

# EL EMPRENDIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA



Autor:

Richard Peñaloza Gómez

Ensayo presentado como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia

Asesor:

CÉSAR PINZÓN

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

BOGOTÁ D.C., 2019

## EL EMPRENDIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA

*Richard Peñaloza Gómez*

Universidad Militar Nueva Granada

Notas del Autor:

Nombre, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Militar Nueva Granada

Profesor: César Pinzón

La correspondencia relacionada con este ensayo debe ser dirigida a *Richard Peñaloza Gómez*

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Militar Nueva Granada, Calle 100

Carrera 11, Bogotá D.C., Colombia

Contacto: [u6502203@unimilitar.edu.co](mailto:u6502203@unimilitar.edu.co)

Bogotá D.C., 2019

## **TABLA DE CONTENIDO**

1. Introducción.....	6
1.1.Contexto.....	7
1.2.Estado del Arte.....	11
1.3.Planteamiento del problema.....	13
2. Objetivos .....	14
2.1.Objetivo General.....	14
2.2.Objetivos específicos.....	14
3. Marco teórico .....	15
4. Discusión.....	18
5. Conclusiones .....	20
6. Recomendaciones.....	21
7. Referencias .....	22

## **Resumen**

La presente investigación abarca un análisis sobre las razones fundamentales para emprender en Colombia. Este estudio requirió del rastreo de diferentes investigaciones a nivel nacional e internacional, partiendo desde la premisa de buscar estudios, artículos y demás herramientas que permitan identificar las ventajas que genera el emprendimiento. De esta forma, se logró reconocer que no existe un estudio que responda dicha pregunta, por consiguiente, se realizó el rastreo referente al tema, dando como resultado que el emprendimiento es una actividad que permite desarrollar ventaja competitiva para quienes la ejerzan, teniendo en cuenta que la ventaja competitiva, según Porter (1991), es la delantera que imponen los países, empresas e incluso las personas mismas ante otros, generando valor a largo plazo. La conclusión de esta investigación es que Colombia es un país con gran potencial emprendedor, debido a la disposición de sus ciudadanos para la generación, materialización y sostenimiento de nuevas ideas de negocio. Adicional, se considera el emprendimiento como una herramienta de desarrollo económico y social. Para finalizar, se plantean algunas recomendaciones generales para dar mayor entendimiento y continuidad a la investigación.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Ventaja, Ventaja Competitiva, Competitividad.

## **Abstract**

This research covers an analysis of the fundamental reasons to undertake in Colombia, which required the tracking of different investigations at national and international level.

Starting from the premise of looking for studies, articles and other tools that identify the advantages generated by the venture. In this way, it was possible to identify that there is no study that answers that question, therefore, the respective inquiries were made with respect to the subject, resulting in the entrepreneurship being an activity that allows developing competitive advantage for those who exercise it. Taking into account that the competitive advantage according to Porter (1991) is the lead imposed by countries, companies and even people themselves before others, generating long-term value.

From the above it could be concluded that Colombia is a country with great entrepreneurial potential, due to the willingness of its citizens to generate, materialize and sustain new business ideas. Additionally, entrepreneurship is considered a tool of economic and social development.

Finally, some general recommendations are presented to give greater understanding and continuity to the investigation.

**Keywords:** Entrepreneurship, Advantage, Competitive Advantage, Competitiveness.

## **1. Introducción**

En este artículo se muestran algunos resultados de la investigación, *El emprendimiento como ventaja competitiva*, desarrollado en la ciudad de Bogotá – Colombia, con el fin de resaltar los beneficios que ofrece generar diferentes emprendimientos en el país. Para ello, se rastrearon diferentes investigaciones en las que se estudiaba el tema de emprendimiento, pero no directamente relacionado con sus ventajas competitivas. Así mismo, se estudió el contexto histórico, social y económico para entender el estado actual del tema a tratar. Se definieron los términos más relevantes dentro de la investigación para dejar claro el relacionamiento que existe entre los conceptos tratados; adicionalmente, se generó la discusión entre *emprendimiento* y *ventaja competitiva*, según los diferentes autores citados lo cual tuvo como objeto dar una breve explicación de cómo actúan por separado y su reacción al trabajar como un concepto uniforme. Finalmente, se concluyó con los aspectos más importantes de la investigación y se recomendaron algunas opciones complementarias al tema.

