

LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO, UN BINOMIO INDISOLUBLE

Caro Guevara Angela Patricia (1), Cárcamo Solís María de Lourdes (2)

¹[Administración de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia] | [angela.caro@uptc.edu.co]

²[Departamento de Estudios Multidisciplinarios, Campus Irapuato-Salamanca, Universidad de Guanajuato]
| [carcamosolisourdes@gmail.com-mlcarcamo@ugto.mx]

Resumen

El presente artículo pretende desarrollar la siguiente pregunta de investigación, ¿cuál es la importancia que tiene el Emprendimiento para el desarrollo de la industria textil en Moroleón y su relación con la Innovación?, mediante el análisis de un estudio de caso a una empresa textil, ubicada en Moroleón, Guanajuato, México. La metodología estuvo basada en un análisis cualitativo y correlacional, tratando de demostrar un estrecho vínculo entre las variables, siendo la innovación la que impulsa y promueve el emprendimiento, haciendo de esta relación una favorable combinación y sinergia, por la cual innumerables emprendedores han adoptado como propósito dentro de su planeación estratégica, buscando consigo generar una ventaja competitiva.

Abstract

This article aims to develop the following research question, what is the importance of the Entrepreneurship for the development of the textile industry in Moroleón and its relationship with innovation? by analyzing a case study to a textile company, located in Moroleón, Guanajuato, Mexico. The methodology was based on a qualitative and correlational analysis, trying to demonstrate a close link between the variables, being the innovation that impels and promotes the entrepreneurship, making this relationship a favorable combination and synergy, for which innumerable entrepreneurs have adopted as purpose within its strategic planning, seeking to generate a competitive advantage.

Palabras Clave

Emprendimiento; Innovación; Empresa textil; Desarrollo; Competitividad.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento y la innovación como sustento para el incremento de la economía en México y otros países, presentan a través de los años una importancia creciente, los esfuerzos de los empresarios por hacer de sus organizaciones cada vez más competitivas, los lleva a implementar estrategias que les permitan entrar y sostenerse en un mercado aún más desafiante y exigente.

Innumerables empresas incursionan día a día abriéndose paso dentro de este espeso bosque de oportunidades, son organizaciones que buscan aumentar su valor, forjando un desarrollo sostenible, establecido como el equilibrio entre la generación de utilidades, el desarrollo social comunitario y la protección del medio ambiente. En esta búsqueda, una gran mayoría de emprendedores le apuestan a la innovación en sus productos, procesos, y/o comercialización; es así, como la innovación ocupa un rol muy importante en el impulso del emprendimiento en una región, por ende, diversos estudios han argumentado esta estrecha relación [1], [2], [3], las cuales servirán como soporte para el desarrollo del artículo.

En Guanajuato, la innovación se ha convertido en uno de los factores fundamentales para la competitividad, sirviendo como impulso para la inversión en tecnología; es así, como las diferentes industrias pioneras y precursoras de ideas de negocio se abrieron paso dentro de un mundo globalizado y evolutivo generando progreso para la región; destacando la industria textil como una de las primeras actividades económicas y gestoras de desarrollo del país [4], desde sus inicios a mediados del siglo XIX hasta la actualidad, convierte a diferentes ciudades en promotoras de dicha actividad, como el caso de Moroleón, caracterizado por ser el principal centro de producción y comercialización de textiles y prendas de vestir, centro de atracción para el turismo comercial y un municipio clave en el desarrollo económico de la región Sur de Guanajuato; estimulado por la

capacidad de la población para comercializar sus productos fuera de la región [5].

El espíritu siempre emprendedor del moroleonés lo llevó a otros estados, la industria pasó del telar a la máquina manual, luego a la máquina mecánica, a las electromecánicas y actualmente a las máquinas electrónicas con tecnología de punta. Hoy día se encuentran asociaciones que promueven estas actividades como el Grupo Textil de Innovación que crea un vínculo entre empresas, academia, investigación, apoyo y desarrollo tecnológico y el financiamiento a la innovación, así como la Asociación Europea para la Innovación y Transferencia de Tecnologías, que se enfoca en la innovación empresarial y la capacitación profesional de los empresarios y trabajadores [5].

