

EMPRENDERISMO E INNOVACIÓN. Factores claves para la competitividad de Colombia.

Por: Clemencia Morales Montejo

La globalización que caracteriza la era actual y que se expresa en la internacionalización de los negocios, en la presencia de Internet -en todos los ámbitos de las actividades humanas- así como en el surgimiento de organizaciones en redes que configuran clusters productivos intersectoriales y extra-territoriales, ha creado un entorno económico y social lleno de oportunidades y amenazas, al mismo tiempo que es extremadamente incierto y volátil. Este complejo escenario exige adoptar nuevos paradigmas económicos y competitivos.

Las formas tradicionales de empleo, de organización y competencia ya no son suficientes para sobrevivir en el entorno actual; los países necesitan mejorar y renovar sus métodos de gestión para realizar oportunamente los cambios tecnológicos, administrativos y del talento humano que permitan a sus empresas competir exitosamente.

Las formas tradicionales de empleo, de organización y competencia ya no son suficientes para sobrevivir en el entorno actual; los países necesitan mejorar y renovar sus métodos de gestión para realizar oportunamente los cambios tecnológicos, administrativos y del talento humano que permitan a sus empresas competir exitosamente. Colombia requiere nuevas metodologías de gestión, nuevos casos de estudio, y nuevos ejemplos de buenas prácticas que se conozcan y difundan a través de todo sus sistemas productivos.

La empresa actual requiere por lo tanto que se innove en sus formas de gestión con un mayor sentido de pertenencia, que brinde una mayor satisfacción y produzca con costos y calidad capaces de competir en el mercado internacional. Todo esto ha empezado a ser comprendido por la sociedad colombiana, que a través de la Ley 1014 se refiere expresamente a la necesidad de generar un entorno favorable para cultivar personas con capacidad de innovar “que generen bienes y servicios de forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”.

Desafíos para la empresa colombiana: Emprenderismo e innovación para la competitividad

Estudios recientes revelan que la competitividad en Colombia está claramente ligada al tamaño, al contexto industrial, y a la capacidad de gestión y organización interna, factores que, en las empresas, determinan un conjunto de recursos y capacidades que dan origen a la diferenciación y a la posición competitiva. “La competitividad viene dada por los recursos, capacidades y habilidades que posee una empresa (conocimientos tecnológicos, marca, reputación, destreza del personal, relaciones con proveedores, etc.), que se generan y amplían con el tiempo y surgen del aprendizaje colectivo de la organización” ¹

El tamaño de la empresa influye en la capacidad de esta para innovar, competir, exportar y financiarse. En Colombia el 86 por ciento de los emprendimientos son micro empresas y un 10 por ciento son pequeñas y medianas, mientras que el 4 por ciento restante califica como

¹ Salas 1993

grandes. De acuerdo con el documento “Bogotá sin Indiferencia” de la Alcaldía de Bogotá 2007.

La clave para aumentar la competitividad del sistema productivo colombiano está en desarrollar, prioritariamente, la capacidad de innovación de la pequeña y mediana y micro empresa ya que la gran empresa, por estar vinculada al mercado internacional está más expuesta a las presiones competitivas de una competencia que es innovadora.

Aunque tradicionalmente la PYME se caracteriza por su flexibilidad y capacidad de adaptación, para lograr ventajas en costos y dominar la innovación de sus productos, ellas deben aprender a trabajar en grupos, creando alianzas estratégicas e incorporándose a los “clusters” productivos de mayor competitividad para poder ofrecer

Aunque tradicionalmente la PYME se caracteriza por su flexibilidad y capacidad de adaptación, para lograr ventajas en costos y dominar la innovación de sus productos, ellas deben aprender a trabajar en grupos, creando alianzas estratégicas e incorporándose a los “clusters” productivos de mayor competitividad para poder ofrecer conjuntamente productos complejos sosteniendo el crecimiento y la capacidad innovadora del grupo.

conjuntamente productos complejos sosteniendo el crecimiento y la capacidad innovadora del grupo. Sin embargo una estrategia competitiva nacional no puede limitarse solamente a fomentar la innovación en la PYME ya que la capacidad competitiva de un país también depende de implicaciones políticas, económicas y socioculturales que dinamizan tal proceso en grupo. (2) En tal sentido la micro-empresa adquiere importancia por su carácter estabilizador, al ser responsable del empleo en los sectores de menores recursos.