## 1.1.Contexto

### 1.1.1 Contexto Histórico:

En este contexto, se citará a (Matiz, 2009) quien en su artículo denominado Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. Manifiesta que se tomaron en cuenta tanto las publicaciones de artículos y revistas especializadas en esta temática, al igual que los métodos más utilizados por autores e investigadores. *“Tal como lo mencionan variados autores, el emprendimiento o entrepreneurship es un área del conocimiento aún nueva en el marco global de la investigación”*. (Matiz, 2009. p. 1), citando a (Veciana 1999, Cooper 2003). Lo anterior se puede interpretar como una aglomeración de teorías, conceptos y definiciones que conllevan a estructurar el significado de emprendimiento y su situación a través del tiempo.

Otros lo clasifican como un tema adolescente (Low 2001). Tal y como lo define Matiz Durante los últimos años varios investigadores se han hecho interrogantes sobre la orientación y características de la investigación en emprendimiento, como una nueva área del conocimiento que poco a poco cobra mayor importancia en el concierto académico a nivel mundial; evaluando desde la frecuencia o número de artículos e investigaciones publicadas, hasta las principales temáticas desarrolladas y las metodologías más utilizadas en esta área de la investigación. (Matiz, 2009, p. 172)

A nivel Colombia, (Matiz, 2009) lo define como:

“El emprendimiento como investigación al igual que lo encontrado en la literatura anteriormente relacionada aún se encuentra en desarrollo en el entorno académico colombiano, prueba de ello es la existencia de grupos de investigación relacionados a esta temática; en la actualidad Colciencias (Departamento Administrativo de

Ciencia, Tecnología e Innovación) entidad gubernamental dedicada al apoyo y seguimiento a la investigación”. (Matiz, 2009, p. 176).

Se puede concluir que, tanto a nivel global como a nivel país, el emprendimiento se encuentra en una etapa de crecimiento constante, atrayendo el interés de diferentes instituciones: empresariales, académicas, sociales, gubernamentales entre otras, lo cual, permite identificar un área altamente aprovechable gracias a su constante crecimiento.

### 1.1.1 Contexto Social:

Colombia cuenta con cifras representativas dentro del *Ager* (Reporte Global de Emprendimiento [según sus siglas en inglés], (2017), el cual califica a este país como altamente interesado y comprometido con el emprendimiento, con el 90% de actitud positiva para dedicar tiempo a emprender una idea de negocio, superando a la muestra global (57% de compromiso), y referenciando así, que el potencial de emprendimiento en el país es evidente (Oyarzo, 2013). La disposición que se presenta en Colombia para materializar o, por lo menos, intentar desarrollar una idea de negocio, sobrepasa por mucho la media global, lo que indica que la cultura en Colombia tiene como característica, ser emprendedora.

Por otro lado, aunque más del 30% de los colombianos emprende por necesidad, el Gobierno busca escalar estas iniciativas empresariales. Las motivaciones que inducen a una persona a darle vida a una iniciativa empresarial son diversas, pero el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) las clasifica en dos grupos. El primero es el *emprendimiento de oportunidad* en el que las personas desean independizarse y, por ende, mejorar sus ingresos. El segundo es el *emprendimiento de necesidad* en el que un hombre o mujer no tiene otra opción laboral y este se convierte en su medio de subsistencia.

(Profesión Líder, 2018). Si se conoce el tipo de emprendimiento que se desarrolla, es posible generar facilidades y modelos adecuados para cada uno, logrando que los dos grupos de emprendedores puedan generar mayor valor a su desarrollo económico.

#### 1.1.1 Contexto Económico:

La percepción de los colombianos frente al apoyo externo que reciben a la hora de emprender es positiva o promedio, en comparación con el resto del mundo. El 30% piensa que los impuestos son un factor manejable, cifra que a nivel global es del 20%; el 58 % dice que la tecnología disponible facilita el espíritu emprendedor a diferencia de los resultados globales que oscilan en el 48%. En cuanto a las habilidades requeridas para emprender, los colombianos encuentran en el sistema de educación del país una herramienta para esta acción, ya que el 42% dice que en los colegios y universidades enseñan los factores necesarios para el emprendimiento, a nivel global este porcentaje está en un 40%. (Profesión Líder, 2018). Cuando se conoce la percepción de la población con respecto al contexto económico, es posible atacar y mitigar algunas de las barreras que se pueden presentar a nivel económico en los emprendimientos que están comenzando con su desarrollo.