Tomando como referencia un estudio de caso aplicado a una empresa del sector textil, se hace necesario reconocer ¿cuál es la importancia que tiene el Emprendimiento para el desarrollo de la industria textil en Moroleón y su relación con la Innovación?

Emprendimiento e Innovación

El emprendimiento, en su sentido más estrecho, implica capturar ideas, convertirlas en productos y/o servicios y luego construir una empresa para llevar el producto al mercado, el emprendimiento se trata de crear algo que no existía anteriormente; la creación adiciona valor al individuo y a la comunidad, y se basa en la percepción y captura de una oportunidad [6].

Los elementos clave del emprendimiento incluyen la toma de riesgos, la proactividad y la innovación [7], así como el empoderamiento de los colaboradores y su compromiso con la organización para la consecución de los objetivos y metas.

La innovación se refiere al desarrollo, adopción y explotación de actividades de valor añadido en los ámbitos económico y social; un factor clave para la

competitividad y el crecimiento [8], jugando un papel importante la creatividad como instrumento para la generación de nuevas ideas de negocio y la invención de nuevos productos y/o servicios que satisfagan una necesidad y ofrezcan soluciones.

La innovación tiene muchas facetas y es multidimensional. Las dimensiones más prominentes de la innovación pueden expresarse como dualismos:

- *Radical versus incremental:* la radical hace referencia a las revolucionarias, originales, pioneras, básicas o con mayores innovaciones, las incrementales son pequeñas mejoras realizadas para ampliar los procesos, productos y servicios establecidos [9]
- *Producto versus proceso:* la innovación de producto refleja un cambio al mismo o servicio final ofrecido por las organizaciones, y la innovación de procesos representa cambios en la manera en que se producen productos finales o servicios [10]
- *Administrativo versus tecnológico:* las innovaciones administrativas incluyen cambios que afectan las políticas, asignación de recursos y otros factores asociados con la estructura social de la organización, mientras que la innovación tecnológica adopta una nueva idea que influye directamente en los procesos básicos de producción [10].

La Innovación, el Emprendimiento y su relación

El paradigma del empresario se remonta a los años treinta, cuando se estableció un vínculo entre emprendedores e innovación, donde se sostuvo que la innovación contribuye al crecimiento de la economía, porque los emprendedores producen innovaciones; sólo una persona que funda una nueva empresa sobre la base de una nueva idea

puede ser llamado un emprendedor [2], a su vez debe contribuir a un desarrollo sostenible que vele por el bienestar de la sociedad, del medio ambiente y la rentabilidad de las organizaciones.

Así mismo, un emprendedor siempre está en la búsqueda de oportunidades y la implementación de innovaciones se convierte en esa herramienta por la cual podría tener éxito en el mercado, la innovación es la que lleva al emprendedor a explorar los cambios del entorno y transformarlos en oportunidades de negocio, diferenciándose de los demás, ofreciendo nuevos y mejores servicios [2], por medio de estrategias que permitan estimular, seleccionar y expandir las innovaciones a todos los niveles de la organización, donde intervengan todos los integrantes de la empresa, ya que pueden aportar mejoras a los productos, procesos y/o métodos de comercialización.

De acuerdo con varios estudios de caso analizados, las proposiciones principales sobre la relación entre el emprendimiento e innovación y los factores del ambiente que afectan su desarrollo, se encuentran:

P1. La innovación y el emprendimiento (IE) son complementarios porque “la innovación es la fuente del emprendimiento y el emprendimiento permite la innovación para prosperar y para realizar su valor económico” [2], las empresas buscan entrar en nuevos mercados y atraer nuevos clientes por medio de la creación de productos y/o servicios innovadores, nuevas formas de hacer negocios y estrategias de gestión diferenciadoras, incluso cambiando el paradigma de vender productos a vender soluciones; indiscutiblemente, IE se consideran ampliamente como una base para una ventaja competitiva en un entorno de negocios internacional que cambia rápidamente, en la búsqueda de mejorar las capacidades para el crecimiento sostenible de los negocios para hacer más dinámica la actividad económica [8].

