

EL EMPRENDIMIENTO

MEDIANTE EL DESARROLLO Y LA INNOVACIÓN

EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD

DE LAS ORGANIZACIONES

Milagros Cano Flores
Carlos Hernández Rodríguez
Raúl Manuel Arano Chávez
Universidad Veracruzana

RESUMEN

La economía en México está sustentada en gran medida por micro y pequeñas empresa. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) en 2016 reportó 3 952 422 de microempresas en México y 79 367 pequeñas, ambas generan poco más de 75 % del empleo formal del país, pero solo el 2.2 % de estas participó en el programa de cadenas productivas de valor; esto debido a la falta de apoyo para capacitación, innovación y desarrollo empresarial. Ahora bien, solo 11 de nuevos ne-

gocios sobreviven y se consolidan. El Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), considera que las instituciones de educación superior deben crear programas que permitan el desarrollo de emprendedores, así como centros de innovación y emprendimiento que apoyen proyectos de su comunidad con miras al establecimiento de empresas, pero sobre todo inculcar en los estudiantes el interés por el emprendimiento.

Palabras claves: Cultura emprendedora, innovación y desarrollo empresarial

RECIBIDO: 27 DE ABRIL DE 2017
ACEPTADO: 17 DE AGOSTO DE 2017



ABSTRACT

The economy in our country is largely sustained by the micro and small enterprises, the National Institute of Statistics and Geography (acronym in Spanish: Inegi) in 2016 reported 3 952 422 of micro-enterprises in Mexico and 79 367 small, both generate slightly more than 75 % of employment formal country, but only 2.2 % of these companies participated in the program of productive value chains, this is due to the lack of support for training, innovation and business development. Now, only 11 new business on live and be consolidated. The National Institute of the entrepreneur (acronym in Spanish: Inadem), believes that higher education institutions should develop programs that allow development of entrepreneurs, as well as centers of innovation and entrepreneurship that support projects of the community with a view to the establishment of companies, but above all instilling in students the mood by entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurial culture, innovation and business development.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se plasma la primera parte de una investigación que se está llevando a cabo en el Instituto de Investigaciones y de Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas (IIESCA) de la Universidad Veracruzana. Uno de los resultados esperados es crear un centro de innovación y emprendimiento que sirva para generar y transferir conocimiento a distintas organizaciones.

Es necesario recordar que del 100 % de las empresas que existen en nuestro país, cerca del 97 % son micro y pequeñas, se han convertido en la principal fuente de empleo y generadoras de recursos para las regiones. Como se mencionó anteriormente, muchas de ellas fracasan. Los programas que provee actualmente el Inadem, están basados en cuatro puntos para apoyar y evitar el cierre de nuevas compañías: darles habilidades empresariales que permitan conducir de buena forma el negocio, facilitar a través de diferentes

mecanismos el financiamiento de dichas empresas, incentivar y generalizar el uso de las tic y su comunicación con el mercado, así como vincularlos con aliados públicos y privados del ecosistema emprendedor (Inadem, 2015).

Algunas instituciones de educación superior (ies) han hecho intentos por apoyar proyectos productivos, pero son pocas las que cuentan con programas encaminados al desarrollo de emprendedores.

Ahora bien, el concepto I+D surge básicamente para la aplicación de investigaciones en ciencias aplicadas o ciencias básicas en empresas que lo demanden, en México se han construido parques para concentrar centros de investigaciones dedicados a la innovación y desarrollo científico para facilitar la transferencia tecnológica, como ejemplo se encuentra el parque de investigación e innovación tecnológica (pit) enmarcada dentro del programa Monterrey, ciudad internacional del conocimiento. El objetivo de ese parque es concentrar y fomentar la innovación y desarrollo tecnológico, así como facilitar transferencia tecnológica al



sector productivo. Las principales áreas en el parque son: Biotecnología, Nanotecnología, Mecatrónica, Tecnologías de Información, Comunicaciones y Salud.

