

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO UN BINOMIO INDISOLUBLE, EN EMPRESAS COLOMBIANAS

Gómez Suárez, Santiago (1), Cárcamo Solís, María de Lourdes (2)

1 [Facultad de administración de empresas, Universidad Autónoma Latinoamericana] | Email:
[santiago.gomez2746@unaula.edu.co]

2 [Dra. en Ciencias Sociales y Políticas, Profesora de Tiempo Completo en el Departamento de Estudios Multidisciplinarios,
División de Ingenierías, Campus Irapuato-Salamanca, Universidad de Guanajuato] | email: mlcarcamo@ugto.mx |

Resumen

En este proyecto de investigación se relacionan las variables de innovación y emprendimiento como motores de la economía moderna en Colombia. Para esto se tomó una muestra de 182 empresas colombianas de manera intencional, utilizando el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), mediante el paquete estadístico IBM SPSS Amos V. 24. Se concluye que la relación existente entre el emprendimiento y la innovación permite a las organizaciones ser más eficientes en un entorno altamente competitivo.

Abstract

In this project of research the variables of innovation and entrepreneurship are related as engines of the modern economy in Colombia. For this there took a sample of 182 Colombian companies of an intentional way, using the model of structural equations (SEM), by means of the statistical package IBM SPSS Amos, V. 24. One concludes that the existing relation between the entrepreneurship and the innovation allows to the organizations to be more efficient in a highly competitive environment.

Palabras Clave

Emprendimiento, innovación, Empresa, Competitividad, desarrollo.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es la capacidad intrínseca del emprendedor de aprender sobre las oportunidades del mercado, es una manera de pensar, sentir y actuar en búsqueda de crear un proyecto a través de la identificación de ideas y oportunidades. *“Son los emprendedores los que impulsan y dan forma a los procesos de innovación y aceleran cambios estructurales en la economía”* [1]. Factores endógenos como la capacidad física y talento humano que le permitan al *entrepreneur* el mejoramiento de la calidad de vida a través de un plan de negocio.

Por mucho tiempo se creyó que las grandes empresas, la más jerarquizadas, las más complejas, eran las responsables de la generación de empleo, bienestar y satisfacción, lo cual llevo a tenerlas como ídolos...Durante los últimos años, diversas investigaciones han planteado algo muy distinto. [2]

En un mundo cambiante, dinámico y altamente competitivo, el éxito no tiene relación con el costo de la mano de obra o las ventajas comparativas y competitivas tradicionales, la creatividad e innovación son los ejes fundamentales de las nuevas economías y por tanto del desarrollo social. El emprendimiento y la innovación están positivamente relacionadas entre ellas e interactúan para ayudar a la organización a florecer; son complementarios, y la combinación de estos dos, es vital para que la organización sea sostenible y exitosa. [3]

La competitividad y el desarrollo en los diferentes países del mundo tiene sus bases en los ecosistemas de emprendimiento altamente innovadores, estos desarrollos permiten ventajas competitivas determinantes para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos. Los emprendedores crean negocios, estos a su vez generan empleos, intensificando la competencia, lo que puede incrementar la productividad a través de un cambio tecnológico, los emprendimientos en una sociedad se trasladan directamente a los niveles de crecimiento económico y calidad de vida. [4]

Según Martinotti, en América latina existen 60 millones de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que generan 150 millones de empleos, participan en casi el 70% del empleo y son el 97% de los establecimientos...Fundes, en su estudio sobre Colombia, indica que las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) aportan el 37.7% de la producción industrial y entre el 56% y el 70% de las ventas en los sectores servicios y comercio. Además, generan el 48% del empleo industrial y el 70% - 75% del empleo comercial y de servicios. [5]