P2. El emprendimiento utiliza la innovación para expandir el alcance del negocio e impulsar el crecimiento; por lo tanto, el emprendimiento y la

innovación son procesos dinámicos y holísticos que no se limitan a la etapa inicial de una nueva empresa [2], donde un factor importante ha sido su disposición ante la toma de riesgos, es así como la innovación se convierte en una herramienta para los emprendedores, por medio de una visión estratégica por la cual aprovechan los cambios como una oportunidad para un negocio o servicio diferente; así mismo, la correlación entre la creación de nuevas empresas y el potencial de innovación, donde las nuevas empresas pequeñas producen más innovaciones y llevan la innovación al mercado más rápidamente que las grandes empresas [3], esto es debido a la fuerte competencia, por lo que deben ingeniar estrategias y mecanismos como la creatividad en el suministro de productos y servicios adaptados al cliente para ganar nuevos y mejores contratos.

P3. El desarrollo de IE y la interacción entre ellos para la comercialización exitosa de la innovación, requieren una cultura organizacional y un estilo de gestión centrado en la innovación y el apoyo [2]. De ahí que la cultura organizacional puede afectar los niveles de IE mediante la socialización de procesos que influyen en el comportamiento, en el lugar de trabajo y mediante estructuras, políticas y procedimientos que se basan en los valores y creencias fundamentales de la organización [11]; por ende, se considera necesaria una cultura organizacional que promueva y recompense nuevas ideas e impulse a nuevas formas de hacer negocios, creando espacios y escenarios propicios donde se generen esas ideas y conocimientos.

Sin embargo, según un estudio realizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se refleja la escasa inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) en empresas tanto en sectores públicos como privados, donde las economías emergentes como Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México destinan apenas una tercera parte de lo que China dedica en I+D [12], quedando rezagados, en contraste con aquellos países como Corea del Sur, Israel y Japón, entre otros, que dedican hasta un 4.29%, 4.11% y 3.58%

respectivamente, de su Producto Interno Bruto (PIB) en I+D, y que en el caso de México apenas invierten un 0.58% de su PIB en este rubro [13], dejando incertidumbre sobre el rol del estado en su intervención en políticas que promuevan dicha inversión y también de los empresarios para crear centros de investigación dentro de sus organizaciones.

MATERIALES Y MÉTODOS

El artículo pretende por medio de un estudio *cualitativo* de tipo *correlacional*, indagar sobre la relación entre IE a través de la consulta de artículos específicos; así mismo, de un estudio de caso de una empresa del sector textil localizada en Moroleón-Guanajuato, siendo un territorio reconocido por dicha actividad, y sustentado en una historia de vida oral al Gerente de la empresa en cuestión, obteniendo un discurso de manera natural y espontánea; adicionalmente una entrevista mediante la aplicación de preguntas previamente diseñadas, las cuales fueron grabadas y posteriormente transcritas con el fin de enfatizar en los puntos clave, motivo de la investigación.

Antecedentes y análisis del caso de Estudio

La empresa seleccionada como caso de estudio, surge como una empresa familiar que decide emprender debido a la alta demanda de insumos del sector textil en Moroleón, la primera generación inicia comercializando máquinas de coser e incursionando en el tejido de punto circular en el año 1980, empleando a 20 trabajadores entre sus áreas productivas de tejido, lavado y distribución. Una década más tarde incorporaron acabados de telas y teñido, por lo cual requirieron de nueva maquinaria para que sus procesos fueran cada vez más eficientes; por esta razón, comenzaron año tras año a interactuar en ferias de suministros para el sector textil, maquinaria de hilatura, entre otros, como es la Exposición Internacional de Maquinaria Textil (ITMA), feria que reúne empresarios de todo

el mundo ofreciendo innovaciones en tecnología y nuevos productos de la industria, siendo este uno de sus propósitos, estando a la vanguardia de los avances tecnológicos que le ofrece el mercado y así generar una ventaja competitiva en el sector textil, permitiendo la creación de redes para la innovación, donde se ha consolidado y logrado reconocimiento de marcas internacionales como Adidas, siendo actualmente uno de sus clientes, ejerciendo cierta gobernabilidad representada en una cadena productiva liderada por el cliente, influyendo en la calidad, especificando las normas y capacidad de producción [14].