Es indispensable resaltar, según (Matiz 2009), que la evolución de la temática del emprendimiento ha servido como campo para la investigación científica y la generación de conocimiento, sin embargo, esta temática aún emergente en el mundo todavía se encuentra en etapa de desarrollo en países como Colombia, cuyo crecimiento se centra, básicamente, en la última década. Esto, en gran medida, se debe a los exigentes requerimientos de las entidades reguladoras tanto de la academia como de la investigación. Es, durante estos últimos diez años, que los gobiernos nacionales y regionales, las entidades privadas, los

gremios y por supuesto el sector académico. Han orientado parte de sus esfuerzos en la difusión y desarrollo de programas enfocados a la generación de nuevas empresas como una adecuada e importante alternativa para el trabajo en el desarrollo socioeconómico.

## 1.2.Estado del Arte

Realizando el rastreo y búsqueda de las diferentes investigaciones, se descubre en la primera investigación que (Molina, López y Contreras, 2014) en su artículo “El emprendimiento y crecimiento de las Pymes”, expresa las bases de aproximación a la postura teórica del emprendimiento regional que intenta aclarar los diversos factores que se pueden presentar no solo en el arranque del emprendimiento sino también en el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Así las cosas, lo anterior permite definir los obstáculos o barreras que podemos encontrar en la creación de emprendimientos y los factores que impiden el crecimiento de las Pymes.

Por otro lado, Briceño, L. A. (2016), en su artículo Desafíos de la política de innovación colombiana frente a las Pymes, define que la promoción de la innovación y la tecnología para los sectores de PYMES es baja, generando, como resultado, que gran porcentaje de dichas empresas no sean innovadoras, por consiguiente, es difícil que puedan sobrevivir comercialmente más allá de los 5 primeros años. Hay que destacar la importancia de las políticas públicas en el desarrollo de las PYMES y los beneficios que traerían al país. Lo anterior permite deducir que los factores de innovación en las acciones de emprendimiento son de gran relevancia al momento de ejecutar actividades de crecimiento en las empresas.

Y finalizando, con la tercera investigación de Sung y Duarte (2015), en su artículo: El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos, fundamentan que la falta de trabajo y oportunidades son comunes en Iberoamérica. Por lo cual, la generación de pequeñas empresas son la fuente de empleo más factible, obteniendo crecimiento y desarrollo con el fin de atacar la pobreza y el desempleo. Lo anterior trata de interpretar al emprendimiento como una herramienta para el desarrollo económico y social de los países.

En conclusión, a raíz de las distintas investigaciones se puede obtener que la creación de empresa facilita, mejora y abastece la economía de los países, siendo las Pymes protagonistas de dicha afirmación, la innovación y las políticas públicas son de gran importancia durante este proceso, señalando que existen barreras para emprender pero que existen diversos factores que permiten derribar dichas barreras y ejecutar todas aquellas acciones que permitan descubrir por qué emprender; en este caso, ¿Por qué emprender en Colombia? Es el desafío que asume esta investigación, detallando que las distintas investigaciones no generan un concepto claro y específico que responda la anterior incógnita.

### 1.3. Formulación del Problema

Después de rastrear estas investigaciones se puede decir que: el problema de investigación es: ***No existen investigaciones que evidencien el emprendimiento como ventaja competitiva en Colombia.***

## **2. Objetivos**

### 2.1. Objetivo General:

Analizar las ventajas competitivas que genera el emprendimiento en Colombia para el desarrollo personal y empresarial.

### 2.2. Objetivos Específicos:

- Definir claramente el concepto de emprendimiento.
- Describir cual es la ventaja competitiva que se presentan con el emprendimiento en Colombia.

