

## **Estado del Arte del Emprendimiento Empresarial en Materia de Ciencia, Tecnología e Innovación\***

### INFORMACIÓN

Jahir A. Gutiérrez O.\*\*

Elimeleth Asprilla M.\*\*\*

José M Gutiérrez L.\*\*\*\*

Recepción: 04-06-2016

Aceptado : 17-09-2016

Publicado : 30-12-2016

### **Resumen**

El artículo establece el estado del arte del emprendimiento empresarial en materia de ciencia, tecnología e innovación (CTeI). La creatividad y la invención hacen parte de los bastiones del emprendimiento, escenario que implica revisar la materialización de este en cuanto a la CTeI. El análisis exploratorio, sirve de herramienta metódica para hacer posible dicho rastreo encaminado a la recomposición del estado del arte en la materia. En cuanto al contenido, es importante analizar el origen del emprendimiento en cuanto a la CTeI, de paso, la capacidad que tiene el emprendimiento de impulsar y sobresalir en el marco de la CTeI, y como finalmente, el emprendimiento se entiende más bajo el análisis científico e

---

\* Este artículo es producto del proyecto de investigación: “Impacto de las políticas y programas de las instituciones que procuran por el desarrollo del emprendimiento”. Aprobado por la Dirección de Investigaciones de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia, entre el periodo de Agosto de 2014 a Noviembre de 2015. Realizado por el Grupo de Investigación Observatorio Público. Escalafonado en categoría D en Colciencias.

\*\* Economista de la Universidad de Medellín, Colombia, (PHD) en Administración Pública, Atlantic International University (AIU), Honolulu, USA, Magíster en Desarrollo, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia. Coordinador del Grupo de Investigación Observatorio Público del Tecnológico de Antioquia. E-mail: [jagutier@tdea.edu.co](mailto:jagutier@tdea.edu.co). Calle 78B No. 72A - 220 Medellín – Colombia. Tel: 454 70 00.

\*\*\* Economista de la Universidad Simón Bolívar, Barranquilla. Especialista en Gestión Pública de la Escuela Superior de Administración Pública “ESAP” Antioquia - Chocó. Especialista en Gerencia de las Organizaciones. Corporación Universitaria Adventista - UNAC Medellín. Candidato a Magíster en Administración con Énfasis Mercadotecnia Universidad Montemorelos de México. Miembro del grupo de investigación Observatorio Público del Tecnológico de Antioquia. Decano Facultad de Administración. Correo electrónico: [eliasmo@tdea.edu.co](mailto:eliasmo@tdea.edu.co).

\*\*\*\* Economista de la Universidad Cooperativa de Colombia. Magíster en Administración con Acentuación en Mercadotecnia Universidad de Montemorelos de México. Especialista en Mercadeo de la Universidad EAFIT de Medellín y Especialista en Gerencia de las Organizaciones de la Corporación Universitaria Adventista de Colombia. Coordinador de la Unidad de Emprendimiento Empresarial del Tecnológico de Antioquia. Correo electrónico: [josemagutierrez@gmail.com](mailto:josemagutierrez@gmail.com).

investigativo, que sólo un ejercicio para el fortalecimiento empresarial. El emprendimiento está dirigido a articular el carácter académico e investigativo con el propósito empresarial.

**Palabras claves:** Ciencia, tecnología e innovación; Emprendimiento y áreas duras del conocimiento; Emprendimiento empresarial; Estado del arte del emprendimiento empresarial; Relación emprendimiento con la ciencia, la tecnología y la innovación.

### **Abstract**

The article sets the State of the art of entrepreneurship in the field of science, technology and innovation (CTeI). Creativity and invention are part of the bastions of entrepreneurship, scenario that involves reviewing the materialization of this in terms of the CTeI. Exploratory analysis serves as a methodical tool to make possible such tracking aimed at the restructuring of the State of the art in the matter. In terms of content, it is important to analyze the origin of the enterprise in terms of the CTeI, by the way, the ability that has entrepreneurship drive and Excel in the framework of the CTeI, and finally, as entrepreneurship is understood more under the scientific and investigative, analysis as only an exercise to strengthen business. The venture is aimed at articulating academic and investigative character with the business purpose.

**Keywords:** science, technology and innovation; Entrepreneurship and hard areas of knowledge; Entrepreneurship; State of the art of entrepreneurship; Related undertaking science, technology and innovation.

### **State of the art of the business venture in terms of science, technology and innovation**

#### **Introducción**

El análisis sobre el emprendimiento destaca el interés por identificar la ubicación de este en materia de ciencia, tecnología e innovación. No es sólo un concepto atado a una idea mediática para incentivar la creación de disímiles formas empresariales, sin una medición trazada en los ámbitos en materia. Por ende, es imperante indicar el estado del arte al que obedece el emprendimiento en cuanto a la CTeI, de paso, señalar la consustancialidad de este cuando parte precisamente de dicho escenario, y como finalmente, se supera la adhesión a la que ha sido confinado como marco de programa público y/o privado, para acelerar la creación de empresas que por su naturaleza deben tener respuesta en CTeI.

El Estado del arte del emprendimiento ha estado más adherido a la concepción de autores y la teoría, dirigido a la sana lógica de la construcción académica, pero con variopintos sustentos. El cierto connato de novedad acuñado al concepto, proviene precisamente de la manera ligera como ha sido abordado un concepto que diferencialmente ha tenido campo. La revolución industrial, por ejemplo es un fenómeno de emprendimiento, pero el foco de la razón estuvo centrada en la generación de herramientas e industrias, por encima, de la voracidad conceptual, que debe superarse e imbricarse en los campos duros que atiende. Es hora, de darle vuelta al fenómeno mediático del concepto para ubicarlo en su estado natural.

La emersión del emprendimiento corre por cuenta de la proyección de avanzada que se pretende generar cuando la economía o los mercados presentan condiciones de estancamiento en los sectores tradicionales. Así que, dicha emersión corresponde a áreas de cara a las economías de escala, formación bruta de capital, reconversión de capital que habilitan las condiciones para hablar de generación de nuevo conocimiento tras del cual se genera el emprendimiento. Este último, es el claro ejercicio de combinación entre la generación de conocimiento, iniciativas en marcha y proyectos a realizar. En este sentido, el emprendimiento se ubica en el marco de la generación del conocimiento en esencia.

El emprendimiento contiene elementos enfrascados en la invención e inventiva que traza con el componente de ciencia, tecnología e innovación. El terminar acaparado por la creación de empresas de naturaleza tradicional, por fortuna, no diluye la trascendencia del concepto al ubicarlo en el lugar al que pertenece. Por ende, el emprendimiento está encaminado a fortalecer la constitución de empresas de la mano con la generación de conocimiento. Este es un escenario que requiere un poco más de esfuerzo debido a las inquietudes sembradas en cuanto al conocimiento que se tiene de diversos problemas en los que se ha tratado de diversificar en frentes lejanos de la generación de conocimiento.