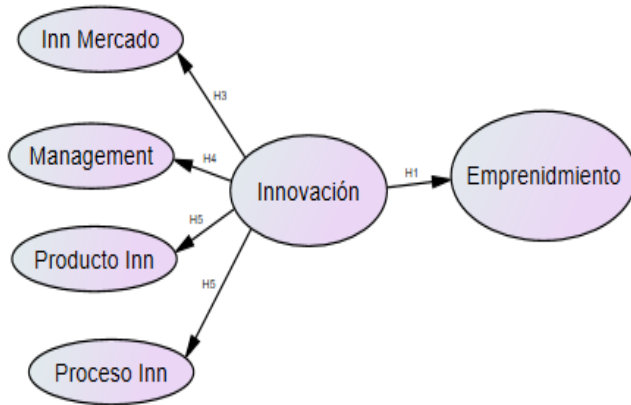
La noción de emprendimiento innovador tiene gran importancia en la cultura moderna, es el cómo los emprendedores toman ideas del mercado usando la técnica y la ciencia, logrando innovaciones en productos y servicios, permitiendo el acceso a nuevas tecnologías. Se ha generado una conciencia global en donde la prosperidad económica está estrechamente relacionada con la destreza de la economía, para introducir de forma eficiente productos o servicios originales, apoyándose en procesos comercialmente exitosos. “Se advierte que la nueva producción de conocimiento, las innovaciones, la renovación del conocimiento, la creatividad de los trabajadores son el impulsor principal de la sociedad, así como de la competitividad.” [6]

El **objetivo** central de la investigación es analizar cómo la innovación y el emprendimiento están íntimamente correlacionadas, siendo así el emprendimiento innovador el motor de la economía moderna en Colombia. De este objetivo se derivan las siguientes hipótesis:

Hipótesis

- H₁. El uso de la innovación influye positiva y significativamente en el emprendimiento.
- H₂. Existe una correlación positiva y significativa entre la Innovación y el emprendimiento.

Figura 1. Modelo Estructural hipotético innovación y emprendimiento.



Fuente: Elaboración Propia

H₃. El uso de la innovación influye positiva y significativamente en el mercado.

H₄. El uso de la innovación influye positiva y significativamente en el *Management*.

H₅. El uso de la innovación influye positiva y significativamente en los procesos.

H₆. El uso de la innovación influye positiva y significativamente en los procesos.

Para evaluar las Hipótesis anteriormente mencionadas se realizó un modelo de ecuación estructural en el software AMOS V. 24.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de este proyecto se realizó una encuesta con una muestra total de 182 participantes, de los cuales 52.2% son hombres y 47.8% son mujeres, 1.1% tienen menos de 20 años, 41.2% están ubicados entre los 21 a 30 años, 40.1% se encuentran entre los 31 a 40 años, 13.7% de los encuestados se posicionan entre los 41 a 50 años el restante de 3.8% tiene más de 50 años.

Se haya en las encuestas que el 32.4 % de los encuestados, se encuentra en el sector comercio, mientras el 9,9% en la industria y el 57.7 % en servicios. En cuanto al tamaño de las empresas, el 19.8% de los encuestados pertenecen a una compañía con menos de 10 empleados, 13.7% en una organización que cuenta de 11 a 50 empleados, 11.5% en una compañía que cuenta de 51 a 100 empleados y el 54.9% en empresas con más de 101 empleados. El nivel de escolaridad de los encuestados está distribuido de la siguiente manera; 7.1% tiene secundaria o preparatoria, 90.1% técnico o universitario y el 2.7% cuenta con maestría.

El tipo de muestreo fue no probabilístico intencional, en cuanto a el enfoque metodológico cuantitativo y explicativo, observacional y transversal; los criterios de inclusión de la muestra fueron hombres y mujeres con al menos un año de participar en un emprendimiento. Usando un modelo estructural (SEM) a través de IBM SPSS Amos V. 24. Para ello se empleó una muestra de 182 encuestas virtuales seleccionadas con las variables de liderazgo, clima organizacional, cultura, innovación, rendimiento de la organización, rendimientos no financieros, uso de las redes sociales y emprendimiento. Se seleccionan empresas ubicadas en Colombia, direccionando la encuesta a cargos estratégicos y tácticos; la finalidad es observar el vínculo entre el emprendimiento y la innovación.

