



4to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo*



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

**IV SIMPOSIO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS**

PONENCIA

**EL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA
CLAUDIA MILENA VALENCIA PIEDRAHITA
ESTUDIANTE DE CUARTO SEMESTRE DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIURNO
SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN DE EMPRENDIMIENTO
UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CALI**

AGOSTO 31 DEL 2015



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Resumen

Esta ponencia, presenta la revisión del marco teórico del desarrollo del proyecto de investigación denominado: Emprendimiento innovador de los estudiantes de ciencias administrativas en Santiago de Cali, cuyo objetivo es dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los conocimientos de innovación que requieren los emprendedores universitarios de ciencias administrativas en Santiago de Cali? Por ello el primer paso es dar a conocer inicialmente una revisión sobre los temas a tratar: estudiantes universitarios, emprendimiento, innovación, emprendimiento innovador. La palabra estudiante viene del sustantivo alumno que significa el iluminado cuyo principio es ver a los alumnos ya sean universitarios o no, como personas aptas con conocimientos y que podrán desarrollar sus habilidades y destrezas, demostrando pasión por el conocimiento. Ser estudiante es sinónimo de aprender, de ser curioso y brillante; estas cualidades son indispensables para participar activamente en las aulas de clase. Por otra parte, el emprendimiento es un término muy utilizado en el mundo, aunque desde épocas remotas se viene hablo de él, en las últimas décadas ha tomado un papel de gran importancia por los crecientes y constantes problemas económicos; La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto; el emprendimiento permite avanzar, ir más allá de donde ya se llegado, tomar riesgos y cambiar el mundo por un pensamiento.. Para finalizar el emprendimiento innovador es aquel producto o servicio que se crea para generar utilidades a partir de modificar o cambiar lo determinado.

Palabras Claves: Emprendimiento, Innovación, Universitarios.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Abstract

This paper presents a review of the framework for the development of the research project entitled: Innovative Entrepreneurship of management science students in Santiago de Cali, which aims to answer the following questions: What are the skills that require Innovation University of administrative sciences entrepreneurs in Cali? Therefore, the first step is to initially make a review of the topics: college students, entrepreneurship, innovation, innovative entrepreneurship. The word comes from the student noun meaning the enlightened whose principle is to see whether college students or not, as knowledgeable and capable people who can develop their skills, showing passion for knowledge. Being a student is synonymous to learn, to be curious and bright; these qualities are essential to actively participate in the classroom. Moreover, the enterprise is a term widely used in the world, but since ancient times has been talk about him in recent decades has taken a major role by increasing and constant economic problems; The word comes from the French entrepreneur entrepreneurship (Pioneer), and refers to the ability of a person to make an additional effort to achieve a goal or objective and is also used to refer to the person who started a new business or project; entrepreneurship can advance, go beyond where I can come and take risks and change the world by a thought. Finally innovative entrepreneurship is one product or service is created to generate profits from modify or change determined.

Key words: Entrepreneurship, innovation, college students.

1. Introducción

En el presente siglo, se ha abordado cada vez más el tema del emprendimiento universitario, pues se considera que la creación de empresas aporta al crecimiento económico, en el ámbito local, regional, en los diferentes países. La investigación sobre el emprendimiento universitario, pretende responder y aportar conocimiento a través de



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

la realización de una síntesis, en cuanto al perfil de los emprendedores universitarios y el uso y apropiación de las tecnologías. Para lo anterior, se requiere dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los conocimientos de innovación que requieren los emprendedores universitarios de ciencias administrativas en Santiago de Cali? Por tanto, el objetivo general, es identificar los conocimientos que requieren los emprendedores universitarios de ciencias administrativas en Santiago de Cali, y los objetivos específicos son: primero, conocer el marco teórico sobre el emprendimiento innovador universitario, segundo, describir el conocimiento sobre innovación que se brindará a los universitarios de ciencias administrativas. La metodología a utilizar para el desarrollo, es cualitativa, descriptiva y exploratoria. La recolección de la información se realiza a partir de entrevistas semi-estructuradas que dan respuesta al enfoque etnográfico.

2. Marco teórico

2.1 Universitarios

Los universitarios son estudiantes o alumnos que estudian en una universidad sin importar si es privada o pública, su objetivo es aprender de aquello que los apasiona, especializarse y sacar el mejor provecho de la universidad que como ya sabemos es un universo lleno de posibilidades.