La esencia del artículo está dirigida precisamente a: 1. Analizar el estado del arte del emprendimiento en materia de generación de conocimiento; 2. La ubicación del emprendimiento en cuanto a la ciencia, la tecnología y la innovación en la empresa, y 3. A identificar la sostenibilidad de la argumentación material del emprendimiento conforme a los estímulos generados por la invención y la inventiva que emergen por cuenta de la combinación entre CTeI y la gestión del conocimiento. El emprendimiento no se puede reducir a la programación pública ni a la mediación privado para incentivar la creación de empresas. En últimas, responde a la nueva economía industrial medida en la generación de conocimiento.

### **1. Estado del Arte del Emprendimiento en Materia de Gestión del Conocimiento.**

La definición del estado del arte en cuanto al emprendimiento debe servir para clarificar que dicha iniciativa se encuentra localizada en el epicentro de la gestión del conocimiento, más que en cualquier otro frente. Por ende, pretender ubicarla en el marco de la constitución de empresas por fuera de la generación de conocimiento, no corresponde a las bases del emprendimiento. De paso, la evolución de la iniciativa radica en el constante acercamiento hecho por el emprendedor a sectores de punta o preponderantes, en el que efectivamente se logra dicho propósito. Así, el emprendimiento solo es concebible en la medida en que se desarrolla en un marco de amplio contexto y estado de conocimiento. Plantean Gómez y Satizàbal (2011:126):

El ejercicio del emprendimiento también requiere de la competencia para la resolución de problemas, pues el emprendedor debe tener la habilidad para encontrar diferentes alternativas de solución y logro de objetivos. Por lo general, hace uso de un razonamiento factual, el cual no comienza con un logro específico sino con un determinado conjunto de medios y recursos, permitiéndole a los objetivos emerger en el tiempo de acuerdo con su imaginación y aspiraciones.

El emprendimiento destaca el panorama articulado a la generación y gestión del conocimiento. No se trata de un impulso a la creación o estructuración de nuevas empresas, sino a la reconversión del conocimiento como capital en las empresas. En principio, parece un tema vedado a las empresas que ya cuentan con desarrollos o progresos en dicho terreno.

Seguido a ello, se ha considerado como un asunto de monta referido a economías del sector económico terciario en materia de servicios, al punto, que ha terminado por consagrarse en un campo para agrupar distintas formas de empresas que no alcanzan a mediarse por la economía tradicional o que no apuntan necesariamente a los sectores productivos usuales. CAF (2013:31):

El proceso de creación y desarrollo de las firmas está íntimamente ligado, sobre todo en los primeros años de su ciclo de vida, a las características de los emprendedores que las crean. Las habilidades empresariales de estos precursores son otro factor fundamental, además del capital físico, el capital humano y la tecnología disponible en la determinación del tamaño y productividad de las empresas. ¿Cuáles son, entonces, las características de la personalidad que definen a un emprendedor exitoso?

Es el énfasis en el conocimiento lo que destaca efectivamente el quehacer y resultados generados en el emprendimiento. De allí, el análisis sobre los puntos de partida o razones que avalan a este último deben pasar por escenarios simuladores en los cuales efectivamente se pueda evaluar la capacidad de generación de resultados de las condensadas inicialmente en ideas. El emprendimiento, debe pasar por una evaluación rigurosa, pero ello es válido en la medida con que se cuenten con los recursos para apostarle a unas medidas que superan cualquier buena intención o perspectiva de negocio. Ha sido la falta de rigor, el factor característico que ha acompañado al emprendimiento. Kaneko (2012:84):

Debido a que el emprendimiento es un tema relevante no solo para la economía del país, sino también para las organizaciones que desean contar con personal capaz de emprender nuevos retos, es imprescindible contar con un perfil que permita predecir a los candidatos con mayores probabilidades de tener desarrollada la capacidad emprendedora.

La promoción de propuestas encaminadas bajo los linderos del emprendimiento están expuestas a un alto grado de exposición en su contenido, pero igualmente, en cuanto a su capacidad explicativa, en tanto, inventiva e invención, sendero que a la postre le permite localizarse como propuesta de emprendimiento. En este frente, fuera de cualquier foco de interés en el mercado, la idea debe contener incluso elementos que sobrepasen la naturaleza misma de las condiciones de oferta y demanda, de lo contrario, no alcanza a considerarse

emprendimiento al medirla en términos de perdurabilidad o sostenibilidad en el tiempo. Por eso, toda propuesta de emprendimiento debe superar los canones de oferta y demanda. Expone Brunet (2004:84):

El interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo. Así, las investigaciones más habituales se centran tanto en la personalidad, en los orígenes y en las experiencias laborales, como en los recursos, tangibles e intangibles, que se acumulan a lo largo de la carrera empresarial, por ejemplo, capital humano, social, financiero y organizacional.

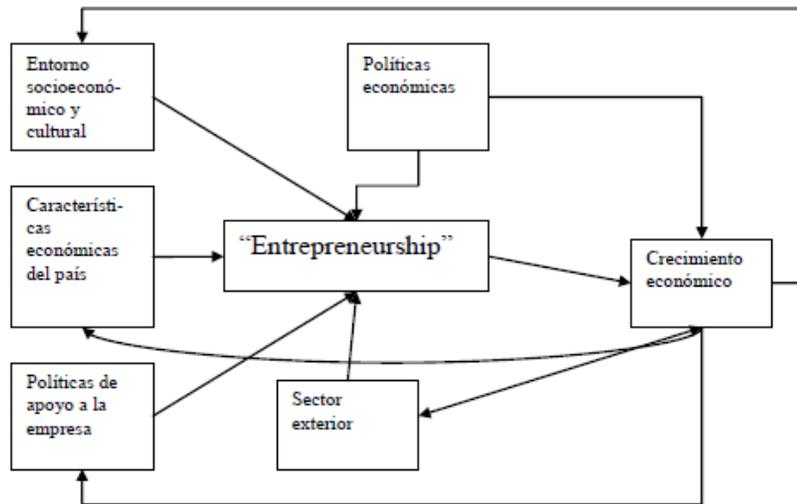
El espacio ganado de manera constante por las empresas existentes parece alertar un poco el “misticismo” sobre el que se fragua el emprendimiento. En la cotidianidad de las empresas, las acometidas encaminadas a avanzar, desarrollar o mejorar hacen parte del reservorio de fuentes que contienen estas en materia de emprendimiento. Por ende, queda un poco a la derivaba considerar que el emprendimiento se hace fuera de las estructuras empresariales existentes, y que finalmente, obedecen más a una cierta predisposición para el efecto. Si bien, en las empresas se tienen dificultades para avanzar o mostrar desarrollos que impliquen colmarlos de aditivos fincados en el emprendimiento, para las empresas, es más conveniente enmarcar dichos frutos en la trazabilidad de la organización. Así que, queda para las autoridades el internalizar lo que implica en ellas el emprendimiento. Analiza CAF (2013:74):

Todo emprendimiento surge de la decisión de uno o varios individuos de establecer su propio negocio. Estas decisiones dependen no solamente del entorno económico e institucional en el cual se toman, sino también de aspectos idiosincráticos de los individuos que, en última instancia, afectan el potencial de los emprendimientos.