Demostrando ser una empresa en crecimiento, actualmente genera empleo a 300 trabajadores, de los cuales 220 son del área operativa y 80 entre logística, administrativa y ventas; además cuenta con sucursales en León (Guanajuato), La Piedad (Michoacán), Ciudad de México, Guadalajara (Jalisco), cubriendo el Norte y Sur del país por medio de agentes de ventas; diferenciándose por ser una organización altamente flexible ante las exigencias de sus clientes y los cambios del mercado; estableciendo como una de sus estrategias, donde su fortaleza se construyó cuando se integró verticalmente y hacia atrás, creando su propia planta para elaboración de Hilos, siendo su propio proveedor de insumos, controlando la producción y la calidad que le exigen sus clientes; también se integró verticalmente hacia adelante, organizando la producción de grandes marcas-cliente como Adidas.

Con una producción mensual de 300 toneladas de Telas, entre sus áreas principales se encuentran: Hilos (*ring spun* o anillo, *open end* y filamento continuo), Telas (*shifons*, *interlock*, *jaspes*, *jaquard*, pique, felpa, rib y telas deportivas), Confección (playeras tipo polo, publicitarias, cobijas, banderas, uniformes y gorras) y Maquila (hilados, tejido punto circular y *tricott*).

Menciona el actual Gerente, tercero en su generación a cargo de esta organización, de sus logros profesionales y de la importancia de la educación para el desarrollo y crecimiento de las

personas, para lo cual se capacita constantemente y de esta manera ayuda a que sus trabajadores realicen estudios desde primaria en adelante, contribuyendo al progreso de la región, consiguiendo un mayor nivel de competencias en sus empleados y aumentando la productividad en sus procesos.

Así mismo, el Gerente se identifica como una persona emprendedora al indicar que:

...Debido a la permanente actualización en todo lo relacionado a su negocio, proveedores, avances tecnológicos, suministros, maquinaria, entre otros, ha llevado a cabo de manera satisfactoria la dirección del negocio familiar de más de treinta años de trayectoria... Considera la innovación como un factor fundamental para permitir el emprendimiento constante, ya que por medio de esta le permite establecerse en un mercado altamente competitivo.

En los últimos cinco años a su cargo ha sobresalido con nuevas propuestas e implementaciones en tecnología y se espera un aumento en rendimiento del 20% y una disminución de consumo de agua en un 50% gracias a la adquisición de maquinaria alemana para su proceso de teñido de poliéster y algodón.

También señala las características por las cuales un emprendedor debe reconocerse como tal, por un lado *“debe poseer carácter, para sobrellevar las dificultades y desafíos del mercado”*, habla de su experiencia en una negociación, donde *“de no ser porque se hizo el debido análisis de las variables, se hubiesen perdido miles de dólares”*, para lo cual recomienda *“estar actualizado con todo lo que sucede en el entorno”*.

Entre los factores de éxito que expresa se encuentra como primera medida *“la constancia como el motor para conseguirlo”*, así como *“empezar desde lo más básico en la empresa, para conocer cada parte de los procesos y así ganarse el respeto y cariño de los trabajadores”*.