Instrumento

Innovación: Para medir esta variable se usaron 8 preguntas en el cuestionario de las cuales: dos estaban relacionadas con el mercado, dos con el producto, dos con *management*, dos relacionados con los procesos, esta encuesta emplea una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 representa “totalmente en desacuerdo” y 5 representa “totalmente de acuerdo”, mostrando una confiabilidad ($\alpha = 0,950$) satisfactoria.

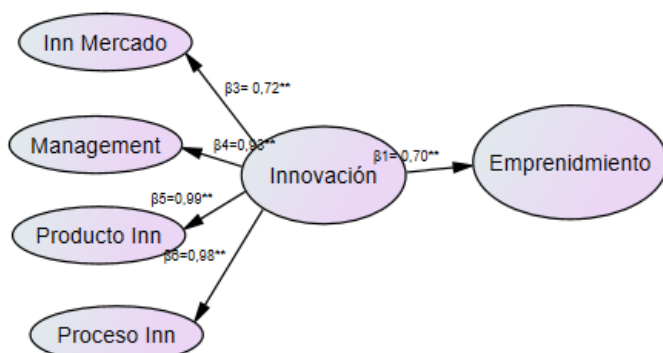
Emprendimiento: Para medir esta variable se tomaron 6 preguntas relacionado con: desempeño, volumen de ventas, crecimientos de las ventas, participación en el mercado, productividad, beneficio operativo, esta encuesta emplea una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 representa “total mente en desacuerdo” y 5 representa “totalmente de acuerdo”, mostrando una confiabilidad ($\alpha = 0,934$) satisfactoria. [7]

Tabla 1: Estadística descriptiva: promedios, desviación estándar, varianza y correlaciones de las variables

Variables	Media	DS	Varianza	Innovación	Emprendimiento
Innovación	4,0659	0,90088	0,812	1000	,661**
Emprendimiento	5,7115	1,20005	1,44	,661**	1000

Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Cargas estructurales del modelo estructural hipotético



Fuente: Realización Propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para evaluar el modelo de ecuación estructural (SEM), se consideró Chi-cuadrado ($X^2=130,258$; $gl = 48$); como la prueba Chi – Cuadrado ($X^2/gl = 2,713$; $p \leq 0.05$), Al igual que el índice de ajuste comparativo (TLI = 0,953 y CFI = 0,965) y la aproximación de la raíz del error cuadrático medio (RMSEA = ,097) siendo un modelo aceptable. [8]

A través de la figura 2, la relación entre innovación y emprendimiento de acuerdo con las cargas estructurales del modelo es positiva y significativa ($\beta_1 = 0,70$; $p \leq 0.01$) lo que

conlleva a aceptar la H1, en ese sentido se demuestran que existe evidencia estadística para confirmar que el uso de la innovación influye positiva y significativamente en el emprendimiento.

Así mismo existe una correlación positiva y significativa [9] entre las variables latentes [10]: Innovación y emprendimientos, medida a través del coeficiente de correlación de Pearson como se muestra en la tabla 1 demostrando así la H2.

Igualmente, la relación entre innovación y el mercado es positiva y significativa ($\beta_3 = 0,72$; $p \leq 0.01$), por lo que se acepta la H3, se demuestra estadísticamente que la innovación influye positiva y significativamente en el mercado. La relación entre Management e Innovación es positiva y significativa ($\beta_4 = 0,98$; $p \leq 0.01$), por lo que acepta H4, se demuestra estadísticamente que el uso de la innovación influye positiva y significativamente en el Management. La relación entre producto y innovación es positiva y significativa ($\beta_5 = 0,99$; $p \leq 0.01$) por lo que se acepta H5, se demuestra estadísticamente que el uso de la innovación influye positiva y significativamente en los procesos. La relación entre proceso y innovación es positiva y significativa ($\beta_6 = 0,98$; $p \leq 0.01$), lo que demuestra estadísticamente que el uso de la innovación influye positiva y significativamente en los procesos de la organización.