El emprendimiento necesita de una política pública de apoyo

Se requiere contribuir al desarrollo de la micro y pequeña empresa, para que generen una mayor productividad y éstas puedan formar líderes emprendedores que contribuyan a un verdadero desarrollo económico y social del país. Así mismo, la creación de nuevas empresas de este tipo requiere esfuerzos sistemáticos y correr los riesgos que son propios de la actividad empresarial. En este contexto, la creación de incubadoras de negocios constituye una estrategia de la mayor importancia en cuanto a que, ‘Una incubadora de negocios, es una organización que acelera y sistematiza el proceso de crear empresas exitosas, proveyéndolas de un buen soporte, el cuál incluye entre otros: un espacio físico para la incubadora, servicios de soporte a sus negocios y oportunidades de clusters y redes de negocios’.

En atención a lo anterior el gobierno de Colombia ha creado el Sistema Nacional de Competitividad, con el objeto de desarrollar más emprendimiento, promover la formación de líderes empresariales capaces de crear empresas e incubadoras, y facilitar el acceso al mercado de capitales, a la información y demás recursos necesarios. La Ley 1014, 2006 promueve el fomento de la cultura del emprendimiento, reconociendo el impacto de éste en el desarrollo y estableciendo su enseñanza obligatoria. Esta Ley define emprendimiento como una manera de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planeada con visión global y llevada

2 Elsa Emilia Petit “La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico”. Revista de Ciencias Sociales. ISSN 1315-9518 versión impresa. Revista de Ciencias Sociales v.13 n.3 Maricao dic. 2007.

acabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Empresas innovadoras y planes de negocios

Los profundos cambios que caracterizan a los negocios del siglo XXI exigen cambios también profundos en la cultura empresarial, esto demanda mostrarse abierto a los mismos, considerar en todo momento la oportunidad de innovar y reconocer que ya existen nuevas formas de lograr resultados con la gente. De allí surge la necesidad de que en la formulación de un plan de negocios de una organización, se investigue y proyecte la capacidad innovadora de su emprendedor.

El Plan de Negocios es un instrumento de gestión que a partir de ciertas preguntas fundamentales permite organizar la información y resumir metódicamente las estrategias, las políticas, objetivos, metas y acciones, productos y / o servicios a ofrecer; e incluye de manera muy precisa, una proyección de las condiciones y oportunidades de los mercados con que trabajará la empresa en el futuro

El Plan de Negocios es un instrumento de gestión que a partir de ciertas preguntas fundamentales permite organizar la información y resumir metódicamente las estrategias, las políticas, objetivos, metas y acciones, productos y / o servicios a ofrecer; e incluye de manera muy precisa, una proyección de las condiciones y oportunidades de los mercados con que trabajará la empresa en el futuro (ver figura 1).

La intuición empresarial ya no es suficiente, cuando las organizaciones se están diseñando hay un componente importante de creatividad e innovación. El emprendedor debe concentrarse en diseñar productos y en crear servicios nuevos que los diferencie de los demás existentes en el mercado. Igualmente, en diseñar la organización más especializada, con estructura cada vez más plana y menos jerárquica y con estrategias claramente definidas.

Hoy se trata de hacer que el diseño del Negocio incluya el análisis del mercado propio, del sector de la competencia, al igual que el plan para incursionar en esos mercados -con productos o servicios diferenciados- y especificar el apoyo logístico que requiere todo el proceso, considerando los recursos de producción, financieros y comerciales. El Plan de Negocios es útil como herramienta de gestión, para todo empresario que desee hacer un ordenamiento de su empresa, pero sobretudo para aquellos que deseen crear una empresa o una nueva línea de negocios, explicitando y midiendo el riesgo, la pertinencia, viabilidad e impacto de manera objetiva y precisa.

Innovar requiere una disciplina y unos hábitos que deben experimentarse y aprenderse. Igualmente necesita unos recursos que deben gestionarse, por lo que se habla de gestión de la innovación. No basta con hacerlo una vez: en la medida que el entorno cambia de forma continuada, el reto está en innovar permanentemente, la innovación se revela, no como una actividad puntual, sino como una que es recurrente. Es un proceso estratégico, que pertenece al ámbito de la dirección estratégica de la empresa. “Innovar precisa de un camino de aprendizaje que debe recorrerse sin pausa, pero con calma, y con una estrategia previa a la que se deben destinar recursos, para discriminar en que campos de operación y en que nichos de mercado la

empresa puede desarrollar capacidades exclusivas sobre las cuáles construir diferencias estratégicas en producto o servicio”³.