Por otra parte, se ha elaborado un cuadro donde se muestran las Innovaciones implementadas, las cuales evidencian la evolución y desarrollo de la empresa, como son:

Tabla 1: Consolidado de innovaciones implementadas en la empresa textil:

Tipo de innovación	Descripción	Especificaciones
Máquinas	-Alta temperatura -Tejido -Jaquard	-Resistencia hasta de 140°C -50rev/min -Selección electrónica de colores y dibujos
Rama termofijadora	Controla la solidez, encogimiento, ancho y peso	-Pasó de 10mt/min a 40mt/min -Antes el control era manual, ahora es automático (contiene 8 campos c/u con control de temperatura)
Hilatura	Materia prima para el tejido	-Antes se abastecían de proveedores externos -Ahora implementan integración vertical (planta propia de hilos)
Acabados especiales	De acuerdo a la necesidad del cliente	-Igualizaciones de color -Protección contra rayos UV -Biopulido -Suavizado -Protección antibacterial -Antinflama -Cardado (felpa)
Ferias ITMA	Exposición Internacional de Maquinaria Textil	Interacción con fabricantes de todo el mundo para la adquisición de nuevas tecnologías y consolidación de sus productos
Centro de desarrollo	Licitación (propuesta de	El cliente lleva la muestra del material que requiere, en el laboratorio se realizan las

	material, cantidad y presupuesto)	pruebas para fabricar la tela y se presenta la propuesta para realizar la orden de pedido
Maquinaria alemana	Teñido de poliéster y algodón	Antes: rendimiento de 8-10hrs de proceso, consumo de agua 8lt/kg Después: rendimiento de 6-8hrs de proceso, consumo de agua 4-5lt/kg Menos contacto humano para disminuir los errores en el proceso

Fuente: elaboración propia con información suministrada por la empresa textil.

Lo anterior da una visión general de los avances en innovaciones, las cuales fortalecen la cadena productiva global [14], como una cadena intensiva en el uso de la mano de obra, cuyo talento permite junto con las innovaciones competir a nivel internacional, creando una ventaja competitiva sostenible dada la innovación, la responsabilidad social empresarial, el cuidado al medio ambiente, procurar la educación de sus empleados y la integración vertical que permite generar economías de escala. Dicha cadena es liderada por las grandes marcas, como en este caso, la empresa textil maquila atendiendo las especificaciones en telas, diseño e innovaciones que le exige Adidas. También, la compañía ha participado en las ferias de maquinaria textil donde se ratifica que el capital fijo con el que cuenta, está a la vanguardia de los cambios tecnológicos. Finalmente, la implementación de un Centro de Desarrollo ampliando su portafolio de servicios ofreciendo desarrollos en productos que los clientes solicitan, por medio de una muestra se realizan las pruebas en laboratorio hasta obtener la tela requerida; de ahí que se considere la innovación como parte fundamental del crecimiento de la empresa, desde sus productos, sus procesos, hasta de sus estrategias de comercialización y la conquista de nuevos clientes y mercados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Frente a la evidencia de la relación entre innovación y emprendimiento señala el emprendedor en cuestión, lo siguiente: *como empresa fabricante se debe saber desde antes de que salga un producto, qué es lo que se necesita para hacer ese producto, es ahí cuando el emprendedor utiliza esas ideas y se prende la chispa para aprovechar nuevas oportunidades de negocio como es atender a diversos clientes tanto locales como extranjeros (grandes marcas de prestigio internacional).*

Por otro lado, se encuentra que los propietarios de pequeñas empresas están preocupados por asegurar un ingreso para satisfacer sus necesidades inmediatas y que normalmente no dedican recursos a la innovación, mientras que propietarios de grandes empresas tienen una mayor motivación y toma de riesgos, inclinándose a la innovación y al cambio [15], lo cual implica una importante canalización de recursos a dichos procesos.

En consecuencia, no sólo en el clúster textil y de prendas de vestir de Moreleón, Michoacán y Jalisco, sino en toda América Latina urge una política expansiva de innovación y competitividad, donde indiscutiblemente invertir en innovación es fundamental para impulsar el crecimiento económico de largo plazo [16], basada en la apertura de micro, pequeña, mediana y grande empresa, generando ventajas competitivas inimitables: innovación en procesos y nuevos productos, actuando con responsabilidad social empresarial, al capacitar a sus empleados para fortalecer el talento humano y la preservación del medio ambiente, así como la integración vertical hacia atrás (creando su propia proveeduría) agilizando los procesos y hacia adelante (organizando la producción de los clientes de marcas reconocidas, las cuales también transfieren a la empresas productoras textiles con las que trabajan conocimiento, tecnología e innovación inimitables).

