre los más ricos y los más pobres. Desarrollo sólo es tal cuando se genera riqueza y ésta se distribuye justamente.

Así es como construimos el perfil de la empresa de este nuevo milenio. Empresas que sean económicamente rentables, empresas que sean socialmente justas y empresas que sean ambientalmente sustentables.

Podemos entonces bosquejar la imagen que hemos construido. Es necesario desarrollar aptitudes emprendedoras basadas en los objetivos de las empresas del nuevo milenio (rentabilidad + justicia + sustentabilidad), a través de la innovación materializada, que es resultado de un proceso de aprendizaje, donde la información es la materia prima y las tecnologías le herramienta que la procesa.

El reto a continuar el aterrizar todo este proceso intangible en las empresas, principalmente en la denominadas PyMES, ya que representan 90% de las unidades productivas de México. Pero esta relación no es privativa de México, sino que parece ser una característica económica mundial (Rodríguez, Barredo, & Alonso, 2014).

Empresas pequeñas y medianas (PyMES).

Las PyMES representan el 97% de las empresas en México (Borbón, Meza, & Espinoza, 2012), generan 7 de cada 10 fuentes de trabajo (Aguirre, 2013) y determinan el 44.3% del PIB de México considerando únicamente las pertenecientes al sector manufacturero (Administración de empresas turísticas, 2013).

Aun cuando la mayoría de la MiPyMES se dedica al comercio, principalmente al menudeo, las MiPyMES manufactureras se caracterizan por su gran peso en la economía. Representan el 11.7% de las unidades económicas y ocupan al 23.2% del total de personal (INEGI, 2011).

Su clasificación de acuerdo con información de Nacional Financiera (Nafin), es como se muestra en la tabla I:

Tabla I. Clasificación micros, pequeñas y medianas empresas.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores(7) +(8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250

Fuente: (Nacional Financiera, 2013)

Con respecto a la innovación, la investigación de las problemáticas de las MiPyMES ha tomado realce. Datos en este sentido revelan que el 67.8% de las MiPyMES han realizado cambios o mejoras a sus productos, y el 61.2% han introducido productos o servicios nuevos (INEGI, 2011).

En lo referente a los sistemas de producción, el 62.5% realizaron cambios y/o mejoras en los procesos, y el 61% adquirió nuevo equipo para eficientar dichos procesos. En lo que respecta a sistemas de gestión, el 45.2% realizaron cambios en los procesos de gestión, el 54.8% en los procesos de aprovisionamiento, y el 58% realizó cambios en los procesos comerciales (INEGI, 2011).

Sin embargo, de acuerdo con Maldonado y Martínez, para poder incorporar la innovación en la cultura organizacional, es indispensable el apoyo del gobierno. Principalmente en el aspecto de la financiación, el gobierno debe generar políticas encausadas a incentivar la innovación empresarial. Si la innovación no forma parte de la estrategia, resulta difícil lograr el éxito de crecimiento, desarrollo del negocio así como una adecuada cultura del trabajo (Maldonado & Martínez, 2011).

En lo que respecta a la sustentabilidad, de acuerdo con la revista Forbes “En México, esta preocupación ha rendido frutos y cada día aumentan las empresas con un claro compromiso hacia

la rentabilidad, utilizando tecnologías ecoeficientes. Gracias a este empuje, en 2011 se creó el índice de sustentabilidad en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV)” (Montes & Berges, 2013)

Esta situación es una muestra de la importancia que en el país tiene la evaluación del aspecto referente a la sustentabilidad. Los indicadores financieros también se encuentran formando esquemas de análisis en este sentido.

La idea al final, es que la inversión, incluso la bursátil se dirija hacia las empresas que aprueben la evaluación de la sustentabilidad. Todavía es un camino largo y utópico, pero de otra forma sería la condena hacia la extinción de la especie y la destrucción del mundo tal como lo conocemos.

El caso de la empresa “DecoLounge” todavía se encuentra lejos de la oferta de capital público a través del mercado de valores. Sin embargo, los principios siguen siendo válidos. El mercado con cada vez más opciones de compra de productos irá apostando por los proyectos que presenten un mayor compromiso en esta línea e irá olvidando los proyectos que sigan bajo el paradigma ya obsoleto de buscar la rentabilidad a cualquier precio.

Conclusiones.

A lo largo del trabajo se ha intentado demostrar la cadena de valor que conlleva hacia el desarrollo económico de un país a través de emprendimientos innovadores. La importancia desde la adquisición de tecnologías de información (TIC'S) que permitan captar y procesar información valiosa para la generación de conocimientos que permitan innovar.

Se determinó que la innovación debe ser concreta y debe materializarse en productos, procesos, sistemas, estructuras. La sola idea no es catalogada como innovación, hay que pasar del saber al hacer.

En pocas palabras se necesitan sistemas de aprendizaje, empresas inteligentes e innovadoras que generen valor a través de tres objetivos fundamentales. El objetivo económico buscando la rentabilidad financiera adecuada. Dicha maximización de la utilidad tendrá dos resistencias o topes. El primero es la justicia social y la sustentabilidad ambiental.

Estos toques en la actualidad no existen dentro del modelo de empresa capitalista tradicional, por lo que la maximización de las utilidades como el fin aparentemente justifica cualquier medio o forma de obtenerla.