La gestión del conocimiento se explica en el emprendimiento en la medida en que efectivamente las propuestas originadas en dicho frente ofrezcan elementos de valor no solo económico sino de información, reconocimiento y transferencia hacia otros sectores. Contrario a lo contemplado de manera generalizada, el emprendimiento plantea un recambio completo en el proceso de atomización al que llegan las ideas en cualquier

ámbito. Es un reparo a los principios atados a continuar de manera rutinaria la manera de hacer las cosas tanto individuales como colectivas. Este aspecto, implica reconocer que el emprendimiento no está estrictamente en la capacidad individual, pero tampoco, que está se encuentra ajena a la realidad de las grandes industrias o sectores de tradición empresarial.

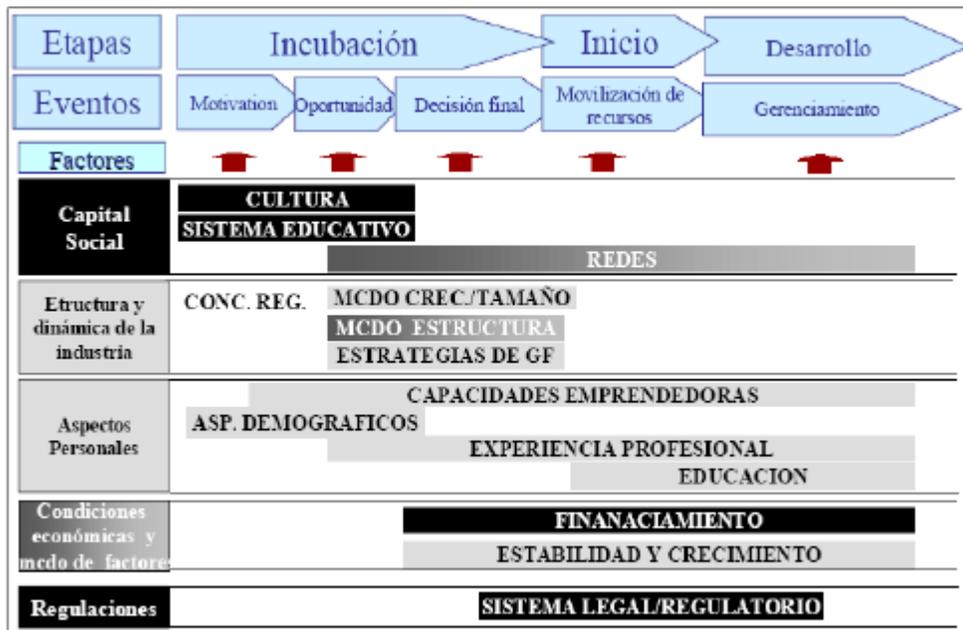
Figura 1. Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico



En: Galindo y Méndez Picazo (2008:5).

El ámbito empresarial constituye el mejor espacio para generar y promover iniciativas de emprendimiento. En dicho frente, el auspicio de mecanismos referidos a incentivos o financiación, hacen parte de la gala de instrumentos que pueden utilizar las empresas para incubar las bases del emprendimiento. No es propiamente, la definición de un curso, formación o modelo. Es la congruencia entre los propósitos iniciales de la compañía con la capacidad de transformación en el tiempo, y ello es válido, en la medida en que el emprendimiento sea parte congruente de la actividad diaria de las compañías, de lo contrario, y no solo un aspecto trazado en la novedad o la inventiva, fuera de lo común.

Figura 2. Etapas del proceso emprendedor.



Fuente: "Empresariabilidad en Economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia". Hugo Kantis, Masahiko Ishida y Masahiko Komori. Banco Interamericano de Desarrollo. En: Mollo (2008:10).

El inicio del emprendedor debe considerarse conforme al conocimiento, interacción o práctica al cual este atiende desde el componente empresarial u organizacional. No es posible dejar a un lado la estructura de las compañías por tratar de incubar ideas propias de otras características. El emprendimiento como todo proyecto de naturaleza empresarial debe gozar de un planteamiento organizacional sobre el cual pueda desempeñar la labor. Si bien el emprendimiento radica en la invención o la novedad, no necesariamente implica un cambio del modelo corporativo, que también debe partir de iniciativas fincadas en el tema, pero no por cuenta de la inmediatez del ejercicio, que se haga ver como un cambio total. Analiza Gámez y Abreu (2007:185):

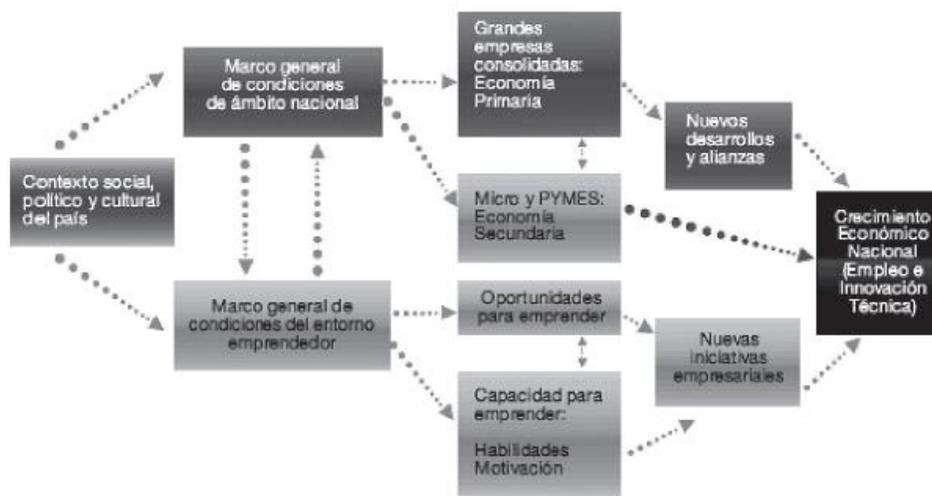
Emprendedor se le llama a la persona que inicia alguna misión. Empresario emprendedor, es aquella persona que inicia una empresa con un objetivo determinado. Entre otras características, un empresario emprendedor o emprendedor, deberá ser constante, determinado, visionario, arriesgado, carismático, planeador, organizado, líder y tener una capacidad de trabajo por arriba del promedio. Parecieran muchas características a reunir en un solo individuo, sin embargo, los emprendedores como la mayoría de los distribuidores lo son, las tienen o las deberían de tener fomentándolas