Diversos autores definen al estudiante universitario, entre ellos Guevara (1959), según su concepción, el estudiante debe de cumplir con deberes revolucionario relacionado con la universidad, es por ello que precisa que es el estudiante, a que clase pertenece, y si tiene algo que lo defina como entidad o como núcleo, o si simplemente responde a sus reacciones, es así como, el autor encuentra que el estudiante universitario es el reflejo de la universidad que lo aloja, porque ya hay limitaciones que pueden ser de diferentes tipos, pero que finalmente son limitaciones económicas que hacen que el estudiante pertenezca a una clase social.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

De una manera similar Salinas (1940) define al estudiante como aquel hombre de fe en que por medio del estudio y de la ampliación de sus conocimientos va a mejorar y enriquecer su naturaleza humana, no en cantidad, sino en calidad, va a hacerse más persona, mejor persona y a cumplir mejor su destino, va a entender mejor los problemas del hombre y el mundo. Por tanto, señala que los universitarios son los que toman el estudio como vía de acceso a beneficios de imprevisible grandeza, y no a la posesión de una habilidad que le permita ganar dinero.

2.2 Emprendimiento

El término emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero, aventureror), se define, como la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional con el propósito de alcanzar una meta. Además, se utilizó para describir a las personas que iniciaban una nueva empresa o proyecto; y fue aplicado para referirse a empresarios innovadores o que agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En el estudio de los antecedentes del concepto de emprendimiento se señala el aporte de Cantillon (1755), quién los definió como actividades económicas que parten de la clasificación de los agentes económicos en tres grupos diferenciados: Propietarios de la tierra, Prestamistas y Emprendedores. Incluso Baudeau (1767) considera que el emprendedor es quién tiene la capacidad de procesar información y transformarla en conocimiento, estableciéndose como su principal medio de realización.

Por su parte Schumpeter (1911) considera que el emprendedor es un agente de cambio económico, introduciendo innovaciones en los mercados para generar desequilibrios temporales, y esto a su vez influye a un cambio estructural de las actividades productivas. De manera posterior (Kundel, 1991) define el emprendimiento como la actividad emprendedora que gestiona el cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio.

De una manera un poco actual Grebel (2003) sostiene que mientras que los primeros y segundos agentes presentan un papel pasivo en el desarrollo económico, el emprendedor se considera un agente activo que permite la unión entre la oferta y la demanda (de manera simultánea el emprendedor basado en la incertidumbre toma las decisiones económicas). De acuerdo a Fillion (2003) Say asocia al emprendedor con la innovación al considerarlo un agente de cambio. Cabe recalcar que algunos teóricos señalan a éste autor, como el primero en definir el conjunto de parámetros que definen al emprendedor en su sentido actual.

Por ultimo Vara (2007) considera que de acuerdo al modelo de Cantillon (1755), el emprendedor es un agente que compra una materia prima a un precio cierto para transformarla y venderla a un precio incierto. Por tanto, este agente económico se caracteriza por asumir el riesgo de aprovechar una oportunidad para generar una utilidad que le beneficia.

2.2.1 Tipos de Emprendimiento

Schollhammer (1980) definió cinco tipos de personalidades de emprendedores:

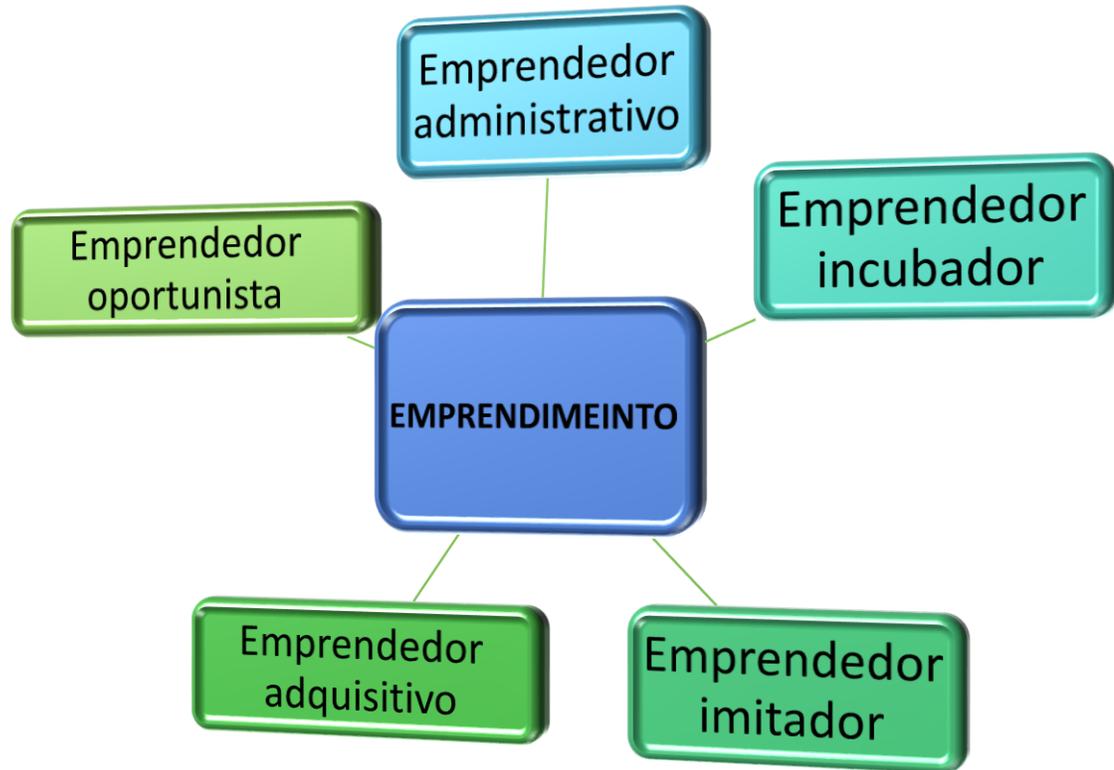
- **Emprendedor administrativo:** Es quien hace uso de la investigación y el desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- **Emprendedor oportunista:** Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- **Emprendedor adquisitivo:** Este tipo de emprendedor se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

- ***Emprendedor incubador:*** En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de alguno ya existente.
- ***Emprendedor imitador:*** Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Figura 1. Tipos de emprendimiento según Schollhammer (1980)



Fuente: Elaboración propia

2.3. Innovación

Para la academia española, es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino, introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello. En las palabras de Eudald Doménico (1998): “la innovación por la innovación no sirve para nada. Innovar es crear productos que hagan la vida más fácil. La innovación exige la conciencia y el equilibrio



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones”.

La conceptualización del proceso de innovación por parte de la organización ha evolucionado recientemente hacia la unión de estas dos vertientes; Baldrige y Burnham (1975) argumentan que la relación entre el entorno y la organización puede influir en el proceso de innovación. Sin embargo, existen diferencias en cuanto a la intensidad de la relación, mientras Muñoz (1998) otorga una gran importancia al entorno como desencadenante del proceso, Kimberly y Evanisko (1981) y Meyer y Goes (1988) conceden más importancia a las características propias de la innovación y a las variables organizativas.

Russell y Russell (1992) defienden que los entornos complejos y dinámicos generan mayores posibilidades de innovación. Igualmente, Damanpour y Gopalakrishnan (2001) consideran que la adopción de innovaciones es un medio de la organización para adaptarse al entorno, o como forma de perspectiva ante cambios en el entorno cuya finalidad es incrementar o mantener la eficacia y competitividad.

2.3.1 Tipos de Innovación

Algunos autores clasifican la innovación de diversas formas tales como, Chesbrough y Teece (1996) quienes hablan de innovaciones autónomas e innovaciones sistémicas, refiriéndose a las autónomas como aquellas que se obtienen con independencia de otras innovaciones, mientras que las innovaciones con un carácter fundamentalmente sistémico, son aquellas cuyas ventajas sólo pueden materializarse en combinación con otras innovaciones complementarias relacionadas.

Otros como Schumpeter (1944) propone los siguientes tipos de innovación:

- **De producto o servicio:** Se trabaja alrededor del producto final buscando nuevas y diferentes aplicaciones o la creación de un nuevo producto que satisfaga las



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

necesidades de un sector del mercado. Se basa fundamentalmente en el conocimiento y la ciencia.