## **3. Marco Teórico**

El emprendimiento en Colombia presenta cifras altamente positivas, según el estudio GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2014) con referente a la disposición de sus habitantes para desarrollar una idea de emprendimiento, no obstante, se presentan barreras al momento de querer iniciar un negocio y en distintos casos “el emprendedor” opta por abandonar su idea de negocio o simplemente no materializarla, así las cosas, es preciso encontrar una alternativa diferente a las dos anteriores, una opción que permita ver más allá de las circunstancias y resalte los beneficios y oportunidades que se pueden desprender de una acción de emprendimiento.

Desde el trabajo de Cantillón (1755) hasta el trabajo realizado por Shane y Venkataraman (2000), se ha relacionado el emprendimiento con el descubrimiento de oportunidades rentables. Estos últimos autores toman la definición de oportunidad de

Casson (1982) y declaran que “*las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización, pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costos de producción*” (Casson, 1982, p.112). A lo que se puede concluir que: el emprendimiento es la herramienta que nos permite descubrir oportunidades que generen rentabilidad en el marco del aprovechamiento de los recursos eficientemente con el fin de crear, mejorar u optimizar un producto o servicio en el mercado.

Emprendimiento en Colombia:

Tal como lo establece Gómez y Mitchell (2014), el emprendimiento en Colombia favorece al proceso de migración hacia un nuevo terreno de juego, con grandes desafíos, pero con perspectivas altamente favorables y oportunidades de crecimiento. Competencia entre bienes y servicios con un nivel de valor agregado bajo en países de menores ingresos. Colombia está transitando hacia un país moderno, con mercados abiertos y competidores más sofisticados. Interpretando a los autores, Colombia se encuentra en un proceso de evolución hacia la sofisticación del proceso de emprendimiento y creación de nuevas y mejoradas empresas.

Ventaja competitiva: (Porter, 1991) formula una descripción en su libro, la ventaja competitiva de las Naciones, sobre el concepto de ventaja competitiva. “*Considerada por algunos como un fenómeno macroeconómico, movido por factores variables como los tipos de cambio, las tasas de interés y el déficit gubernamental (...)*”. (Porter, 1991, p. 84). De igual forma, existen otros pensamientos que sostienen que la competitividad está en función de la mano de obra barata y abundante. Después de ver lo expuesto, existen diferentes aspectos que interfieren en el concepto de competitividad, la ventaja que impone

competitivamente un país sobre otro. Se puede llegar a percibir que existen muchos más aspectos que actúan en la medición de dicho concepto.

Una vez más, Porter, (1991) describe, desde otro punto de vista, que la competitividad depende de la cantidad de recursos naturales que pueda tener una nación. No obstante, existe una serie de países (entre ellos Alemania, Japón, Suiza, Italia y Corea), que no cuentan con la riqueza y variedad natural de países como Colombia, Brasil, México entre muchos otros. Países que tienen que importar la mayoría de sus productos en materia prima. Es algo irónico que los países con recursos naturales muy limitados tengan mayor desarrollo y sostenibilidad, como es el caso de Corea, el Reino Unido y Alemania.

Lo que se puede interpretar, es que el emprendimiento arroja cifras muy positivas en cuestión de emprender. Se considera como el descubrimiento de oportunidades rentables, eso como un concepto general, ahora bien, en Colombia se genera un interés particular por migrar a un terreno de acción totalmente nuevo, con el fin de ofrecer productos y servicios con un nivel de valor agregado promedio en países de ingresos medianamente bajos. Entonces se puede evidenciar que existe una oportunidad rentable (emprendimiento) en un país como Colombia con aras de expandir y evolucionar sus modelos de negocio innovando inversamente. Por consiguiente, se reitera la intensión de generar la debida investigación sobre el: ¿Por qué emprender en Colombia? Conociendo la ventaja competitiva que se genera gracias al emprendimiento.

#### **4. Discusión**

Para comenzar, y tomando en cuenta el concepto general de emprendimiento planteado por Cantillón (1755) y Shane, Venkataraman (2000), Se puede establecer: que el descubrimiento de oportunidades rentables, en cuestión de productos y servicios, se logra a través del emprendimiento; en términos más sencillos, se puede interpretar como el método más eficaz de encontrar oportunidades para el aprovechamiento de los recursos eficientemente con el fin de crear, mejorar u optimizar un producto o servicio en el mercado. Obteniendo una rentabilidad a partir del mejoramiento, creación o innovación de bienes, servicios e incluso procesos dentro de la empresa. Ello significa que al ejecutar una idea de negocio se abren puertas de acceso a mejoras continuas, tales como la independencia laboral y económica, ofertar nuevos productos, expandir diversos mercados entre otros.