La intención dirigida hacia la inclinación de otra forma de empresario o renovado, desvía claramente la intención fincada para que las empresas recobren o reincorporen al conocimiento como su centro de acción estratégica o en su defecto, en el marco de los principios básicos de la administración. En este sentido, el emprendimiento no puede ser aislado ni asumido como un material caracterizado por el empaquetamiento o precondición. Este emerge en la medida en que el capital o recurso humano, el potencial laboral y productivo a la par con los incentivos para el desarrollo de destrezas, habilidades y talentos de las distintas áreas es revestida con políticas empresariales como es de esperarse en sí.

## **2. Ubicación del Emprendimiento en el Entramado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación en las Empresas.**

La ubicación del emprendimiento en el terreno de las ciencias, la tecnología y la innovación se allana en la propia estructura de las empresas. En cada una de ellas, se expone un cierto espacio sobre el cual efectivamente puede incubarse o proponerse algún trabajo explícito de emprendimiento. El tema, es saber privilegiar en cada uno de ellos, los puntos de partida, herramientas e instrumentos con los cuales poner en evidencia o desarrollo propuestos de emprendimiento. Así, las empresas ubicadas en mercados de competencia o monopolísticos a su vez que de oligopolios o monopolios, tienen en su haber condiciones básicas desde las cuales regentar condiciones propias para la generación del emprendimiento.

Figura 3. Marco conceptual de la GEM.



Fuente: Informe Ejecutivo GEM (2006). En: Espí y otros (2007:85).

La estructura de los mercados explica el acceso, la capacidad o patrones de los que gozan las empresas para promulgar al emprendimiento, y más aún, cuando se trata de elevarlo al carácter de ciencia, tecnología e innovación. La empresa en competencia, en mercados imperfectos de competencia monopolística, en oligopolio o el propio monopolio posibilitan el comprender lo referente al emprendimiento. Contrario a lo considerado, es la competencia quien requiere de manera significativa más esfuerzo en emprendimiento que el resto, sin embargo, a medida que se avanza en cada una de ellas, se pasa del esfuerzo a la gestión, la labor y la razón de ser del emprendimiento respectivamente de cara a las estructuras. Comisión Europea (2008:35):

La mejor forma de concienciar a las empresas de estos beneficios es hacer que otras empresas les hablen de su experiencia: las empresas que tienen éxito en el ámbito en cuestión deberían compartir buenas prácticas. Las empresas pueden ofrecer a los futuros empresarios principalmente experiencia en el mundo empresarial a través períodos de prácticas, cursillos, etc, y, sobre todo, ayuda concreta (en forma de capital financiero y de conocimientos) para el desarrollo de casos e ideas de negocio.

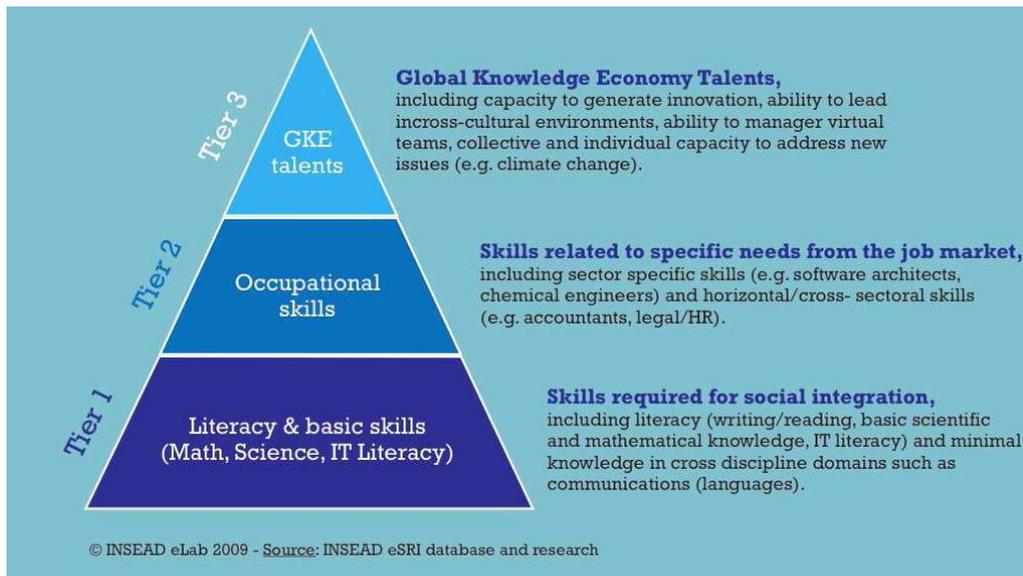
El conjunto de empresas ubicadas en el renglón de la competencia están bajo productos o segmentos de mercado de naturaleza homogénea y son tomadoras de precios. Por ende, cualquier propuesta que emerja en ella, de cara al acaparamiento de mercados fugaz o el

recibo de mejores ingresos por razones coyunturales, se convierte en los marcos de referencia para promoverse a través del emprendimiento. Son actividades demasiado expuestas a las condiciones de demanda y oferta, en el que el consumidor se convierte en dominador de la puja que las empresas en este segmento realicen. El emprendedor aquí, debe tener las bondades dirigidas a la captura de mercado o la entrada de ingresos en esencia. Indican Vicens y Grullón (2011:19):

El modelo de desarrollo de emprendedores planteado implica un cambio de paradigma: del enfoque que plantea el desarrollo de una idea al enfoque que plantea el desarrollo del talento emprendedor; de poner el énfasis en la preparación de planes de negocios a dotar a los emprendedores de la capacidad de identificar oportunidades sobre la base de la observación, la generación de soluciones creativas y el aprendizaje haciendo prototipos; de programas que incluyen clases sobre emprendimientos en las carreras universitarias a la incorporación del emprendimiento como una cultura en todas las fases educativas; de crear incubadoras para esperar que surjan ideas de emprendimiento innovadoras a crear centros de desarrollo de emprendedores que generen emprendimientos completamente formados.