- **De mercados:** Se trata de innovar en el producto haciéndolo más atractivo para los consumidores. Estas mejoras están enfocadas hacia la forma de presentar el producto, su empaque, sabor, color, olor entre otros. Se lleva a cabo teniendo en cuenta los deseos y necesidades del consumidor. Este tipo de innovaciones resultan para la competencia más fáciles de copiar.
- **De componentes de materias primas:** Un producto según su funcionalidad se puede fabricar en diferentes materiales mejorando así su función, rendimiento o costo.
- **De procesos productivos:** A través de la optimización o creación de nuevos procesos productivos que permitan diferenciar el producto. No siempre el cliente tiene que percibir la innovación en el proceso, pero lo que importa es que sea rentable para la empresa y cree valor para la misma.
- **De tecnología:** Las innovaciones tecnológicas a su vez se clasifican en: Básicas, claves y emergentes.

A continuación se presenta en la Tabla 1 los diferentes tipos de innovación de tecnología.

Tabla 1 Tipos de innovación de tecnología.

Innovación de Tecnología	Concepto
Básica	Tecnología ampliamente conocida en el sector. Ejemplo: técnica para hacer arepas, conocimientos sobre tipos de terrenos y climas donde crece y se puede sembrar café.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

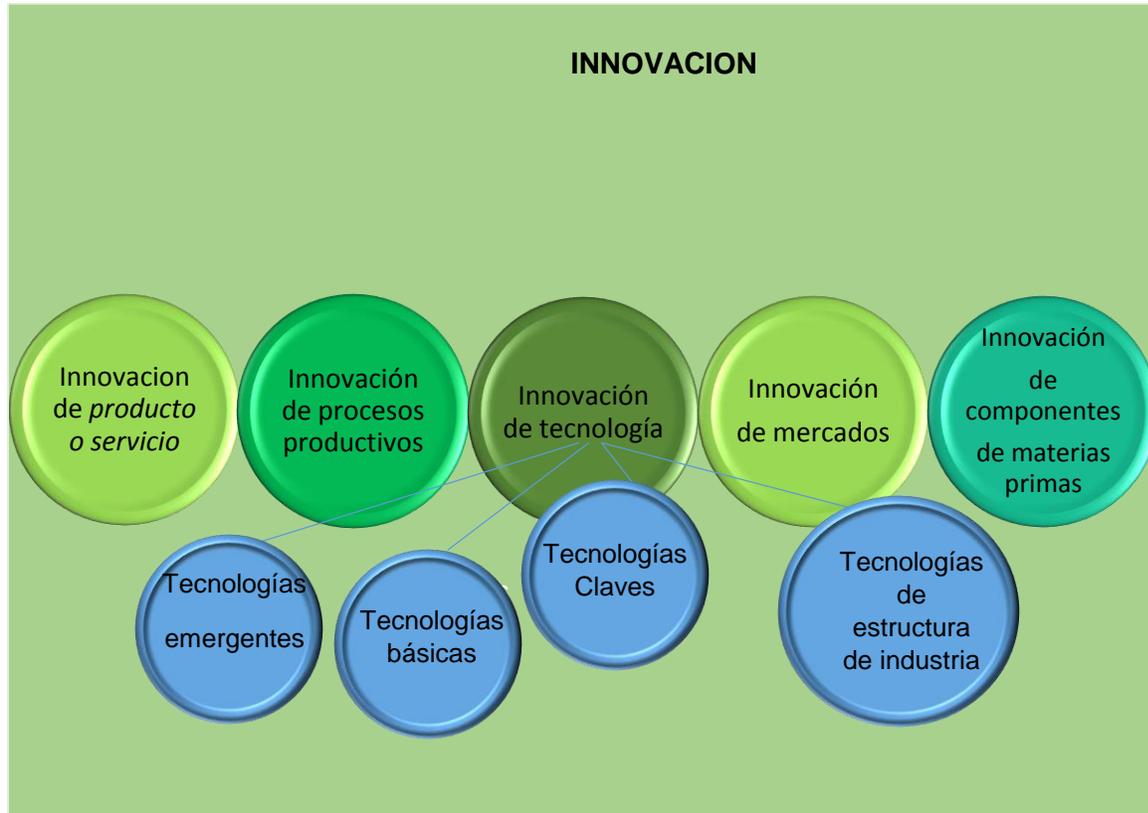
Clave	Es una tecnología propia, que arroja mejores resultados que la básica. Ejemplo: Uso de tostadoras especiales que permiten obtener mayor rendimiento del café, o cultivo de café orgánico.
Emergente	Apenas están en desarrollo. Son pocos los que pueden acceder a ellas. Ejemplo: Mecatrónica, nanotecnología.
De estructura de industria (cluster)	Se cambia el esquema tradicional bajo el cual se ha comercializado un producto, creando nuevos modelos que benefician tanto al productor como al consumidor.