Lo anterior pone de manifiesto que no solamente las áreas anteriormente mencionadas son necesarias para el desarrollo del país, existen empresas que requieren de investigaciones aplicadas en el campo de las ciencias administrativas, sociales y educativas.

Por otra parte, la economía global del conocimiento está basada en la innovación y en el capital intelectual como factores de competitividad y crecimiento sostenido. A lo anterior se le suma el deterioro ambiental como resultado del cambio climático, la pobreza, la competitividad y el agotamiento de las fuentes energéticas tradicionales; por ello, la innovación cobra relevancia para la búsqueda de soluciones a estos problemas desde los ámbitos tecnológico, social y económico.

Un problema que afecta a las organizaciones es su vulnerabilidad ante la pérdida de competitividad; el mercado global ha provocado una lucha

constante en las organizaciones por permanecer en el medio, los grandes corporativos podrían estar garantizados a sobrevivir, pequeñas y medianas empresas son las que corren más riesgos, por ello este proyecto podría ser de gran ayuda, generando alternativas viables.

El objetivo general de la investigación es analizar los factores que conducen a la formación de emprendedores en instituciones de educación superior a través de la gestión, innovación y desarrollo empresarial con miras a la colaboración en lo social, lo empresarial y lo educativo. Se ha trabajado en la parte metodológica y el sustento teórico, así como el diseño de instrumentos de recolección de información.

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES DEL CONCEPTO DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO

El concepto I+D trajo certidumbre a las empresas, puesto que, al incrementar su conocimiento, lo mismo pasaba con su productividad. Con el paso de los

años, este concepto ha sufrido modificaciones y se ha reestructurado al considerar que no solo es el desarrollo tecnológico lo que hace falta en las empresas y organizaciones.

¿Cómo entender a la innovación?, en un principio este concepto parecía que solo se podría aplicar en empresas dedicadas al desarrollo tecnológico. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en su *Manual de Oslo* (1996) definió este concepto como “la implementación con éxito de un producto o proceso nuevo (innovación radical o significativamente mejorado, innovación incremental, en el mercado o en la empresa)”. La última versión del *Manual de Oslo* (2005) incluye en la definición de innovación, la implementación de cambios organizativos o de *marketing* en la empresa.

La investigación en el campo de la administración cobra importancia; hoy en día solo el 18 % de las empresas en México han modernizado sus procesos, el 12 % de ellas proporcionan capacitación a sus empleados y solo el 2 % de las instituciones de educación superior (ies) cuentan



con programa de desarrollo de emprendedores o con centro de innovación y desarrollo empresarial (Deloitte, 2016).

Tomando en cuenta la anterior definición, en diferentes investigaciones han modificado y adaptado a la innovación y esta se ve reflejada como: innovación organizacional, innovación comercial, innovación administrativa, innovación educativa, innovación financiera entre otros, dando como resultado diversos beneficios.

Además, el impacto de la globalización generó distintos escenarios en el entorno de las empresas y organizaciones, literalmente obligó a muchas de ellas a reorganizarse y volverse competitivas, surgieron programas de apoyo para las empresas por parte del gobierno, pero en parte, esos recursos asignados fueron un pretexto para justificar la intervención por parte del gobierno y realmente no se atacó de fondo el problema que tenían muchas empresas, como resultado alguna de ellas han cerrado sus operaciones o han cambiado de giro.

El desarrollo e innovación empresarial en las sociedades

industriales avanzadas tienen un impacto relevante, parece claro que el crecimiento económico y el empleo dependen fundamentalmente de la competitividad de las empresas y esta a su vez, está íntimamente relacionada con la capacidad de innovación y desarrollo del sector empresarial.

Una pregunta insistente en los empresarios es: ¿cómo puede mi empresa innovar? Normalmente, la respuesta lleva implícito el concepto de innovación tecnológica, entendiéndose esta como “la incorporación de nuevas tecnologías a la actividad de una empresa, dando como resultado cambios en los productos o en los procesos de fabricación” (González, 2010).