La empresa en competencia perfecta se caracteriza por sacar provecho en los cortos plazos de las oportunidades que ofrece el mercado, que excepcionalmente son contadas. La homogeneidad o similitud del producto ofrecido por las diferentes compañías arraigadas en este mercado hacen casi imposible escatimar algún esfuerzo en cuanto a emprendimiento inicialmente. No obstante, es precisamente su naturaleza equivalente u homogénea quien inyecta a este sector la posibilidad de promover iniciativas de emprendimiento, aunque ello no garantice abultados réditos, si puede generar alteridades positivas para las empresas que abandonen dicho proceso, que al final, no tardaría en ser copiado, duplicado o superado.

**Figura 4. Pirámide de habilidades, INSEAD.**



Un complemento al modelo incremental de consolidación en las MiPyMEs planteado por Edge se observa en la pirámide de habilidades de INSEAD ELAB (200927) que identifica tres niveles de competencias. Esta pirámide puede usarse para articular destrezas y conocimientos estratégicos. En: Cobo (2012:18).

Las empresas en competencia concebida como homogénea o perfecta están caracterizadas entre otras, por sacar provecho en lapsus cortos de tiempo de oportunidades no estructurales del mercado. Por ende, es evidente que no pueden solo ubicarse como empresas que hacen lo mismo o cuyas condiciones del mercado no les permite tener algo de fuerza. Si la tienen, no obstante, es tan amplia la movilidad a la que están expuestas que cualquiera puede copiar o superar el producto contemplado en dicha esfera. No tiene problemas de acceso o salida de empresas, debido a su propia connotación de ser mercados comunes con productos igualmente reproducibles, hecho que implica, una revisión de emprendimientos. Plantea Brunet (2004:89):

Es fundamental reconocer la caracterización del empresario y de la empresarialidad en tanto que se supone que es un factor de crecimiento económico y un exponente esencial del capital humano de toda sociedad. Por otra parte, la perspectiva individual ha marcado un movimiento que, en base a algunos rasgos de personalidad y a los antecedentes individuales, cuajó en la definición de empresario como: 1) Individuo cuyo objetivo es ganar dinero; 2) Que organiza y dirige la combinación de factores productivos para obtener

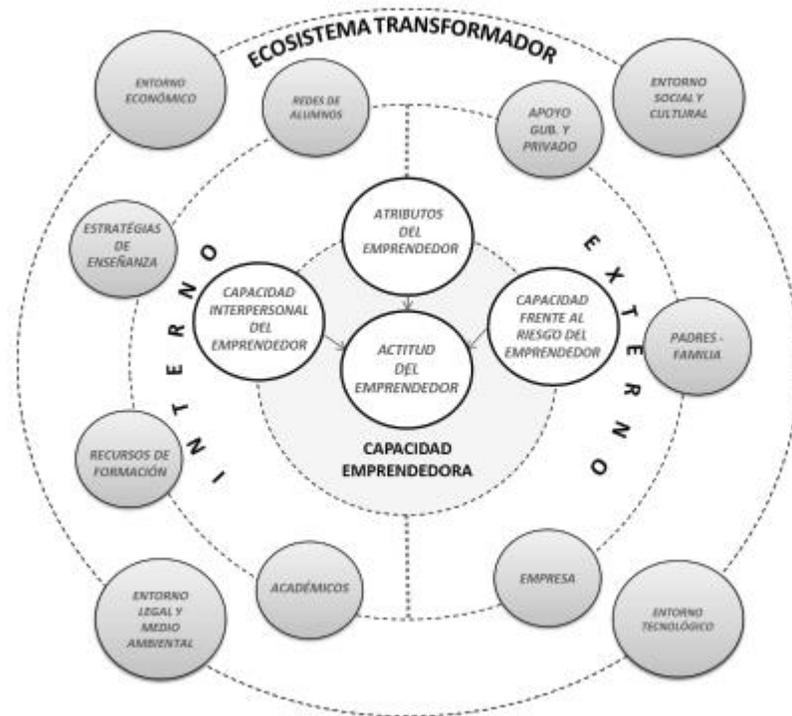
un producto para venderlo en el mercado; 3) Que es confiado y aventurero, al asumir el riesgo asegurando una renta al «indeciso» o «tímido»; 4) Que es altamente innovador.

En cuanto a la competencia monopolística en esta el factor diferencial o diferenciador tiene un poco más de aliento, recibo y reconversión en las empresas ubicadas en este margen de los mercados. A pesar de exponer o evidenciar los factores diferenciales de sus productos a través de la competencia, cuenta con desarrolladores o profesionales, capaces no solo de proveer instrumentos diferenciales, sino de ingeniárselas para que la copia o reproducción de los mismos tarde en aparecer. Si fuese a medir el contingente del emprendimiento solo por la naturaleza del sujeto emprendedor, el empleado o trabajador ubicado en este rubro empresarial podría servir para establecer las bases de lo que implica un empleado emprendedor. Caracteriza Gámez y Abreu (2004: 191):

“Los emprendedores son individuos ambiciosos con una fuerte pasión por el logro. Son altamente proactivos y responden con entusiasmo a los retos, tienen determinación y confianza en sí mismos de tener el potencial para sobresalir y para ganar. Esta pasión se produce por una necesidad de logro en combinación con metas personales y económicas. Así, junto con la rentabilidad del negocio, muchos miden su éxito con base en el grado en que un sentido de logro interno haya sido satisfecho”.

Las empresas de competencia monopolística se caracterizan por aventurar sus propuestas hacia nichos específicos de mercado. Tienen como barómetro, el destacar las condiciones de sus productos para igualmente un cliente específico o propicio para el mismo. De allí que, el engranaje del producto revisado a través del emprendimiento aflora tanto la naturaleza del cliente como del producto. Esta razón, da para entender básicamente que la caracterización de los emprendedores pasa por la revisión de las estructuras de mercado provistas por el análisis microeconómico, fundamentos que ahorrarían significativos esfuerzos a la hora de mediar entre la intención y la razón de ser del ejercicio como tal.

Figura 5. Modelos de análisis de las capacidades emprendedoras.



En: Cabana y otros (2013:72).

El emprendedor de competencia monopolística es un constante y recurrente buscar e internalizador de información en las empresas. Es el más actualizado o enterado de las movidas y tendencias que puede tener la empresa con el producto, ambos de la mano. El emprendedor en estas estructuras realmente cumple con los preceptos de motivación y razón de ser de la organización, respaldado aún más de la evidencia de aporte significativo que puede traducir para sí y la compañía el aportar a mejorar el producto, las condiciones del mercado o el nicho a que se debe. A partir de ello, es que reviste importancia el naturalizar las estructuras empresariales conforme a los factores o razones del emprendimiento.