Fuente: Elaboración propia

La figura 2. Tipos de innovación según Schumpeter (1944), muestra la clasificación de la innovación, y a su vez los diferentes tipos de innovación de tecnología.

Figura 2. Tipos de innovación según Schumpeter (1944)

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015



Fuente: Elaboración propia

El **Manual de Oslo** (OCDE, 2005), es una guía importante para el análisis y recopilación de datos sobre innovación tecnológica, el cual define conceptos y clarifica las actividades que forman parte del proceso de innovación, así como los tipos de innovación y el impacto de dichas innovaciones en el desempeño de la organización, para brindar conocimiento de forma global; por lo cual, define cuatro tipos de innovación:

- **Innovación de producto/servicio:** Introducción en el mercado de nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios. Incluye alteraciones



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

significativas en las especificaciones técnicas, en los componentes, en los materiales, la incorporación de software o en otras características funcionales.

- **Innovación de proceso:** Implementación de nuevos (o significativamente mejorados) procesos de fabricación, logística o distribución.
- **Innovación organizacional:** Implementación de nuevos métodos organizacionales en el negocio (gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, entre otros.) en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el exterior.
- **Innovación de marketing:** Implementación de nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en el diseño meramente estético de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción.

Figura 3. Tipos de innovación según Manual de Oslo (2005)



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015



Fuente: Elaboración propia

Para finalizar Mendoza (2006), identifica cuatro tipos de innovación, de negocio, producto, proceso y administrativa, esto en relación con la naturaleza del cambio; respecto al grado de cambio, pueden considerarse dos tipos de innovación, la incremental y la radical. Como ya lo mencionamos anteriormente, El manual de Oslo (2005) distingue también cuatro tipos de innovación, coincidiendo con Mendoza en algunos aspectos y diferenciándose en puntos de vista como mercadotecnia y negocios.

2.4 Emprendimiento innovador



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Esta noción de “emprendimiento innovador”, o “innovación emprendedora”, tiene una importancia extraordinaria para en la economía moderna. En las últimas décadas ha ocurrido una transformación básica en la economía mundial, que ha pasado desde el capitalismo administrativo al capitalismo emprendedor (Acs & Armington, 2006; Audrestch et al, 2006; Baumol et al, 2007), donde la noción de emprendimiento ocupa un lugar central como motor del desarrollo económico. Dentro de este planteamiento, la estructura de las firmas se hace más dinámica, las instituciones burocráticas son reemplazadas por soluciones emprendedoras y de mercado y la innovación es buscada como un objetivo explícito de negocio, por su capacidad para transformar las reglas del juego (Acs & Serv, 2007).

El emprendimiento es la el agente activo en la oferta y la demanda en el recae toda la actividad económica; aunque la innovación y el emprendimiento son términos muy cercanos la innovación por si sola es la capacidad de crear algo nuevo. Rafael Vesga (2013) profesor de la universidad de los andes propone que si bien la innovación está siempre está asociada con el emprendimiento, es posible tener emprendimiento sin innovación. Así, las pequeñas o grandes empresas que no tienen vocación de innovación están por fuera del ámbito que se pretende examinar aquí, aunque hayan sido creadas por emprendedores exitosos. Y se debe anotar que también es posible tener innovación sin creación de empresas nuevas, pues el espíritu emprendedor y la innovación pueden surgir a partir de empresas grandes, que tienen décadas de historia.

Con el fin de tener una noción más amplia del innovación y emprendimiento a continuación un cuadro comparativo con las características de las mismas.