CONCLUSIONES

Siendo importantes actores económicos y políticos: los directivos y entes gubernamentales, deben replantear sus estrategias con el firme propósito de alcanzar mejores niveles de crecimiento y participación de emprendedores, los cuales puedan aportar ideas y contribuir en la generación de empleo, es a ellos a quienes se les debe incentivar ya que serán quienes impulsen la productividad que conlleva al progreso.

El incentivo a la competitividad, es lo que posibilita a que puedan surgir más empresas que ofrezcan mejores servicios, productos, soluciones y satisfacción de los clientes e impulsen la Innovación en cada una de sus organizaciones, de ahí la importancia de la inversión en I+D para que esta se convierta en un pilar para el progreso de las mismas.

La influencia de la implementación de innovación impulsa y promueve el emprendimiento, hacen de esta relación una favorable combinación y sinergia, por la cual innumerables emprendedores han adoptado como propósito dentro de su planeación estratégica, buscando consigo generar una ventaja competitiva inimitable que les permite posicionarse en el mercado, teniendo en cuenta que la globalización ha abierto el camino para que los empresarios encuentren un océano de oportunidades.

REFERENCIAS

- [1] P. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business Publishing, 1999.
- [2] F. Zhao, *Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation*, vol. 11, *International journal of entrepreneurship behavior and research*, 2005, pp. 25-41.
- [3] P. Herbig, E. Golden y A. Dunphy, *The relationship of structure to entrepreneurial and innovative success*, vol. 1, *Marketing Intelligence & Planning*, 1994, pp. 37-48.
- [4] M. Arroyo y M. Cárcamo, «La evolución histórica e importancia del sector textil y del vestido en México,» *Economía y Sociedad*, vol. XIV, pp. 51-68, 2016.

- [5] V. Perez, F. López y M. Castillo, «Un Distrito Industrial Competitivo: el caso de Moreleón,» *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, vol. 1, nº 1, 2007.
- [6] D. Johnson, «What is innovation and entrepreneurship?.Lessons for large organizations,» vol. 33, *Industrial and commercial training*, 2001, pp. 135-140.
- [7] D. Miller, «The correlates of entrepreneurship in three types of firms,» vol. 29, *Management Science*, 1983.
- [8] M. Crossan y M. Apadyn, «A multi-dimensional framework of orgaizational innovation; a systematic review of the literature,» *Jouma of management studies*, vol. 47, nº 6, pp. 1154-1191, 2010.
- [9] S. Green, M. Gavin y L. Aiman-Smith, Assesing a multidimensionsl measure of radical technological innovation, vol. 42, *Transactions on ENgineering Management*, 1995, pp. 203-214.
- [10] R. Cooper, A multidimensional approach to the adoption of innovation, vol. 36, *Management Decision*, 1998, pp. 493-502.
- [11] H. Martin y F. Terblanche, «Building organizational culture that simulates creativity and innovation,» *European Journal of Innovation Management*, 2003, pp. 64-74.
- [12] D. Lederman, J. Mesina, S. Pienknagura y J. Rogolini, «El emprendimiento en América Latina, muchas empresas y poca innovación,» Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial, 2014.
- [13] UNESCO, «Servicio de Prensa UNESCO,» 2016. [En línea]. Available: http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/how_much_do_countries_invest_in_rd_new_unesco_data_tool_re/.
- [14] G. Gereffi, J. Humphrey, R. Kaplinsky y T. Sturgeon, «Globalisation, Value Chains and Development,» *Institute of Development Studies*, 2001.
- [15] W. Steward, W. Watson y J. Garland, «A proclivity for entrepreneurship:a comparision of entrepreneurs, small business owners and corporate managers,» *Journal of Business Venturing*, 1998, pp. 189-214.
- [16] I. U. C. I. y. s. a. OMPI, «Organización Mundial de la Propiedad Intelectual,» 2016. [En línea]. Available: http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2016/article_0008.html.