Piensa PyME: hacia la empresa 2.0

"Cambia el rumbo el caminante
Aunque esto le cause daño
Y así como todo cambia
Que yo cambie no es extraño".

Todo cambia, de Julio Numhauser.

De buenas a primeras muchas de las aplicaciones tecnológicas que utilizamos diariamente, así como una enorme cantidad de servicios de los cuales somos clientes ahora se apellidan "2.0".

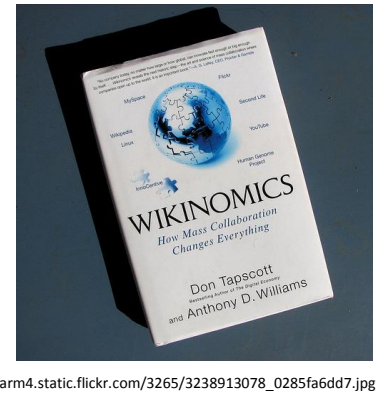
A diferencia de los nombres en las versiones de *software* (que habían tenido hasta hace algunos años referencias numéricas 1.0, 4.5, etc.) esta nueva categorización se refiere a la conquista del nuevo mundo por las aplicaciones colaborativas; es decir, aquellas que nos habilitan como productores y generadores de conocimiento, además de consumidores (Alvin Toffler[1] desde 1980 acuñó el curioso término de "prosumidor", productor y consumidor a la vez).

¿De dónde surge la denominación "2.0"?

http://linux.zn.uz/files/oreilly480.jpg

El término deriva de la *Web* 2.0, que fue acuñado por Tim O'Reilly (presidente de una compañía editorial[2] además de ser un fuerte impulsor del software libre) en 2004, para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología *web* basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los *blogs*, los *wikis*, los cuales fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad.

Posteriormente, esta conceptualización se fortalece con Don Tapsscot en su libro ***Wikinomics**: La Nueva Economía de las Multitudes inteligentes*,[3] donde explora cómo las nuevas tecnologías de la información ("2.0") han revolucionado la economía tradicional. Asimismo, plantea los llamados cuatro principios de la "wikinomía": (1) la apertura; (2) la interacción entre iguales que permite revisar continuamente el trabajo; (3) el uso compartido y (4) la actuación global.



http://farm4.static.flickr.com/3265/3238913078_0285fa6dd7.jpg

[1] Toffler, Alvin, *La Tercera Ola*, Plaza & Janes, España, 1993.
[2] http://oreilly.com/
[3] *Tapscoot, Don* y *Anthoy D. William*, *Wikinomics: La Nueva Economía de las Multitudes inteligentes*, España, Ediciones Paidos Iberica, 2007.

Algunos autores prefieren utilizar el término **Wikiempresa**, pues encuentran en ello una palabra emocionalmente atractiva que huye de modas y de etiquetas. Su preocupación está en el hecho de que "lo 2.0" se termine viendo (por uso y abuso) como una moda pasajera que arrastre consigo una propuesta genuina con entidad para quedarse.

Una vez expuesto lo anterior, a lo largo de este texto emplearé indistintamente los términos Empresa 2.0 y Wikiempresa, ya que en esencia ambos refieren al mismo concepto o idea.

¿Cómo podríamos llevar esto al ámbito de una PyME?

http://www.elamaule.cl/tmp_images/76/noticia_3797_normal.jpg

Como se puede intuir, todo esto tiene que influir de algún modo en la gestión de la empresa y de la innovación. Las PyME como cualquier tipo de organización deben repensar su relación con una sociedad que tiene pleno acceso a la información, y está interconectada y globalizada.

Considero que podríamos repensar esta influencia desde diversas perspectivas. Les comparto mis reflexiones para cada una de ellas:

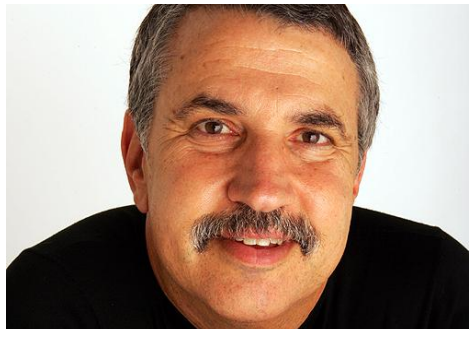
I. **Procesos de negocio.**

Desde principios de la década de los 90 un tema recurrente para nuestras pequeñas empresas era lograr la optimización de tiempos y movimientos (tomado como mejor práctica de la industria manufacturera); para ello comenzó a ganar espacio el tema de definir adecuadamente los procesos de negocio de la compañía, lo cual incluye su cadena de valor, el modelo de negocio sobre el cual está sustentada, el modelo de gestión de tecnología y el modelo de innovación.