Tabla 2 Relación entre innovación y Emprendimiento

INNOVACION	EMPRENDIMIENTO
Características	Características



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Nunca es resultado de un proceso• No necesariamente produce una novedad• Usa el conocimiento como base• Tiende al trabajo en equipo• Mejora, construye• Fluye en lo racional• Validada por el mercado | <ul style="list-style-type: none">• Arriesgar capital y otros recursos (tiempo, esfuerzo, etc.) en la creación de una empresa.• Innovar en la explotación de una oportunidad de negocio.• Preservar en el logro de un objetivo y en la creación de riqueza. <p>Los emprendedores no son adictos compulsivos al riesgo. Como se cree, sino buenos en gestores del riesgo.</p> |
|---|--|

Fuente: elaboración propia

3. Metodología

La metodología para la recolección de información de este texto, se realizó a través de una revisión teórica de diferentes artículos, documentos, tesis, entre otros, que en el desarrollo de los mismos tuvieron como factor principal el emprendimiento innovador; la recolección bibliográfica se inició con el concepto de estudiantes universitarios, seguido de la definición de emprendimiento e innovación, la clasificación de los mismos, y finalmente la relación entre los anteriores conceptos.

4. Reflexión y discusión

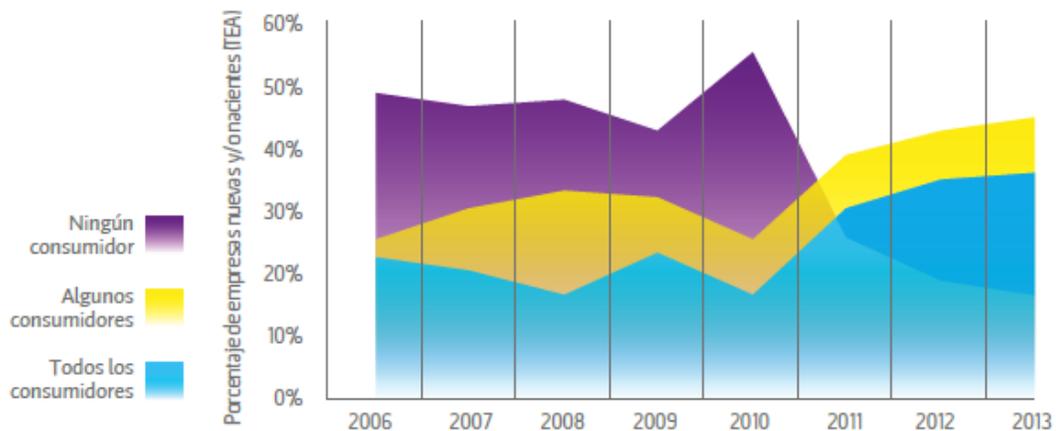
En el presente siglo, se ha abordado cada vez más el tema del emprendimiento universitario, pues se considera que la creación de empresas aporta al crecimiento económico en los diferentes países.

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Entre enero y septiembre del 2014, se crearon 240.250 empresas en Colombia; sin embargo, existen estudios del Banco Mundial y del GEM del mismo año, que señalan que éstas no son lo suficientemente innovadoras. De igual forma, se señala que las exportaciones con valor agregado apenas representan un pequeño porcentaje, es así como surge el interés para investigar dicho fenómeno. Según Varela (2015) La innovación es un elemento fundamental para el crecimiento y la consolidación de las empresas, en el grafico 1 y 2 se muestra la poca innovación en empresas establecidas y en nuevas empresas.

La siguiente información fue recogida respecto a si los emprendedores consideran que los productos que ofrecen son estimados como novedosos por todos, algunos o ninguno de sus consumidores:

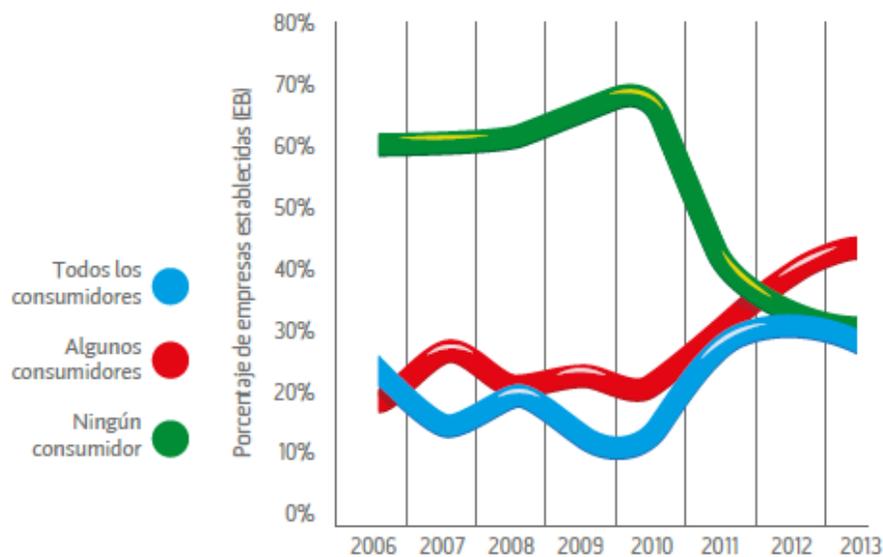
Gráfica 1: Innovación en las empresas nacientes y nuevas (TEA) (Novedad del producto)