**Tabla 1. Factores y variables críticas.**

VARIABLES	FACTORES			
	Atributos del Em- prendedor	Capacidades Inter- personales del Em- prende- dor	Capacidades del Em- prendedor Frente al Riesgo	Actitud del Em- prendedor
	Identificación de oportunidades	Trabajo en equipo	Sentido del riesgo	Constancia
	Proactividad	Participación	Confianza	Compromiso
Creatividad	Comunicación		Pasión	
Visión	Liderazgo		Motivación	
Habilidades Admin- istrativas	Adaptabilidad			

En: Cabana y otros (2013:68).

La aparición de los grandes conglomerados como los oligopolios y los monopolios plantean otro debate. En esencia son emprendedores por naturaleza, por cuanto, no solo tienen nichos de mercado sino que pautan las condiciones sobre los cuales los consumidores o usuarios pueden acceder a sus productos. En este frente, cabe reconocer que uno de los grandes logros de estas grandes esferas empresariales, expone al emprendimiento como una de sus actividades diarias y rutinarias. En particular, para el oligopolio, el interés está centrado en la transferencia de conocimiento, alianzas, pactos y redes de cooperación que se puedan generar entre las compañías ubicadas allí. De allí que, el diálogo no pasa sólo por la generación de negocios sino por los atributos de los productos que estas generan. Según Cobo (2012:101):

Esta oportunidad contribuye a crear una instancia de intercambio y crecimiento entre los emprendedores, buscando, por una parte, fomentar y recompensar el espíritu emprendedor y, por otra, fortalecer los vínculos con otros países de la UE y promover su cultura. De paso, las empresas se nutren de nuevas ideas y oportunidades de negocios, aumentando la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en la UE. Con este programa los emprendedores pueden intercambiar experiencias y conocimientos durante un periodo de 1 a 6 meses en una empresa de algún país de la UE. Esta iniciativa está parcialmente subvencionada por la Comisión Europea.

El Monopolio, se ubica en la cumbre de la ciencia, la tecnología y la innovación, que lo destaca como una esfera empresarial difícil de duplicar o emular. En esencia, se basa en

sortear proyectos de alto valor con réditos igualmente contemplables, a su vez, que crean una inercia para ellos que promueve la idea de impedir la fácil entrada de estructuras similares. La transferencia y gestión del conocimiento hace parte del entramado de factores que las hace únicas a las empresas arraigadas en sus diferentes frentes como tal. Así que, el monopolio se encuentra fuera de serie en cuanto a lo que implica conceptualizar sobre el monopolio; su naturaleza única las hace únicas en mecanismos emprendedores, que no son fáciles de ligar a sus actividades o productos.

### **3. Sostenibilidad del Emprendimiento conforme a la Ciencia, la Tecnología y la Innovación y la Generación de Conocimiento.**

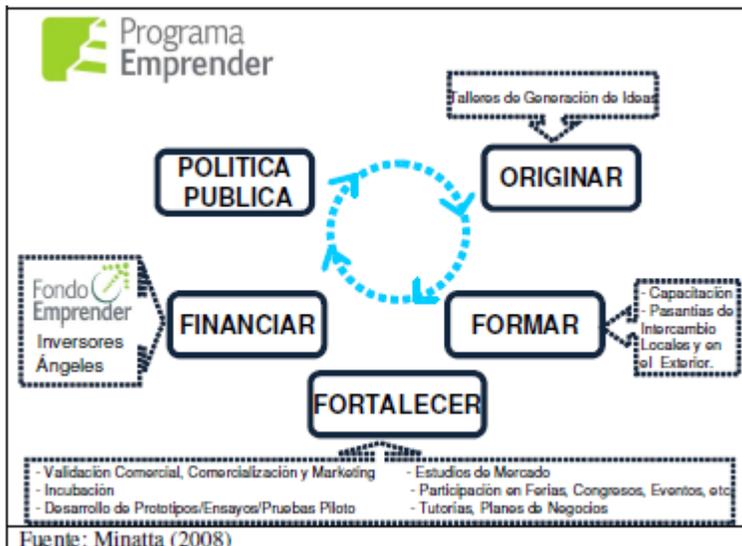
La sostenibilidad del aparato emprendedor del país pasa la cuenta a través del sistema de ciencia, tecnología e innovación al que se sujeta el aparato productivo del país. Si esta es débil, es lógico comprender que el emprendimiento termina generando más controversias que resultados. Así, la generación de conocimiento con el emprendimiento depende del papel depurador que implique en dicho proceso el marco de la CTeI. Así que la sostenibilidad del emprendimiento no está ubicada en la base de dicha política o programa sino en la fundamentación que se tiene de toda la dimensión económica en cuanto al aparato productivo y la congruencia que debe existir en cuanto al papel de la CTeI. CAF (2013:53):

En América Latina existe amplio espacio y la necesidad de una intervención pública significativa y efectiva dirigida a la promoción del emprendimiento que permita no solamente mejorar las condiciones de vida de la ciudadanía a corto plazo, sino también potenciar las posibilidades de crecimiento a largo plazo y, de ese modo, el desarrollo económico y social. La historia de los países más desarrollados, que exhiben los ecosistemas de emprendimiento más dinámicos y potentes del mundo, ofrece muchos ejemplos de participación pública directa, bien sea como promotora de un sector económico particular por medio de compras gubernamentales, o desarrollando mercados de capital de riesgo, invirtiendo en sistemas de innovación y destinando recursos significativos para mejorar la calidad de su mano de obra. Sin embargo, la historia también está llena de

intentos de los gobiernos por fomentar el emprendimiento y la iniciativa privada que han sido grandes fracasos.

Un sistema de emprendimiento se sostiene en la medida en que se encuentran fundamentos que combinen la razón de ser con el deber ser de dicho propósito. El emprendimiento se sostiene bajo condiciones económicas, financieras y de mercados tras las cuales pueda evidenciarse la capacidad de movilidad que tienen dichas iniciativas en el componente macroeconómico. Es poco probable la sostenibilidad de los proyectos de emprendimiento si estos implican u obligan a diseñar otras estructuras sobre las que den cuenta dichas condiciones. Por ende, la salud de los proyectos de emprendimiento depende igualmente del sector real que la cobija inicialmente, si no es así, el emprendimiento tiene poca probabilidad de coexistir.

Figura 6. Actuación del Programa Emprender (Uruguay)



En Krauss (2008:9).