Existen otros campos de la innovación empresarial como pueden ser la organización interna, la capacidad estratégica empresarial, el diseño y la calidad, modos de comercialización, entre otros, que no deberían ser desechados a la hora de analizar la capacidad innovadora de una empresa, ya que pueden ser igual o más significativos que la innovación tecnológica en determinados sectores empresariales.

Como antecedente, en el año 1934, el economista Shumpeter señalaba que “la innovación y la tecnología juegan un papel primordial como motores del crecimiento económico”, y son precisamente las empresas, las principales agentes del cambio tecnológico. En el Tratado de Maastricht (1992) en el título XIII (artículo 130.1) se recomienda como una de las líneas de actuación a seguir por los Estados miembro, a fin de asegurar la competitividad de la industria comunitaria “favorecer un mejor aprovechamiento del potencial industrial de las políticas de innovación, de investigación y de desarrollo tecnológico” (González, 2010: 18).

Según el Manual de Frascati (ocde, 1994) la I+D es solo una de las posibles actividades, y puede llevarse a cabo en diferentes fases del proceso innovador, no solo como la fuente original de ideas creadoras, sino también como una forma de resolver los problemas que puedan surgir en cualquier etapa hasta su culminación.

Además de la I+D, a menudo se pueden distinguir en el proceso de innovación otros seis campos de actividades in-



novadoras, tomados del Manual de Frascati (ocde, 1994):

- 1) Reglaje de herramientas y la ingeniería industrial: abarcan la adquisición y las modificaciones de la maquinaria y las herramientas de producción, de los procesos de producción y control de calidad, de los métodos y normas requeridas para fabricar el nuevo producto o para utilizar el nuevo proceso.
- 2) Inicio de la fabricación y desarrollo previo a la producción: pueden comprender las modificaciones aportadas al producto o al proceso, el reciclaje del personal para su formación en nuevas técnicas o para la utilización de nuevas máquinas, y los ensayos de producción, si se acompañan de trabajos complementarios de diseño y de ingeniería.
- 3) Comercialización de nuevos productos: cubre las actividades asociadas a su lanzamiento, que pueden incluir ensayos de mercado, adaptación del producto a diferentes mercados y lanzamiento de publicidad, pero se excluye la organización de redes de distribución para la comercialización de las innovaciones.
- 4) Adquisición de tecnología no incorporada: comprende la adquisición de tecnología externa en forma de patentes, invenciones no patentadas, licencias, revelación de conocimientos (*know how*), marcas comerciales, diseños, modelos y servicios con un contenido tecnológico.
- 5) Adquisición de tecnología incorporada: abarca las máquinas y equipos que tengan un contenido tecnológico relacionado con innovaciones de productos o de procesos introducidas por la empresa.
- 6) Diseño: es un elemento esencial del proceso de innovación; cubre los planos y dibujos destinados a definir los procesos, las especificaciones técnicas, y las características de funcionamiento necesarias para el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de nuevos productos y procesos.

CULTURA EMPRENDEDORA

La cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades (Hernández y Arano, 2015).

Con el paso de los años, la cultura emprendedora fue teniendo un gran realce, ya que en muchos países les empezaron a dar una prioridad muy importante, pues les interesa crear mayores fuentes de empleo y mayor índice de desarrollo para las personas.

Emprender, en un sentido amplio, apunta a tomar decisiones con algún riesgo; en un sentido más restringido, a crear empresas, donde el riesgo es mayor. En ambos casos, planteamientos económicos que la escuela puede despertar, alentar o fortalecer (Hernández y Arano, 2015).