Fuente: Reporte GEM Colombia 2006-2013

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Gráfica 2: Innovación en las empresas establecidas (EB) (Novedad del producto).



Fuente: Reporte GEM Colombia 2006-2013

Como se aprecia en las gráficas a mediados del 2010 y en los años siguientes se han creado empresas con mayor innovación que en los años anteriores y en las empresas establecidas sucede algo similar, cada vez más los emprendedores piensan que sus productos son considerados novedosos; el cambio en la innovación en los últimos años



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

se debe a la disminución de competencia en mercados innovadores y el aumento de la demanda de productos y servicios novedosos.

Es así, como Lederman, Messina, Pienknagura, y Rigolini (2014) consideran que el talento innovador puede afectar tanto al número de las innovaciones como a la intensidad de la inversión en innovación. En la medida en que el talento innovador incrementa la capacidad de introducir productos nuevos o mejoras de las tecnologías existentes, también aumenta el valor de la innovación y, por tanto, la probabilidad de realizar actividades innovadoras.

Como ya vimos, el país carece de emprendimiento innovador, para contrarrestar esto, según INNpulsar avanza 003 (2012) se han creado fondos por COP. \$60.000'000.000 en una línea de crédito para la innovación empresarial. No obstante esta entidad no es la única que apoya el emprendimiento innovador, se han creado eventos como Exponegocios promovido por la Red Regional de Emprendimiento del Valle para incentivar y premiar las ideas de negocios innovadoras y con potencial para convertirse en empresas dinámicas.

5. Conclusión

Al conocer el marco teórico sobre las siguientes palabras: universitarios, emprendimiento, innovación y emprendimiento innovador; el siguiente paso es identificar y describir el conocimiento sobre innovación que tienen los universitarios de ciencias administrativas en Santiago de Cali. Por ello, se aplicara una metodología cualitativa, descriptiva y exploratoria, cuya recolección de datos se realizara a partir de entrevistas semi-estructuradas que dan respuesta al enfoque etnográfico.

Reseña Bibliográfica



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

- Alonso. M. & Galve. C. (2008) *El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. Acciones e Investigaciones Sociales*, pp. 5-44
- Arceo G. (2009) *El impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de información en la innovación: un estudio en las pyme del sector agroalimentario de Cataluña*. Tesis doctorales de Ciencias Sociales.
- Cantillon. R. (1775) *The Circulation and Exchange of Goods and Merchandise. Essai sur la Nature du Commerce en Général, Ch. 3*. London: Macmillan.
- Drucker. P. F. (1985) *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper and Row.
- Gem. (2009) *GEM Special Report: A global perspective on entrepreneurship Education and Training*. Babson, Universidad Del Desarrollo, Reykjavik University.
- Guevara. C. (1959) *Reforma universitaria y revolución*.
- Moreno. J. & Bedoya. M. (2015) *Gem Colombia*.
- Nieto. M. & Barrera. J. (1992) *Pedro Salinas en su centenario (1891-1991)*.
- Lederman. D., Messina. J., Pienknagura. S., y Rigolini J. (2014) *El emprendimiento en América Latina, Muchas empresas y poca innovación*.
- Osorio F. & Pereira F. (2007) *Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva*. Santiago de Cali.
- Páez. D. & García J. (2011) *acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la universidad nacional de Colombia*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 71, pp. 52-69.
- SCHULLER, R. H. (2006) *Success is Never Ending: Failure is Never Final*. Orient Paperbacks. New Delhi.



4to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo*



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

SCHUMPETER, J. A. (1934) *The theory of economic development*. Oxford,
Oxford University Press.