

La innovación que caracteriza a los emprendedores en Colombia. ¿Aplica a la hora de diseñar su tipo de organización?

The innovation that characterizes entrepreneurs in Colombia. Does it apply when designing your type of organization?



Camilo Castaño Martínez

Administrador de empresas. Maestría en docencia universitaria. Aspirante a título de doctorado en administración. Decano encargado de la Facultad de Ciencias Tecnológicas de la Decanatura de División de Educación Abierta y a Distancia de la Universidad Santo Tomás. Par académico del Ministerio de Educación Nacional.

Correo electrónico: camilocastano@ustadistancia.edu.co

Diana González Santos

Contadora pública. MBA en dirección y administración de empresas. Especialista en revisoría fiscal. Aspirante a doctorado en administración. Docente en pregrado y postgrado en diferentes Instituciones de Educación Superior.

Correo electrónico: diana.gonzalezs@ustadistancia.edu.co

Resumen

Múltiples son las iniciativas de emprendimiento que atienden la demanda actual de los mercados, estas, deben garantizar un crecimiento sostenible amparado por los modelos de innovación social inyectados en sus modelos de negocio. El crecimiento anteriormente citado debe estar soportado por la adecuada gestión del capital humano, variable que juega un papel protagónico en la continuidad del emprendimiento. El presente documento pretende enlazar el modelo de emprendimiento, innovación y tipo de organización desarrollado por 19 emprendedores en la ciudad de Bogotá en los meses de octubre y noviembre del año 2017, el análisis de las variables que determinan el tipo de organización concebida en cada una de sus iniciativas.

Palabras clave: emprendimiento, tipo organización, innovación, empresas socialmente sostenibles.

Abstract

There are multiple entrepreneurship initiatives that meet the current demand of the markets; These initiatives must guarantee sustainable growth supported by innovation models injected into their business models. The aforementioned growth must be supported by the adequate management of human capital, a variable that plays a leading role in the continuity of entrepreneurship. This document aims to link the entrepreneurial model, innovation and type of organization developed by 19 entrepreneurs in the city of Bogotá and the analysis of the variables that determine the type of organization conceived in each of its initiatives.

Keywords: entrepreneurship, type of organization, innovation, socially sustainable companies.

Introducción

En entornos dinámicos y cambiantes, el ser humano manifiesta una serie de necesidades, expectativas e insuficiencias que hasta hace unos pocos años eran imperceptibles en su vida cotidiana; estas necesidades asociadas con la satisfacción del individuo, representan un enriquecido terreno para aquellas iniciativas empresariales que día tras día buscan el crecimiento empresarial atendiendo las nuevas demandas del entorno utilizando como factor diferencial, la innovación.

Cuando hablamos de innovación podríamos recurrir a un sin número de autores y textos que pretenden describir y enmarcar este concepto, situación que resulta compleja, dada la extensión y el alcance de la misma; sin embargo y apelando a la conceptualización del concepto Peter F. Drucker en su artículo “La disciplina de la innovación” define la innovación como:

la función específica del emprendimiento, ya sea en una empresa existente, en una institución de servicio público o en un nuevo negocio comenzado por un individuo solitario en la cocina de su casa. Es el medio a través del cual el emprendedor crea nuevos recursos generadores de riqueza o dota a los recursos existentes de mayor potencial para crearla. (Drucker, 2004)

La definición de innovación anteriormente citada permite conectar el modelo de emprendimiento con el de innovación, ubicando la innovación como un puente o medio de generación de fuentes de ingreso y crecimiento y como se mencionaba al inicio del presente documento como herramienta generadora del factor diferencial que le permitirá al emprendedor una continuidad viable de su modelo de negocio.

Ahora bien, aplicando el contexto de estudio se hace necesario identificar si la innovación aplicada a los productos y servicios ofrecidos por empresa-

rios nacientes¹ y nuevos empresarios² (innovación requerida para la supervivencia de sus iniciativas en el mercado actual), es consecuente y coherente con el tipo de organización diseñada, en términos estructurales y de administración del capital humano que soporte la operatividad de su iniciativa.

Bajo el anterior escenario y con el ánimo de identificar el grado de innovación aplicado por los emprendedores en la ciudad de Bogotá, respecto a la estructura organizacional de su modelo de negocio y específicamente en la administración del capital humano de cada una de sus iniciativas, se desarrolló un estudio que permitió identificar la tendencia de emprendedores en la variable estudiada, guiados por la Universidad EAN, a través del Instituto para el Emprendimiento Sostenible y la Universidad Santo Tomas, a través del proyecto de investigación aún en desarrollo, denominado “Impacto de un modelo de negocio, aplicado a emprendimientos sociales en el barrio Chapinero de la ciudad de Bogotá para los meses de octubre y noviembre del año 2017”.