El desafío de la perdurabilidad y del crecimiento

Hay suficiente investigación que evidencia la vulnerabilidad de las empresas durante los primeros tres o cinco años del negocio. Por esa razón es de primera importancia crear las condiciones y el soporte adecuado para que las nuevas pequeñas y medianas empresas puedan sobrevivir y consolidar su crecimiento en el mediano plazo.

Sin duda, la política de emprendismo esta inter-relacionada con la política de innovación en la pequeña y mediana empresa, la promoción para su formación debe estar enfocada a mostrar su importancia en la economía de un país. Su promoción debe mostrar como es posible proveer servicios a los clientes, generar empleo y satisfacer las necesidades de los emprendedores. Es necesario focalizar más el emprendimiento, enfatizando el desarrollo de la motivación y las habilidades de los emprendedores como innovadores, por lo tanto el desarrollo de políticas que ayuden a desarrollar una alta motivación, alta oportunidad y altas habilidades en los emprendedores pasa a ser un asunto prioritario de gobierno.

Definir el rol del emprendedor para medir o dar seguimiento a sus habilidades es difícil, por lo cual es necesario que algunas de las políticas de apoyo a la PYME se orienten a construir una capacidad suficiente de soporte y medición en el desarrollo de planes de negocios. En tal sentido se precisa ayudar a que los nuevos empresarios puedan identificar el porqué, para qué, qué, a quién, donde, cómo, con quién, con qué y cuando se pondrá en marcha el plan de negocios de acuerdo con las oportunidades del entorno.

Figura 1
Plan de Negocio



³ Ponti Franc & Ferrás Xavier (2008)

Un Sistema Nacional de Competitividad para Colombia

En una conferencia en Colombia a comienzos de 2008, Michael Porter afirmaba: “Colombia tiene una tendencia a la mejoría a partir de la década pasada. Pero aunque las cosas están mejor, el rendimiento no es el deseable. Las exportaciones no son tan altas, la inversión no tiene la dimensión que podría y para mejorar se debe cambiar ese contexto de bajo desempeño por uno de eficiencia, basado en la competencia de la microeconomía y reformas a su sistema legal. Existen por lo tanto muchas oportunidades para la creación de nuevas empresas que superen estos problemas. Hay países en que la producción esta muy clusterizada por producto. Eg. Malasia tiene alto componente tecnológico. En Colombia se propone llegar a los clusters que se autogestionen y que puedan recibir apoyo estatal”. Estas afirmaciones señalan que llegó el momento de la microeconomía y de la competitividad.

El ranking de competitividad de Colombia indica que todo esta por mejorar y por lo tanto hay múltiples oportunidades a aprovechar en la formación de nuevas empresas.” La baja productividad que caracteriza a la economía colombiana es la manifestación directa de la falta de competitividad. Al respecto el profesor

Hausman en la misma visita a Colombia, recomienda moverse hacia los bienes producidos con alta tecnología que los países desarrollados exportan. “Eso sería posible en el largo plazo, pero hemos aprendido que para aumentar las exportaciones es necesario construir sobre áreas donde previamente haya fortalezas”.

El ranking de competitividad de Colombia indica que todo esta por mejorar y por lo tanto hay múltiples oportunidades a aprovechar en la formación de nuevas empresas.” La baja productividad que caracteriza a la economía colombiana es la manifestación directa de la falta de competitividad.

Los estudios de CID- Harvard, del IDI de Irlanda y de Araujo Ibarra, han servido para identificar sectores de clase mundial en Colombia e impulsar alianzas público privadas que los promuevan, pero además de eso hay que preguntarse qué producir y cómo ser los mejores en esos sectores.

En ese marco de desafíos, el gobierno de Colombia está desarrollando estrategias para la creación del Sistema Nacional de Competitividad, para lo cual ha organizado conferencias y foros con especialistas internacionales y nacionales. Hasta el momento estos grupos trabajan en la creación de una “política de productividad y competitividad hacia el año 2032”. Uno de los objetivos de ese trabajo es saber cómo focalizar los sectores competitivos colombianos, de manera que los emprendedores dirijan sus esfuerzos a ellos.

El gobierno con esta ley de fomento a la cultura del emprendimiento, ha focalizado sus esfuerzos en apoyar el sistema nacional de competitividad, dando el soporte necesario para promover el espíritu empresarial, de tal forma que con beneficios futuros, se fomente la supervivencia y crecimiento de las empresas ya existentes y la creación de nuevas para hacer frente a la globalización. Sin embargo, para que esto sea posible se requiere crear una cultura de innovación que garantice un innovador competitivo. “Para que la innovación se convierta en práctica efectiva de cualquier país, es de vital importancia promover una cultura tecnológica y de actitudes innovadoras apropiada a las necesidades y características de su contexto socioeconómico”. Petit Torres, Elsa Emilia (2007).