De otra manera, vale la pena recalcar el papel que desempeña la competitividad como ventaja derivada del emprendimiento, al crear valor propio, se generan delanteras en el mercado, dado que no se crea continuidad con el modelo tradicional de buscar empleo y conservarlo hasta la vejez. Además, Porter (1991) establece el concepto de competitividad como los aspectos y habilidades mejoradas que presenta un país comparado con otro; así mismo, se puede establecer en las empresas, incluso las personas, cuando poseen habilidades que los hacen acreedores de un nivel más alto de competencia.

Si el contexto de emprendimiento se entiende como la creación de ventajas competitivas. En el caso de Colombia, según Gómez y Mitchell (2014). Se logra apreciar, que el país se encuentra estableciendo un modelo de transición hacia mercados con niveles adquisitivos más bajos, con el fin de ofrecer bienes y servicios de buena calidad que se

adapten a las necesidades encontradas en los sectores mencionados. Se crea rentabilidad, a partir del descubrimiento de una oportunidad de emprendimiento.

Finalmente, Se puede establecer una relación entre la creación de ventaja competitiva a través del emprendimiento, arrojando cifras muy positivas y convincentes para acceder a la materialización de ideas de negocio.

## **5. Conclusiones**

- En suma, las posibilidades de incentivar el emprendimiento en Colombia son favorables debido a la disposición que presentan sus ciudadanos para materializar una idea de negocio.
- Colombia es un país que apoya e impulsa el emprendimiento como alternativa económica y social.
- El emprendimiento es la mejor forma de generar ventaja competitiva frente a la dinámica del mercado gracias a que el comercio se diversifica y surgen nuevas soluciones a las necesidades del consumidor.
- La innovación inversa que está aplicando Colombia en países de bajos niveles económicos resulta favorable para las nuevas iniciativas empresariales.
- Existen diversas fuentes de financiamiento para la creación de empresa en Colombia.
- Las cifras que presenta el país, en cuestión de cultura emprendedora, son altas a comparación del estándar global.

## **6. Recomendaciones**

- Profundizar los estudios realizados para complementar aspectos importantes del tema como, por ejemplo, los requisitos o pasos para emprender en Colombia.
- Establecer dinámicas de aprendizaje, evaluación y sostenimiento con referente a la construcción de nuevas empresas.
- Se recomienda tener en cuenta a los autores citados para complementar y profundizar los temas de emprendimiento y ventaja competitiva.
- Definir inicialmente si la idea de emprendimiento que se tiene se acopla a los sistemas de transición que está implementando el País.
- En cuestión de implementar el emprendimiento en las empresas, se sugiere establecer un diferencial que genere valor competitivo con el fin de incentivar las nuevas ideas de negocio dentro de la organización.

## 7. Referencias Bibliográficas

- Matiz B, Francisco Javier. (2009). *Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento*. Colombia: Revista Escuela de Administración de Negocios.
- Low, Murray B. (2001). The adolescence of entrepreneurship research: *Specification of Purpose*. Estados Unidos: UMI Article Clearinghouse
- Molina Sanchez, Ruben. Lopez Salazar, Alejandra. Contreras Soto, Ricardo. (2014). *El emprendimiento y crecimiento de las pymes*. Mexico: Acta Universitaria Multidisciplinary Scientific Journal.
- Briseño Marin, Leonardo Andrés, Morales Rubiano, María Eugenia. (2017). *Desafíos de la política de innovación colombiana frente a las pymes*. Colombia. Revista Ciencias Estrategicas.
- Sung, Park. Duarte Masi, Sergio. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. Paraguay. Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales.
- Venkataraman, Shane. (2000). *La Promesa del Emprendimiento como Campo de Investigación*. EE.UU. Academy of Management.
- Casson, Mark. (1982). El emprendimiento: una teoría económica. Inglaterra. Journal of Economic Behavior y Organization.
- Gómez, Hernando Jose, Mitchell, Daniel. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia - Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018. Colombia. Cuadernos Fedesarrollo.
- Porter, Michael. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. EE.UU. Revista Facetas N° 91