



Nuevas tecnologías de la información aplicadas al emprendimiento

León Darío Parra

Profesor Asociado
Instituto para el Emprendimiento Sostenible
Universidad EAN-Colombia

En la actualidad, el acceso y combinación de diversas fuentes de información es de vital importancia para la identificación de nuevas oportunidades de inversión y la toma de decisiones en las organizaciones. La sociedad moderna genera cerca de 7 Zetabytes cada año, de los cuales el 75 % proviene de datos no estructurados, que en gran parte, se generan en las redes sociales, bajo la premisa de que la información es poder. Los emprendedores y empresarios requieren de las nuevas herramientas tecnológicas orientadas a la gestión de la información, tanto para la identificación como para la evaluación de oportunidades de inversión tecnológica, como el Big Data, que les permita optimizar la gestión de su información respecto de su visualización, interrelación con diferentes fuentes y agilidad en su procesamiento. Es necesario contar con información actualizada del mercado, así como con estudios de caracterización de las preferencias cambiantes en el mismo, no solo para la creación de nuevas empresas que respondan a las necesidades de nichos de mercado disruptivos, sino también para la inteligencia de negocios en las empresas que ya están consolidadas.

Asimismo, los responsables de la formulación de políticas públicas orientadas al fortalecimiento empresarial y el emprendimiento requieren información actualizada, fácil de manejar e interpretar, que les permita comprender el estado actual de un tema en particular y su análisis contextualizado, con el uso de diferentes fuentes de datos. En el caso del fomento al emprendimiento, los diseñadores de políticas necesitan indicadores relacionados con el proceso de creación de negocios, discontinuidad y crecimiento, los cuales se pueden contrastar e integrar con indicadores macroeconómicos para explicar las complejas relaciones en el contexto económico.

Si bien Estados Unidos y Europa cuentan con una amplia literatura y experiencia sobre emprendimiento y empresarialidad, aún es incipiente la utilización de herramientas tecnológicas que permitan integrar las

fuentes de información estadísticas e investigaciones basadas en la caracterización del tejido empresarial con proyectos de carácter multilateral como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual recopila información a nivel mundial tomando en cuenta algunas variables relacionadas al emprendimiento. Dicha situación se toma más precaria para casos particulares como la empresarialidad dentro de las universidades y su aplicación a procesos de incubación empresarial.



Los emprendedores y empresarios requieren de las nuevas herramientas tecnológicas orientadas a la gestión de la información, tanto para la identificación como para la evaluación de oportunidades de inversión tecnológica”.

Sin embargo, la sociedad actual, inmersa en la Cuarta Revolución Industrial que supone la automatización cibernética de los procesos, cuenta con herramientas tecnológicas que le permiten mejorar de manera significativa la forma cómo desarrollan su proceso productivo de forma inclusiva para toda la sociedad. Y el emprendimiento, así como la consolidación de procesos empresariales, no escapan a este panorama, dado que las nuevas unidades de negocio generadas en la economía tendrán que ser cada vez más innovadoras para resaltar su diferenciador en el mercado. La calidad y el precio, al ser un requisito implícito en el nuevo mercado de "Hágalo usted mismo", no podrán seguir siendo colocados como diferenciador en los modelos de negocio, y por ende, los emprendedores, así como las instituciones y gobiernos que apoyan el emprendimiento, tendrán que reinventarse para ofrecerle al mercado algo más que una propuesta de valor basada en la provisión de un producto o servicio.

Tecnologías que revolucionan la forma de hacer negocios

Entre la gran diversidad de nuevas tecnologías que se están implementando, citaremos a tres de ellas que tendrán gran impacto en el desarrollo de los modelos de negocio: La primera es la interconectividad de dispositivos inteligentes con el internet de las cosas o IOT, dicha tecnología provocará una explosión en la información generada por la sociedad, lo cual permitirá la obtención de datos del mercado en tiempo real de acuerdo con las necesidades del consumidor. Ello implicará que los negocios adapten sus líneas de ingreso y propuestas de valor a los patrones de consumo de sus clientes frecuentes prediciendo su consumo futuro de acuerdo a la tendencia de su consumo pasado. La segunda es el advenimiento del Big Data o gestión de grandes volúmenes de información llevará a las organizaciones y emprendimientos a ser más asertivos a la hora de definir su perfil de cliente y las preferencias de consumo del mismo, herramientas asociadas al análisis de sentimientos, las cuales provocarán que las compañías compitan por ofrecer al cliente lo que mejor se ajusta a su estado de ánimo y, con base en ello, a que se ajusten mejor a sus expectativas.

Y la tercera, el Data Analytics que brindará a los tomadores de decisiones "datos inteligentes" sobre el comportamiento del mercado en tiempo real, lo que permitirá a las empresas cambiar su estrategia de marketing a diario sin tener que incurrir en costosos estudios de mercado o planes de marketing. Aunado a lo anterior, el crecimiento de los "Smart Factories" hará que las cadenas de valor y los procesos productivos deban ser reinventados, el producto dejará de valer por la materia prima que contiene, la mano de obra que se utilizó para realizarlo y la tecnología que se empleó, costará por la cantidad de conocimiento que se requirió para desarrollar las características con las que cuenta, gran parte del cual provendrá de los datos inteligentes generados por las compañías.