Para Kantis *et al.*, (2011), emprender es la habilidad con la que cuentan las personas,



que son capaces de proyectar ideas innovadoras y hacerlas posibles con sus actos, la cultura emprendedora está ligada con la innovación, por lo que conlleva a crear o transformar un producto o servicio en algo más atractivo y con mayores ventajas de competitividad, aunque también la cultura emprendedora no solo se basa en el crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos.

Hablar de espíritu emprendedor significa hacer referencia a dos tipos de capacidades, unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad o del colectivo estudiantil, en este caso, y otros más específicos, vinculadas al desarrollo profesional como empresario o empresaria, y que se apoyan en las primeras (Alemany y Álvarez, 2011).

En algunos países las políticas de empleo, educación y economía se basan en la cultura emprendedora, para poder desarrollar mejores y nuevas oportunidades de trabajo y empresas, para tener un mejor desarrollo a nivel de competencia en su país, por lo consiguiente la cultura emprende-

dora es un hábito que se debe inculcar en México para estar en condiciones de competir con los demás países y desarrollar un mejor nivel de vida para sus habitantes (Hernández y Arano, 2015).

Al plantear la pregunta: ¿qué es un emprendedor?, inmediatamente se tiene la idea de un personaje, sin importar el campo de acción, que inicia o emprende determinada actividad o proyecto, es decir, el sujeto que se dispuso a emprender un negocio. Es importante entender el término emprendedor en el entorno de la administración, sea esta pública, privada, no gubernamental; de los nuevos negocios y de la economía en general. Por supuesto, todo con carácter innovador se basa en transformar para competir, mejorar o impulsar un proyecto (Alemany y Álvarez, 2011).

Durante mucho tiempo el crecimiento económico, y en especial el empleo, estuvieron asociados a las grandes empresas, lo que las convertía en un lugar de trabajo ideal una vez finalizado el ciclo educativo, sin embargo, a partir de la década de los ochenta del siglo anterior, se empezó a demos-

trar que la generación de nuevos empleos se concentraba principalmente en las empresas nuevas y pequeñas.

Se necesita también una mentalidad más emprendedora, es decir, fomentar activamente los valores empresariales y atajar el temor a asumir riesgos del mayor número posible de emprendedoras y emprendedores potenciales. Para alcanzar este objetivo, todas las propuestas realizadas desde el ámbito europeo en torno a la educación y la formación recogen la importancia de incluir dentro del grupo de competencias básicas cinco nuevas habilidades: tecnologías de la información, idiomas extranjeros, cultura tecnológica, espíritu emprendedor y habilidades para la socialización (Alemany y Álvarez, 2011).

No existe una definición comúnmente aceptada de cultura emprendedora. Algunos autores la consideran una actividad muy específica, relacionada con la destrucción creativa de Schumpeter, otros han puesto el enfoque en el descubrimiento de oportunidades otros se han centrado en la creación de nuevas empresas o en la generación de nuevos



proyectos innovadores. En términos generales, la cultura emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas mismas, y las personas que las descubren, evalúan e innovan (Alemany y Álvarez, 2011).

Algo que se recomienda es que la cultura emprendedora esté dentro del plan de estudios y para todas las áreas del conocimiento, es un gran avance, ya que no da margen a elegir si participan o no los estudiantes en este tipo de actividades; esto permite que este adquiera habilidades, capacidades y mente emprendedora como parte de su formación profesional.

La mayoría de los países en el mundo tienen altos índices de desempleo, porque sus gobernantes no han sido capaces de planear en forma conjunta con los inversionistas y líderes empresariales cómo satisfacer las necesidades de empleo de sus ciudadanos. Es momento de que las universidades tomen el liderazgo en la formación de jóvenes con visión empresarial para que, al momento de egresar tengan la capacidad de

generar proyectos de negocio que den empuje a otras personas (Trias, 2007).

COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO EMPRESARIAL

Hay dos agentes que intervienen dentro del contexto económico empresarial de cada sociedad; el crecimiento y el desarrollo. El crecimiento empresarial tiene lugar con o sin el desarrollo, y el desarrollo puede ocurrir con o sin el crecimiento. El crecimiento es el incremento en tamaño y número, estrictamente hablando. Al contrario del desarrollo que sí tiene límites (Ramírez, 2005).