Esta relación entre la innovación y el emprendimiento demostrada estadísticamente es coherente con las reflexiones preliminares acerca de como su combinación permite el éxito y desarrollo de las organizaciones en un mundo altamente competitivo.

CONCLUSIONES

Según la investigación desarrollada se puede inferir que la relación existente entre el emprendimiento e innovación en las organizaciones colombianas se relacionan, generando cambios endógenos y exógenos positivos para las mismas, por lo que se puede concluir que:

1. La innovación de productos y la mejoras en los mismo introducida en las empresas está relacionada con el volumen de ventas que tiene la compañía en comparación con sus principales competidores dentro de la misma industria en los últimos tres años.
2. La innovación en los procesos está relacionada con los atributos en las dimensiones de innovación y emprendimiento en la organización, se relaciona positivamente con la productividad en relación con los competidores del mercado.
3. La innovación en la publicidad está relacionada con el volumen de ventas de la empresa con sus principales competidores dentro de la misma industria.
4. Los emprendedores les dan menos peso a las variables de *management* y mercado pudiendo ser la razón de bajo nivel de supervivencia de los startups en Colombia.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Álvaro Gómez, Ana Iía Suárez, Juan Gabriel Suárez, Marta Isabel Martínez por su incondicional ayuda y apoyo. A la Universidad Autónoma Latinoamericana por años de conocimiento en la ciencia administrativa. A la Universidad de Guanajuato por la oportunidad de presentar el presente proyecto en México y a los doctores María de Lourdes Cárcamo Solís, Jorge Armando López Lemus por la paciencia y conocimiento.

REFERENCIAS

-
- [1] Collado, V. R. (2016). *Emprendimiento e Innovación Desde un enfoque universitario*. Panamama: Universidad Tecnologica de Panamá.
 - [2] Rodrigo Varela V., P. D. (2008). *Innovación Empresarial Arte y Ciencia en la creación de empresa -- 3 ed -- (3 ed.)*. (M. F. Castillo, Ed.) Cali , Colombia: Pearson Educación de colombia, Ltda. pag 32
 - [3] Zhao, F. (2005). "Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation", *International Journal* <https://doi.org/10.1108/13552550510580825>. pag 25
 - [4] Acs, Z. J. (2006). *How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth?* pag 97
 - [5] Rodrigo Varela V., P. D. (2008). *Innovación Empresarial Arte y Ciencia en la creación de empresa -- 3 ed -- (3 ed.)*. (M. F. Castillo, Ed.) Cali , Colombia: Pearson Educación de colombia, Ltda. Pag 37
 - [6] Gutiérrez, J. S. (2015). *Sustentabilidad e innovación como*. Zapopan, Jalisco: Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. Pag 15
 - [7] L. J. CRONBACH, Coefficient alpha and internal structure of test. *Psycho-metrica*, Illinois: University of Illinois, 1951, pp. 297 - 335. Pag 16
 - [8] Rigdon, Edward. (1996). CFI versus RMSEA: A comparison of two fit indexes for structural equation modeling, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 3(4), 369-379. doi: 10.1080/10705519609540052
 - [9] Bonett, Douglas y Wright, Thomas. (2000). Simple size requirements for estimating Pearson, Kendall and Sperman correlations. *Psychometrika*, 65(1), 23-28. doi: <https://doi.org/10.1007/BF02294183>
 - [10] Pearson, E. (1931). The test of significance for the correlation coefficient. *Journal of the American Statistical Association*, 26, 128-134. doi: 10.1080/01621459.1931.10503208