México en general y Yucatán en particular, se encuentra aún lejos dentro de ranking mundial, no tanto por la falta de deseo o actitud, sino más bien por la falta de aptitud y experiencia en este tipo de proyectos.

Es por ello que el estudio de caso, particularmente en este trabajo sobre la empresa “DecoLounge” emerge como una herramienta de aprendizaje invaluable.

El caso de esta empresa MiPyME demuestra lo que es posible emprendimientos basados en nuevos paradigmas. Aunque hay mucho por aprender, y muchos errores por cometer ponen las bases y un ejemplo para nuevos emprendimientos.

De toda esta reflexión podemos concluir que sin la innovación un país no puede generar riqueza. La innovación se vuelve entonces la premisa sobre la que las empresas deben construir sus estrategias y gestionar sus proyectos siempre en un contexto ético.

La ética entonces se vuelve condición de actuación, aun cuando la presión que ponen los mercados hacia las empresas sea fuerte. Tal es el caso de la Volkswagen, que de forma deliberada alteró sus sistemas para aprobar las leyes ambientales de los USA. El mercado ha castigado el precio de sus acciones y las multas por este delito han costado mucho dinero y reputación a la empresa.

Por ello se confirma que la innovación desde la misma estructura empresarial y el modelo de negocio es la forma de iniciar un camino hacia el modelo de empresa que se requieren.

Bibliografía

Administración de empresas turísticas. (2013). *Empresas dominantes en el Estado de México*.

Recuperado el 1 de octubre de 2015, de Administración de empresas turísticas on line:

<http://administracion.realmexico.info/2013/04/empresas-dominantes-en-el-estado-de.html>

- Aguirre, L. (22 de agosto de 2013). *Potencializando el emprendedurismo y su impacto económico*. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de Forbes:
<http://www.forbes.com.mx/potencializando-el-emprendedurismo-y-su-impacto-economico/>
- Blanco, M., Cano, P., Pavón, D., & Montalvo, V. (2013). La sustentabilidad en las pymes mexicanas y su importancia en México: caso Decoluonge. En V. Alonso (Ed.), *Segundo Congreso Universitario Transformación e Innovación en las Organizaciones* (págs. 52-66). Mérida: UADY.
- Borbón, J., Meza, P., & Espinoza, F. (enero-marzo de 2012). El impacto de la pequeña empresa en el desarrollo de la economía regional. *Revista de investigación académica sin frontera*(12), 1-15. Recuperado el 1 de octubre de 2015, de
<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/files/12-1.pdf>
- Cooke, P., Gómez, M., & Etxebarria, G. (diciembre de 1997). Regional innovation systems: Institutional and organisational. *Research Policy*, 26(4-5), 475–491.
- Escorsa, P., & Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona, España: UPC.
- Guerra, P. (octubre de 2010). Estudio sobre la percepción en innovación y desarrollo entre los administradores de las pequeñas y medianas empresas : Caso de estudio Monterrey Nuevo León. *Daena: International Journal of Good Conscience.*, 5(2), 246-276. Recuperado el 18 de septiembre de 2015, de [http://www.spentamexico.org/v5-n2/5\(2\)246-276.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n2/5(2)246-276.pdf)
- Hamel, G., & Breen, B. (2007). *The future of management*. Boston, USA: Harvard Business School Press.
- INEGI. (2011). *Censos Económicos 2009: Micro, pequeña, mediana y gran empresa estratificación de los establecimientos*. Aguascalientes, México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 2 de octubre de 2015, de Censos Económicos

2010:

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

Maldonado, G., & Martínez, M. (23 de junio de 2011). *La innovación de la pyme en México*.

Recuperado el 15 de octubre de 2015, de Cinco Días:

http://cincodias.com/cincodias/2011/06/23/economia/1308941749_850215.html

Montes, L., & Berges, G. (9 de septiembre de 2013). *Las empresas más sustentables de México*.

Recuperado el 15 de octubre de 2015, de Forbes: <http://www.forbes.com.mx/las-empresas-mas-sustentables-de-mexico/>

Nacional Financiera. (8 de mayo de 2013). *Clasificación micro, pequeñas y medianas empresas*.

Recuperado el 1 de octubre de 2015, de Nacional Financiera:

<http://www.nafin.com.mx/portalnf/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>

OCDE/Eurostat. (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. España: Grupo Tragsa.

Prieto, A. (13 de octubre de 2011). *Oportunidades y negocios verdes*. Recuperado el 16 de octubre de 2015, de SoyEntrepreneur.com: <http://www.soyentrepreneur.com/16233-oportunidades-y-negocios-verdes.html>

Rodríguez, R., Barredo, G., & Alonso, V. (2014). Innovación Mercadológica Universitaria: alternativa creativa para el desarrollo social del sur de Mérida dentro del contexto neoliberal. *VIII Congreso Anual de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad "Innovación y Competitividad: Impulsores del Cambio"* (págs. 1-22). Puerto Vallarta: RIICO.

SoyEntrepreneur. (19 de Mayo de 2015). *5 ventajas de implementar un negocio verde.*

Recuperado el 15 de octubre de 2015, de SoyEntrepreneur.com:

<http://www.soyentrepreneur.com/2999-los-negocios-verdes-un-buen-negocio.html>