Hoy como nunca es necesario tener claro hacia dónde vamos, cómo pretendemos lograrlo y cómo sabremos que llegamos con bien. Procesos de negocio 2.0 abre la conversación de estos temas a todos y cada uno de los colaboradores de nuestra PyME, para crear una visión conjunta, consensuada y por ende, comprometida por cada integrante de la empresa. Refiere al punto de coincidencia entre la misión y visión

empresarial y la de cada persona en la organización. La garantía de éxito que podemos lograr al trabajarlo de esta forma es infinitamente superior que al hacerlo de manera tradicional (generado por una persona o un consultor externo). Por último, es importante resaltar la importancia de la conexión global que las empresas de hoy deben establecer con su entorno y convertirse en una "Wikiempresa", al crear redes de comunicación horizontales entre sus clientes, proveedores y empleados, además de lograr la integración con su estructura vertical tradicional.

II. Soluciones.



http://blogs.jta.org/images/archive/tomfriedman.jpg

Independientemente de cuál sea el producto o servicio que ofrece mi empresa, es necesario entender que el mundo cambió y se volvió plano, como bien lo refiere *Thomas Friedman*[4] en su libro de 2005: *The World is Flat*. El aplanamiento del mundo está propiciando, una nueva era de colaboración entre individuos y comunidades como nunca antes se había visto, situación que está afectando desde el modo de hacer negocios hasta el papel que deben jugar los gobiernos.

Soluciones 2.0 es la comprensión clara de que mi producto o servicio debe ser una solución para un mercado global, tenemos que salir a vender no lo que se vende en Colombia, España o México, sino lo que el mundo necesita en todos lados. Es también que debemos hacer un posicionamiento y diferenciación entre nichos. Lo importante no es hacer el producto más avanzado, sino satisfacer una necesidad no resuelta. Por último, es aprender a integrarse a una cadena de valor; hay que estar conscientes de que difícilmente nosotros solos podemos llevar nuestro producto a todo el mercado.

III. Tecnología.

Los dueños de las PyMES se van convenciendo cada vez más de la necesidad de controlar todas las herramientas que la Red pone a su alcance y utilizarlas para beneficio propio y de su empresa. Vayamos por partes y atendamos en una primera instancia al software; el continuo dolor de cabeza que padecimos por no contar con las licencias de las aplicaciones que teníamos instaladas en nuestras computadoras (la hoja de cálculo, el procesador de palabras, el programa para hacer presentaciones llamativas, etc.) se ha resuelto desde la aparición en el

[4] http://www.thomaslfriedman.com/

mercado de las famosas aplicaciones de código abierto (*open source*). Aplicaciones que puedo descargar de la red y utilizarlas de inmediato, prácticamente con la misma funcionalidad que las comerciales. OpenOffice[5] es un gran ejemplo, lo que nos ahorra unos 650 dólares por instalación (el equivalente del costo de Microsoft Office). Ubuntu,[6] un sistema operativo robusto (derivado del famoso Linux) bien podría reemplazar a Windows Vista, sumando en ahorro otros 300 dólares y así podríamos seguir sumando a la columna del ahorro por aplicaciones como un CRM (para el manejo de mis clientes), ERP (donde concentro todos mis sistemas de cómputo).

http://bioingegneria.files.wordpress.com/2008/05/web.jpg

Asimismo, recordemos que el otro gran dolor de cabeza era la compra del hardware, del servidor, del equipo para configurar la red local que conecta todos los equipos de la oficina. Pues bien, en su versión 2.0 el hardware se fue a la nube, y no porque su precio sea exorbitante, sino porque es ahora virtual, es decir, ahora es posible *tercerizar* los espacios de almacenamiento y procesamiento de información. Servicios como el que ofrece la compañía EyeOS[7] es un buen ejemplo de esto. Se requiere únicamente del acceso a Internet (siendo secundaria la capacidad del equipo local que usemos) para acceder a un ambiente virtual en donde tengo las aplicaciones que requiero y pago por su utilización (como si se tratara de los minutos tiempo aire en mi teléfono celular).