La prevalencia de un sistema de emprendimiento insta a evaluar la estructura de CTeI que en cada latitud se tenga. No obstante, el perfil un poco cualitativo o subjetivo sobre el cual se ha querido explicar la sostenibilidad del emprendimiento. El factor comportamental o de actitud es primordial claro que sí, pero ellos solos no bastan para llevar a cabo o poner en marcha una idea emprendedora. Por ende, la razón del alma o espíritu emprendedor termina

diezmada por la razón de ser o propósito del proyecto emprendedor, sin descartar la trascendencia de la revisión motivacional, pero este punto, es más exclusivo del emprendimiento social, y poco para el dinámico o estructural que ha bien cuenta se inserta en la actividad productiva real de los países en los sectores de mayor relevancia. Evalúan Espí y otros (2007:89):

El estudio del espíritu emprendedor no se agota con la consideración de los rasgos o las capacidades personales ni de los elementos del entorno. Por el contrario, cabe admitir que iniciar un proyecto empresarial es el paso subsiguiente a la correspondiente decisión; una decisión que podemos considerar como voluntaria, vinculada a la intención de iniciar el proyecto. Esta lógica es la que nos acerca a una nueva perspectiva teórica de análisis, la del estudio de las intenciones personales.

El lugar propicio para generar condiciones para la promoción del emprendimiento pasa por las estancias que forman al profesional o tecnológico inmersos en las instituciones de educación superior. El emprendimiento pasa la cuenta de cobro a las instituciones que aún continúan expuestas a la información de datos, cifras y teorías, dejando a un lado la materialización de dicho ejercicio en el campo o el terreno. Por ende, la articulación de esta apuesta depende de la manera como se entiende realmente lo que implica emprender, y si efectivamente bajo la metodología de incubación del conocimiento, se puede abrigar esta u otras propuestas cuando explícitamente se ha convertido en un escenario transmisor. Analiza Gómez y Satizàbal (2011:123):

El tránsito por la educación superior se convierte en una oportunidad para concientizar a los futuros profesionales de distintas disciplinas, sobre la importancia del emprendimiento en el desarrollo de su región, así como de la posibilidad de proyectarse como emprendedores como opción de crecimiento personal y profesional, independientemente de la opción de formación que hayan escogido.

El emprendimiento debe gozar de las mismas características de las cuales se estructuran los programas de CTeI a escala mundial o los definidos por los gobiernos de manera discrecional. Ello, con el propósito de diferenciar el emprendimiento que se hace bajo el eslogan de vocación social o el que apunta a la redimensión de la economía o los sectores estratégicos en pleno. Es precisamente, el profundizar en el marco de la viabilidad de los

emprendimientos en el tiempo, el ámbito que reclama la definición clara de la apuesta del sector dinámico y real para insertarlo a bien cuenta. De lo contrario, al cabo de algunos años el emprendimiento será tomado como un programa más de los auspiciados por organismos internacionales y facultados por los Estados para irrigar recursos sin mayores resultados.

**Tabla 2.**

<b>América Latina: Estrategias de empresas transnacionales en la región en los años noventa</b>			
Estrategia	Búsqueda de eficiencia	Búsqueda de materias primas	Búsqueda de acceso al mercado (nacional o regional)
Sector			
Primario	<i>Petróleo/gas:</i> Argentina, Venezuela, Colombia, Bolivia y Brasil <i>Minerales:</i> Chile, Argentina y Perú		
Manufacturas	<i>Automotriz:</i> México <i>Electrónica:</i> México y cuenca del Caribe <i>Confecciones:</i> cuenca del Caribe y México	<i>Automotriz:</i> MERCOSUR <i>Agroindustria:</i> Argentina, Brasil y México <i>Química:</i> Brasil <i>Cemento:</i> Colombia, Rep. Dominicana y Venezuela	
Servicios	<i>Finanzas:</i> Brasil, México, Chile, Argentina, Venezuela, Colombia y Perú <i>Telecomunicaciones:</i> Brasil, Argentina, Chile y Perú <i>Comercio minorista:</i> Brasil, Argentina, México y Chile <i>Energía eléctrica:</i> Colombia, Brasil, Chile, Argentina y América Central <i>Distribución de gas:</i> Argentina, Brasil, Chile y Colombia <i>Turismo:</i> México, cuenca del Caribe		

*Fuente:* CEPAL, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales.

**En: Motimore y Peres (2001:50):**

Es por cuenta de todo el aparato institucional colombiano de origen empresarial y de las áreas ministeriales de orden estatal las encargadas de compulsar premisas dirigidas a alentar el emprendimiento. En ellas, la idea es generar espacios para que efectivamente el emprendimiento tenga cabida o compás de espera para engranarse en algún momento en las actividades productivas que jalonan al resto del país. La sostenibilidad de los emprendimiento pasa también por el grado de asimilación que tienen de los fundamentales y variables que rigen el ciclo productivo del país. Por ende, si bien la capacitación ubica el entorno del emprendimiento, el mostrar el proceso de inserción se vuelve más aprehensivo. Reiteran Motimore y Peres (2001:56-57):

El hecho de que los avances de la competitividad internacional se concentren en ciertos agentes económicos, sobre todo grandes empresas ya sea transnacionales o de capital

nacional, ha sido positivo en términos de eficiencia, a juzgar por el creciente volumen de las exportaciones y su participación en el total. Sin embargo, la pujanza de esos líderes, al no arrastrar al resto de los agentes de la economía nacional, aumentó la polarización en la estructura productiva. La concentración de los avances de competitividad internacional en pocos países es el elemento más negativo del balance regional. Esto estaría sugiriendo que otros factores, por ejemplo modalidades de atracción de la inversión extranjera y acuerdos comerciales, han representado un papel más importante. En este aspecto, como en varios otros, las reformas resultaron ser insuficientes para alcanzar sus objetivos.

El emprendimiento requiere de un ecosistema en el que se involucren los demás sistemas que hacen posible la sobrevivencia de las diferentes apuestas de carácter empresarial. Por ende, el trabajo radica en localizar las fuentes que pueden irrigar el emprendimiento, más allá de las apuestas estatales o de los organismos multilaterales. Seguido a ello, igualmente el interés de ubicar dichas apuestas en donde tienen mayor recibo o impacto y en las que efectivamente se pueda transferir. Es precisamente, la diversificación de esfuerzos en cuanto al impacto, la razón de ser que pueda dar algún matiz de lo que implica el emprendimiento para los sectores duros de la economía y los intermedios y/o blandos desde los cuales puedan apoyarse las actividades que en escala puedan localizarse en ellos.