Competitividad y nuevas formas de organización

La creación de nuevas empresas no es suficiente, la idea de un Sistema Nacional de Competitividad implica también cambios en las formas como las empresas se relacionan entre ellas, con las agencias de gobierno y con el mercado. Se trata de dejar atrás la gestión esencialmente sectorial de la economía y las formas clásicas de integración de grupos empresariales. Frente a los cambios que se están presentando en el mundo empresarial, hay que mostrarse abierto a estos cambios adoptando nuevas formas estructurales de lograr resultados que permitan alcanzar las fortalezas competitivas nacionales necesarias para aprovechar las oportunidades del mundo globalizado.

La creación de nuevas empresas no es suficiente, la idea de un Sistema Nacional de Competitividad implica también cambios en las formas como las empresas se relacionan entre ellas, con las agencias de gobierno y con el mercado

En la creación de nuevas empresas, éstas deben pensarse como partes de una red de organizaciones que compiten y colaboran en un mercado cambiante y generador de oportunidades. Se trata de crear estructuras de relación, interacción, control, comunicación e intencionalidad, desarrolladas en el tiempo que, dependiendo de la diferenciación de cada organización, permitan reflexionar permanentemente entre ellas y crear sinergias, facilitando la creación de estructuras en redes novedosas.

Las redes son importantes en el desarrollo del emprendimiento por un número de razones. Las investigaciones revelan que entre más dueños de negocios se conocen, más se desea considerar la opción de ser el dueño del propio negocio o de auto-emplearse como una opción válida de empleo – El crear el propio negocio, o crecer uno ya establecido, o el conocimiento de diferentes emprendedores conectados, es una de las motivaciones del mundo actual. “Las organizaciones son sistemas capaces de producir relaciones, las cuales constituyen la vida de la misma, y por lo tanto su identidad. Se caracterizan por ser entidades autónomas por su capacidad para fijar sus propias reglas, las cuales dentro de la red no deben estar subordinadas a las relaciones con el contexto” (Etkin y Schwarzstein, 1989).

Las comunidades de emprendedores deben ser una extensa red que utilice altos niveles de actividad empresarial y promuevan el crecimiento económico. Los emprendedores prosperan en regiones donde pueden conectarse con otros emprendedores. Los emprendedores encuentran preferencias al aprender unos de otros y el trabajo en red les crea posibilidades de hacer contactos con las mejores fuentes de asistencia técnica y de gestión, siendo el vehículo para la diseminación de conocimiento a cerca de proyectos, programas y mejores prácticas. De esta forma, el construir las redes da mejores oportunidades para el intercambio de información y experiencia como políticas prioritarias de emprendimiento.

La literatura actual en el tema de emprendimiento y de pequeños negocios se enfoca en el rol de las redes de emprendedores y en el desarrollo de pequeños negocios, pero hay poca investigación en el diseño de las políticas. Las políticas que promueven las redes son muy pocas. Uno de los estudios de orientación de políticas se refiere al cómo y el porqué las redes de negocios locales ayudan a nutrir el emprendimiento. Este estudio fue hecho por el US National Commission on Entrepreneurship (NCOE), en el año 2001. Dicho reporte se basa en investigaciones empíricas y casos de estudio, cuya experiencia en las mejores prácticas aparece en cinco casos de organizaciones regionales usando redes de emprendimiento como vehículo de

crecimiento industrial. Igualmente, ofrecen un número de ayudas prácticas a cerca de cómo comenzar y crecer en esta clase de redes. En estudios tempranos el NCOE señala que las redes son un factor fundamental en el fortalecimiento del emprendimiento de las regiones, al considerar políticas y programas que puedan crear y soportar redes de emprendedores.

Lo clave en el establecimiento de las redes de emprendimiento para las organizaciones que interactúan, es el compartir la capacidad de los recursos de la red para crear espacios donde los emprendedores puedan encontrarse informalmente y compartir recursos, ideas, intereses experiencias e información. Estos eventos en red, proveen oportunidades para que los emprendedores tengan acceso a capital, gente, capacitación, tecnología e infraestructura de soporte, que ayudan a crecer un espíritu de emprendimiento fuerte en las comunidades. NCOE insiste que el secreto de una comunidad de emprendedores esta en como se promueven estrategias regionales de desarrollo y redes trabajando entre ellas; El rol de un gobierno poderoso es estimular y soportar las instituciones del sector privado que trabajan directamente con los emprendedores, construyendo redes que soporten el desarrollo regional.