Dadas estas ventajas sea *¡bienvenida la tecnología 2.0 para nuestra PyME!*

IV. Personas.

Dejamos lo más interesante para el final. Recordemos que si bien nuestros clientes nos compran porque ofrecemos productos de calidad o bien, porque ofrecemos un muy buen servicio, la razón principal por la que contamos con su preferencia es porque confían en nosotros, porque hemos implementado algunas acciones con las cuales (conciente o inconscientemente) nos hemos ganado la confianza de las

[5] http://es.openoffice.org/
[6] http://www.ubuntu.com/
[7] http://eyeos.org/es

personas que hoy día son nuestros socios, clientes o proveedores, y ellos, como nosotros, también han cambiado mucho en los últimos años, más en la época actual con los tiempos agitados económicamente, cuando hacia donde dirigimos la mirada hay una resonancia de gran incertidumbre.

Debemos ser observadores capaces de reconocer primeramente de qué generación son nuestros clientes; esto aplica particularmente al grupo de adultos y jóvenes que con seguridad representan nuestro mayor porcentaje de mercado, puesto que cada uno de ellos tiene características propias que los diferencian de las demás en sus hábitos de consumo y comportamiento en general.

Revisemos esto un poco más a detalle:

Generación "X". Los nacidos entre 1965 y 1976 y que en general comprende a 17% de la población. En general, las personas que pertenecen a este grupo se caracterizan por ser independientes y escépticas y se encuentran a la sombra de los *Baby Boomers* (como se denomina a los nacidos en la posguerra). A medida que ingresan en su tercer y cuarta década de vida, se convierten en consumidores que están estableciendo una familia y comprando bienes inmuebles.

Generación "Y". Los nacidos entre 1977 y 1994 que constituyen 25% de la población. En general las personas que componen este grupo son optimistas e idealistas y consumen medios en forma muy fragmentada, representan la próxima gran ola en su composición demográfica.

Los miembros de ambos grupos tienen cosas en común: ambos crecieron con recesiones, familias de un solo padre, televisión por cable, Internet y otras tecnologías personales.

Hoy, además de la clasificación presentada, compiten por soluciones los "nativos digitales" (término acuñado por Marc Prensky[8]) con los "inmigrantes digitales". Esta distinción surge derivada de las competencias tecnológicas de la población. De acuerdo con los datos publicados por el portal Educ.ar, en 2005, en promedio, un graduado universitario (especialmente en los Estados Unidos pero, crecientemente, en todos los rincones del planeta) pasaba cerca de 5 mil horas de su vida leyendo, cerca de 10 mil jugando con videojuegos y cerca de 20 mil viendo TV. Son esas primeras 5 mil horas las que marcarán la diferencia para ingresar a la ciudadanía digital en pleno ejercicio de sus derechos. La singularidad es precisamente la digitalización de la cultura y el conocimiento y en dicha digitalización es posible que encontremos nuevas posibilidades para nuestros productos y servicios como PyMES.

Conclusiones

¿Nos estamos moviendo en la dirección que deseamos?, ¿qué debemos vender hoy?, ¿cómo debemos ajustarnos a la situación actual? Consolidar una PyME con visión 2.0 implica una decisión de cómo responder a las nuevas oportunidades del mercado para lograr buenos resultados y de establecer una nueva dinámica en mis relaciones con clientes, socios y proveedores.

Jack Canfield,[9] autor de los libros *Los principios del éxito*, *El poder de la focalización* y *Sopa de pollo para el alma*, entre otros, afirma que "hay eventos que no podemos cambiar, lo que sí está en nuestras manos son las respuestas y actitudes que tomaremos ante estos eventos". Canfield representa esto por **E + C = R (Eventos + Conducta = Resultado).** La idea principal es que cada resultado que experimentamos en la vida (ya sea un éxito o un fracaso, riqueza o pobreza, salud o enfermedad, intimidad o distanciamiento, dicha o frustración) es consecuencia de cómo nos hemos comportado ante un evento en nuestra vida.

[8] http://www.marcprensky.com/
[9] http://www.jackcanfield.com/

Actualmente todos experimentamos (directa o indirectamente) el evento “2.0”, el resultado que obtengamos en nuestro negocio y en todos los aspectos de nuestra vida en los que este fenómeno esté involucrado, dependerá totalmente de nuestra conducta ante la situación. De esta forma, es tiempo, tal vez, de ajustar nuestros planes.

Datos del autor:

Ing. Álvaro Martínez Negrete, MSC
Especialista en Innovación Tecnológica.
Coordinador estratégico en el Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa (INITE) en México.
Fundador de ***Talentoen***: mPyME para el desarrollo e innovación del talento organizacional / URL: www.talentoen.com
Contacto: alvaro.martinez@talentoen.com
Nextel: (442) 148.0604 ID 52*15*6978