**Conclusiones.**

1. El balance en material de emprendimiento se encuentra establecido desde un tiempo en la estructura de las empresas, que de manera convergente y de acuerdo al sector que fungen, han revestido sus actividades de fundamentos apuntados en dicha materia. Por ende, el emprendimiento es un ejercicio de constante trabajo que ha aflorado para destacar a las empresas que reconvierten sus procesos y los insertan a las dinámicas industriales y de paso a las sectoriales como es de esperarse del emprendimiento dinámico.

2. La relación entre la CTeI es la que permite evidenciar los posibles alcances que tenga el emprendimiento, y de paso, reconocer la capacidad de trasegar que tienen las apuestas o iniciativas generadas. El emprendimiento tiene al frente, la posibilidad de evaluarse bajo los demás sistemas dirigidos a apalancar la industria desde las fuentes de la CTeI, escenario en el que cabe advertir podría ilustrarse la realidad de lo que implica ubicar recursos en un esfuerzo que implícitamente siempre se ha hecho, pero que no ha sido integrado a la dinámica económica.

3. El emprendimiento debe destacar la gestión de conocimiento como el primer baluarte y balance de resultados. En este contexto, los países desarrollados y avanzados continúan profundizando en cuanto a la vinculación del emprendimiento entre las actividades de alto, medio y bajo valor, pero que en últimas han servido para jalonar las economías. Cosa distinta en los países en vías de desarrollo donde no prevalece un ecosistema fuerte frente al emprendimiento, y este último, se registra más como una política asistencial que económica o industrial.

### **Referencias bibliográficas**

Ajzen, I (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50: 179-211.

Ajzen, I y Fishbein, M (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. *Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2): 179-211.

Brunet, I y Alarcon, A (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Universitat Rovira i Virgili. Departament de Sociologia. Papers 73*. 81-103.

Cabana V, R; Cortes C, I; Plaza P, D; Castillo V, M y Álvarez M, A (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Universidad de La Serena. Departamento de Ingeniería Industrial. Technol. Manag. Innov.* 8 (1): 65-75.

CAF (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Corporación Andina de Fomento. Panamericana Formas e Impresos S.A.

Campos A; Hormiga E y Valls J (2012). El fomento de la cultura emprendedora y la mejora de la formación en emprendimiento e innovación. Algunas conclusiones derivadas del análisis de la oferta formativa en emprendimiento e innovación de las universidades de RedEmprendia. *Universitat de Barcelona Instituto Emprendía de Innovación y Emprendimiento (IE2)*. Presentado en la reunión del Comité Técnico de RedEmprendia de Santiago de Chile. 1-10.

Comisión Europea (2008). *La iniciativa emprendedora en la enseñanza superior, especialmente en estudios no empresariales. Resumen del informe final del grupo de expertos*. Dirección General de Empresa e Industria. Promoción de la competitividad de las PYME. *Espíritu de empresa*. El presente documento es un resumen del informe final del

grupo de expertos publicado en marzo de 2008. Disponible en la dirección web:[http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/training\\_education/entr\\_highed.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/entr_highed.pdf). 1-41.

Espí G, M T; Arana L, G; Hers S, I y Díaz de Junguito González de Durana, A (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de gipuzkoa de la UPV/EHU. Revista de Dirección y Administración de Empresas. (14): 83-110.

Cobo, C (2012). Competencias para la productividad de las MiPyMEs centroamericanas en la economía del conocimiento y la innovación. Competencias para empresarios emprendedores: contexto europeo. Fundación Omar Dengo - IDRC - OIT/CINTERFOR.

Comisión Europea (2008). La iniciativa emprendedora en la enseñanza superior, especialmente en estudios no empresariales. Resumen del informe final del grupo de expertos. Dirección general de empresa e industria. Disponible en la siguiente dirección web:[http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/training\\_education/entr\\_highed.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/entr_highed.pdf). Información complementaria: Comisión Europea. Dirección General de Empresa e Industria. Unidad E.1: Espíritu empresarial. E-mail: [Entr-entrepreneurship@ec.europa.eu](mailto:Entr-entrepreneurship@ec.europa.eu). Proyecto Avanz@: Competencias para la productividad de las MiPyMEs centroamericanas en la economía del conocimiento y la innovación.

Galindo M, M A y Méndez P, M T (2008). Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico. Departamento de Eco. Pol, Hac. Pub., Estad. Y Política Económica. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Universidad de Castilla- La Mancha. Ronda de Toledo s/n 13071 Ciudad.

Gámez, F. y Abreu J. L. (2007). Valores que un emprendedor debe ejercer al crear su empresa. Daena: International Journal of Good Conscience. 2(2): 185-209. Abril 2007 – Septiembre 2007. ISSN 1870-557X.en: [www.daenajournal.org](http://www.daenajournal.org)

Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España (2006).

Gómez V, María del Pilar y Satizàbal P, K (2011). Educación en Emprendimiento: Fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Econ. Gest. Desarro. Cali (Colombia). (11): 121 - 151

INSEAD (2009). Who cares? Who dares? Providing the skills for an innovative and sustainable Europe. Background report prepared for the European Business Summit 2009, en URL: [http://www.insead.edu/discover\\_insead/docs/WhocaresWhodares.pdf](http://www.insead.edu/discover_insead/docs/WhocaresWhodares.pdf)

Kaneko A., J. J. (Noviembre, 2012). Emprendimiento, personalidad y variables sociodemográficas en estudiantes de Administración de un instituto de educación superior. Revista PsiqueMag. (1): 83-105.

Krauss, C (2008). ¿Cómo fomentar las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios? experiencias del concurso de ideas y planes de negocios - lecciones aprendidas. Departamento de Ciencias de la Administración. Programa de Desarrollo Emprendedor. Universidad Católica del Uruguay.

Minatta, A (2008, octubre) ¿Es posible que el Estado, la Universidad y las Empresas contribuyan en forma coordinada al desarrollo del Emprendedorismo dinámico en nuestros países? Un modelo de gestión. Ponencia presentada en el 1er Foro Nacional de Emprendedurismo. Incubación de Negocios e Inversión de Riesgos. San Souci. República Dominicana.

Mollo B, G F (2008). La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de La Plata. Tesis de la Maestría en Dirección de Empresas. Presentado/Publicado en: Nombre: Maestría en Dirección de Empresas – Facultad de Ciencias Económicas – Universidad nacional de La Plata. Fecha: Julio 2008. Nota: 10 (diez) Escala utilizada 1-10.

Mortimore, M & Peres, W (2000). La competitividad *empresarial* en América Latina y el Caribe. *Revista de la CEPAL (74): 37-59.*

Rueda S, I, Fernández L, A y Herrero C, A (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales.* 26: 141-158.

J

Vicens, L y Grullón, S (2011). Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. Presentado en el V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean. Santo Domingo, República Dominicana, 5-7 de octubre, 2011 1-28.