El desarrollo empresarial es un proceso en el que el individuo aumenta su capacidad y pretende satisfacer sus propios deseos y los de los demás. Es un crecimiento en capacidad y en potencial; el desarrollo empresarial es sin duda un proyecto de mediano y largo plazo.

La visión empresarial puede ser local, regional o de mayor amplitud. México se encuentra inmerso en un contexto global. Con la maduración de los mercados locales,

existen empresas que buscan su expansión internacional, por lo que es imprescindible que nuestro país priorice las políticas que impulsen la competitividad y la productividad, promoviendo así una mayor participación en los mercados internacionales, por lo tanto, la visión empresarial se vuelve global en la medida que las personas se visualicen globales (Trias, 2007).

Emprender no solo es crear un nuevo producto o iniciar nueva empresa, sino también es innovar o mejorar un producto ya existente en el mercado. Para emprender es necesario tener visión hacia las necesidades del consumidor y cuáles son sus exigencias (Ortiz, 2003).

Michael Porter (2004) define la competitividad centrandolo su análisis en el concepto de productividad, entendida como la forma en que un país genera prosperidad utilizando sus recursos humanos, económicos y naturales. Agrega que existen cuatro elementos que pueden incrementar la productividad; estos son la asignación de insumos y factores, métodos de organización y administración, desarrollo de



sinergias y estructuras de liderazgo vía lazos, y satisfacción de necesidades de sus consumidores.

Una concepción de competitividad tiene que ver con las diferencias que existen en los procesos de administración de las organizaciones, destacando la forma en que se gestionan los recursos humanos, de tal forma que logren la mayor parte de sus objetivos planteados en los planes institucionales de crecimiento, desarrollo y expansión.

CONCLUSIONES

El apoyar a las organizaciones en cuestiones como transferencia de conocimiento, innovación y desarrollo empresarial, puede contribuir en gran medida al crecimiento y permanencia de las empresas en un medio que cada día se torna más complejo y competitivo.

Según el Inadem, muchas empresas fracasan en su primer año de vida; pocas acceden al programa de cadenas productivas de valor y es aquí en donde la formación de la cultura emprendedora puede ayudar

a las organizaciones. Esta cultura se puede entender como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado la creación, mejora, y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no solo valor económico sino también social, y no solo para sus propietarios, sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos: empleados, clientes, proveedores y sociedad en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alemanya L., Álvarez C., Planellas, M., (2011), *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*, Editorial Esade-Fundación Príncipe de Girona, España.
- González Hermoso de Mendoza, A. (2010). La innovación: un factor clave para el éxito de las empresas. Confederación Empresarial de Madrid-CEOE. DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN, CONSE-
- JERÍA DE EDUCACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID.
- Hernández Rodríguez, C. y Arano Chávez, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*, 1, 28-37.
- Kantis, H., Angelelli, P. y Moori V. (2008), *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Mundial de Desarrollo, Nueva York.
- OCDE (1994). Manual de Frascati, Organization for Economic Cooperation and Development, Paris.
- Ortiz S. (2003). *Visión y gestión empresarial*, Ediciones Paraninfo, España.
- Porter Michael, E. (2002). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Compañía Editorial Continental, México.
- Ramírez H. L. (2005), La competitividad de la nueva visión empresarial en México, *Revista Episteme*, 4(1).



Trias de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. Editor Basabe, España.

Valls Jaume *et al.* (2012). *Causa de los fracasos de los emprendedores*. Editorial Netbiblo, España.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, disponible en <http://www.inegi.org.mx> (consultado en 2016).

Instituto Nacional del Emprendedor (2015). www.inadem.gob.mx. <https://www2.deloitte.com.mx>