El rol de un gobierno poderoso es estimular y soportar las instituciones del sector privado que trabajan directamente con los emprendedores, construyendo redes que soporten el desarrollo regional.

La ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento en Colombia, impulsa la creación de empresas competentes, articuladas en cadenas y clusters productivos. Igualmente propone buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas mediante la creación de la Red Nacional para el emprendimiento. Este concepto de red puede ser aplicado a todos los grupos que constituyen el entorno de emprendimiento, futuros emprendedores y segmentos de ellos como serían los medios, educadores y profesores, pequeños negocios soportados por profesionales, líderes corporativos, proveedores de servicios (inversionistas y bancos), los gobernantes etc.

El reto para los emprendedores en la creación de empresas del siglo XXI puede dimensionarse con las palabras de Takeo Miura, director ejecutivo de la firma Hitachi ante un grupo de empresarios estadounidenses: “Nosotros estamos mas allá del modelo de Taylor: sabemos que hoy en día los negocios son tan complejos y difíciles, la supervivencia de las firmas es tan frágil en un medio cada vez más impredecible, competitivo y lleno de peligros, que la existencia depende de la movilización diaria de cada gramo de inteligencia disponible. Sólo empleando el poder mental de todos sus empleados, podrá una compañía enfrentarse ante la turbulencia y limitaciones del ambiente actual.”

Algunas conclusiones

La globalización trae consigo un nuevo mundo sin fronteras económicas, políticas y sociales. Hay nuevas concepciones de las organizaciones, del tiempo, del riesgo y de la oportunidad. Esto hace necesario el repensar de las organizaciones o crear nuevas con innovación. Es por esto que reflexionar en emprendimiento e innovación es primordial para las empresas del futuro.

La idea es lograr repensar de manera innovadora su nueva empresa, sus clientes y sus proveedores; Qué tanto cada uno contribuirá a incrementar el valor de la empresa? ¿Cuáles son

las capacidades o habilidades que deben desarrollar los emprendedores para innovar y crecer en el futuro, y el aporte de cada quién en el desarrollo de estas competencias?

Como complemento de la estrategia se requiere el desarrollo efectivo del plan gerencial. Innovar requiere una disciplina y unos hábitos que deben experimentarse y aprenderse. Igualmente necesita unos recursos que deben gestionarse, por lo que se habla de gestión de la innovación. No basta con hacerlo una vez: en la medida que el entorno cambia de forma continuada, el reto está en innovar permanentemente. Los mecanismos de adaptación y anticipación al cambio externo deben instrumentarse de forma permanente, con lo cual, la innovación se revela no como una actividad puntual, sino recurrente; Es un proceso estratégico, que pertenece al ámbito de la dirección estratégica de la empresa.

Es función del gobierno la creación de oportunidades para que los emprendedores actúen como personas de negocios, y el potenciarlos mediante entrenamiento, acceso a información importante que los lleve a actuar como verdaderos hombres de negocios. Se requiere por lo tanto de un proceso de cambio en la mentalidad de los individuos y de la cultura organizacional y del apoyo del gobierno a través del fomento a la cultura del emprendimiento y el desarrollo de un Sistema Nacional de Competitividad como respuesta.

Es fundamental promover la creación de empresas en red o asociaciones de empresas, lo cual requiere realizar trabajos de investigación sobre las prácticas empresariales en nuevos entornos de naturaleza familiar, no familiar o globalizada, considerando tópicos y variables que puedan estimular la generación de empresas diferentes. Un aspecto importante es la identificación de las distintas formas de aglomeración de empresas medianas y pequeñas, muchas veces en articulación con empresas más grandes, que de una manera u otra tratan de elevar la eficiencia del grupo. Hoy en día es primordial operar en red promoviendo relaciones comerciales, creando las condiciones para el funcionamiento de los mercados globales que se extienden más allá del sector comercial. Las Pymes se están integrando en redes de producción y distribución, en las que se globalizan la fabricación o la distribución de bienes y servicios. Esto sucede no solo en empresas privadas sino también en empresas sociales.

Podemos concluir la afirmación de Elsa Emilia Petit: "... se requiere una gerencia emprendedora innovadora que dinamice recursos, capacidades y competencias para la generación de conocimiento y perspectiva estratégica y organizacional, que mediante la tecnología o conocimiento aplicado para explotar nuevas oportunidades, económicamente generen valor".
