



Soluciones innovadoras en necesidades sociales

Por Pamela Alva

Hablar de empresas socialmente responsables e innovación son temas que no siempre han estado relacionados, pero poco a poco se han transformado en una práctica que se vuelve habitual en la mayoría de las empresas ya que de la innovación dependen la creación de valor, la competitividad y la supervivencia de las mismas. Pero también es cierto que no siempre la innovación ha tenido resultados positivos, por ello asociarla con la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) es un aspecto esencial. De esta manera la innovación que se necesita es la innovación responsable, aquella que se conjugue de manera natural y directa con la RSC.

Dejando de ser dos aspectos aislados, ahora caminan de la mano debido a que la RSC es una herramienta para lograr la innovación y hoy más que nunca ésta debe tener en cuenta criterios de RSC. Es decir, la búsqueda de los valores de responsabilidad como sostenibilidad económica, ambiental y social, principalmente; que permitan a las empresas encontrar nuevas formas o mecanismos mejorados para producir servicios o productos. Entendiendo la innovación desde el punto de vista de ser una aportación de valor a través de la cual se satisfacen nuevas necesidades o se resuelven las ya existentes de una manera distinta y novedosa es que ha dejado de ser una alternativa para convertirse en una prioridad.



Ahora la pregunta que surge es: ¿Cómo innovar?

Estamos en un mercado cada vez más saturado donde se inventan necesidades para satisfacerlas, pero las exigencias actuales demandan el desarrollo de proyectos que sean sostenibles en el tiempo, que no solo se preocupen por “apagar incendios” sino que tengan el potencial de transformar la cultura de una comunidad e incluso una ciudad completa en el futuro.

Cuando una empresa logra identificar y comprender la gran oportunidad de negocio que significa solucionar problemáticas asociadas a un segmento históricamente desatendido como lo son las comunidades más vulnerables, se le abre un mundo de nuevas ideas y posibilidades.

La innovación social es vista como los cambios que se producen en tres áreas específicas: el territorio y la calidad de vida de los habitantes, aunado a las condiciones de trabajo y empleo. Para llegar a ella no es necesaria la creación de una idea completamente nueva, sino más bien es sobre una reorganización de los elementos existentes para obtener un mejor provecho de ellos con el fin de mejorar áreas de la vida cotidiana.

Las empresas que invierten recursos económicos en innovación social crean economías alternativas. Cuando nace una idea basada en el análisis y entendimiento de algún reto social, el proyecto adquiere otra dimensión, se integra a la cultura y a la sociedad de forma orgánica por bien común. Las empresas que integran y apuestan por la innovación aumentan la imagen positiva que tienen sus consumidores y clientes sobre la compañía. Por encima de todo, los beneficios sociales con respuestas prácticas, dan una mayor satisfacción a los socios e inversionistas, ya que al colaborar le aseguran que están dejando un legado social y contribuyen a mejorar las condiciones de vida del entorno.

No olvidemos que muchas grandes innovaciones han nacido como respuesta a situaciones especiales y extremas: guerras, pobreza, usuarios con necesidades específicas, etcétera.

La innovación responsable y sostenible está estrechamente ligada a la capacidad dinámica, es decir, las empresas deben ser capaces de aprender enfoques nuevos y dejar atrás los antiguos, así como de trabajar con componentes novedosos en cuanto a tecnologías, mercados, condiciones ambientales, por nombrar algunos. Es importante mencionar la incorporación al juego de la llamada generación *Millennial*, ya que ésta ha cambiado por completo los esquemas bajo los que se llevaban muchos procesos; además de innovadores en cuanto al uso de tecnología se refiere, traen consigo valores que generaciones atrás pasaban por alto, como la participación, su preferencia por compartir antes que por poseer y, a su vez exigen nuevos valores como la transparencia, sostenibilidad y el compromiso social por medio de la innovación.

Existen empresas y organizaciones que ya cuentan con buenas prácticas al respecto, ya sea haciéndolo de manera directa o involucrándose con organizaciones o emprendedores que impulsen la innovación para la solución de diversas necesidades sociales. Ejemplo de ello son:



Mozilla

Empresa dedicada al software libre, que busca empoderar a la gente con el conocimiento que requiere para leer, escribir, y participar en la web la cual se define como la “alfabetización web”. Para lograr esa alfabetización, se creó Mozilla Nativo, una iniciativa que consiste en la incorporación de las lenguas indígenas al mundo digital. De esta forma, facilita que los hablantes de lenguas indígenas hagan un mejor uso de la web, lo que supone la reducción del obstáculo que existe para la movilidad social y que podría combatir a la pobreza y la desigualdad. Esta empresa, además de ayudar a la inclusión, busca fomentar la educación financiera, y aunque aumentó el número de personas que puede acceder a Internet, muchas veces no saben cómo utilizar esas herramientas, no pueden abrir una cuenta bancaria, pagar cuentas o comprar *online*.

CEMEX

CEMEX, en colaboración con el Tecnológico de Monterrey, desarrolló el premio CEMEX-Tec, otorgando hasta 400,000 pesos a universitarios con ideas relacionadas con empresas sociales, medio ambiente e innovación en la construcción. Esta alianza busca formalizar lo que la empresa ya estaba haciendo en cuanto a creación de comunidades sostenibles en México. Desde el año 2015 en alianza con la aceleradora Ashoka, busca dar mentorías y capital semilla a 15 emprendedores sociales de 11 países.

Un esfuerzo de innovación resulta hoy un factor clave para mejorar la competitividad. Este factor es tomado en cuenta y aplicable en todos los sectores, empresas, instituciones y organismos, ya sean públicos o privados. Las políticas que se implementen tienen que tener diseño social, porque de otro modo, no serán ni educativas, ni transformadoras, ni sostenibles. Así que nos toca a todos, (ONG, empresas, administraciones públicas y personas) que en un futuro muy cercano que las empresas se conciben y se gestionen por el principio de centralidad humana, que no haga falta calificar un tipo de empresa como social y que el verdadero motor emprendedor sea la empatía social y el medioambiental. ●

DESCUBRE TU POTENCIAL

LAS
COSAS
POR
SU
NOMBRE®

CREATIVIDAD SIN LIMITE

AV. TECAMACHALCO #62
WWW.LASCOSASPORSUNOMBRE.MX

62789964 • 63789965
LAPATRONA@LASCOSASPORSUNOMBRE.MX