En los mencionados estudios y a través de una encuesta estándar, se identificaron las variables más representativas que son observadas por los emprendedores encuestados respecto a la gestión del capital humano y no es para menos cuando:

la globalización, el rápido desarrollo de la tecnología de la información, la competencia desenfrenada, la necesidad de reducir costos, el énfasis en el cliente, la calidad total y la necesidad de competitividad constituyen poderosos efectos que el

1. Empresario naciente: porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha realizado alguna actividad específica en la creación de la nueva actividad empresarial, pero solo ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por menos de tres meses (GEM, 2017).

2. Empresarios nuevos: porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado al frente de su iniciativa empresarial y ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por más de tres meses, pero por menos de 42 meses (3,5 años) (GEM, 2017).

área no puede ignorar. De este modo, si el mundo cambió y las empresas también cambiaron, el área de RH debe acompañar estos cambios. En muchas organizaciones el área de RH va al frente, como punta de lanza del cambio organizacional; en otras, es el obstáculo que impide el ajuste a las nuevas condiciones del mundo moderno. (Chiavenato, 2009)

Marco teórico

Con el ánimo de contextualizar el tema abordado, se hace necesario fraccionar la conceptualización en tres frentes: el primero, asociado con el emprendimiento bajo un entorno global y de manera posterior aterrizado en Colombia; el segundo, asociado con la innovación; el tercero, asociado con los tipos de organización documentados y más representativos.

Emprendimiento

Para abordar el emprendimiento, se hace necesario realizar una aproximación primaria a la definición de emprendimiento que puede ser concebida como:

la palabra emprendimiento viene del francés “*entrepreneur*”, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. (Jaramillo, 2008)

Como se puede deducir a través de la citada conceptualización, el emprendimiento no corresponde a una práctica contemporánea o emergente, puede ser enmarcada desde la propia evolución del entorno de décadas atrás, atendiendo o creando necesidades a través de la detección oportuna de dichas necesidades y la estructura necesaria para

que sean entendidas; referentes del pensamiento como Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say, Adam Smith y H.K Von Mangoldt, desde 1680 hasta 1868 inician su construcción conceptual de la economía clásica con conceptos asociados al riesgo, toma de decisiones, trabajador superior y rentabilidad; referentes posteriores como Max Weber, Alfred Marshall, Frederick Hawley y Frank Knight, forjan el esquema de emprendimiento asociándolo al crecimiento económico, la creación de riqueza, liderazgo y control del riesgo.

Posteriormente, y siguiendo la línea de conceptualización de emprendimiento, Joseph Schumpeter, economista austriaco-estadunidense de manera disruptiva: “habló de las fuerzas que generan inestabilidad o desequilibrio en los mercados, de acuerdo con el concepto de destrucción creativa, como forma para describir el proceso de transformación que acompaña las innovaciones” (Herrera Guerra, 2013).

Se puede afirmar que, aunque Schumpeter no desarrolla propiamente una teoría sobre el emprendimiento, introduce un elemento importante como es la innovación, la cual involucra algo más que creatividad o invención; de esta forma se crea la diferenciación entre el emprendedor, el inventor y el capitalista, el emprendedor como alguien innovador más que inventor y que quien financia el proyecto. (Herrera Guerra, 2013).

En la década de los 30, Israel Kirzner inicia el desarrollo de su teoría económica que ubica al emprendedor como el factor que hace posible que los mercados se equilibren:

En un mundo en el que no existan dos capitales exactamente iguales, ninguna oportunidad ofrecida podría ser exactamente copiada. Pero si un empresario percibe la posibilidad de obtener beneficio ofreciendo comprar a un precio atractivo para los vendedores y vender a un precio atractivo a los compradores, las oportunidades que así ofrece el mercado pueden, en principio, estar al alcance de cualquiera. La actividad del empresario es esencialmente competitiva. (Kirzner, 1975)

Dada la evolución constante del individuo, su relación con el entorno y la estructura económica y social concebida, se hace posible la citación de autores como Peter Drucker, Harvey Leibenstein, Jeffry A Timmons, Arthur Cole, Daniel Goleman y Michael Peters entre otros quienes incluyen nuevas variables a la infraestructura del emprendimiento: “estos aportes indican que las nuevas investigaciones del emprendedor se están preocupando por su entorno y contexto; por la visión holística, sistémica y compleja.” (Herrera Guerra, 2013)

Finalmente, el Global Entrepreneurship Monitor 2014 que registra la actividad empresarial de la población adulta define el emprendimiento como: “cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido”.

Emprendimiento en Colombia

Hablar de los orígenes del emprendimiento en Colombia resulta ser una tarea compleja en su esencia como la estructura económica del país en la dimensión empresa, y no es para menos. Según el Departamento de Planeación Nacional (DANE), Colombia registra una población de 49.506.026 para septiembre de 2017 con una tasa de desempleo del 9.2% y una concentración de informalidad del 47.7% en el mismo periodo, es importante mencionar que “la población ocupada informal estuvo principalmente compuesta por trabajadores por cuenta propia (independientes, oficios varios entre otros)” (DANE, 2017); este último dato representa una de las variables más significativas dentro del presente documento, ya que aunque según el GEM Colombia es el tercer país del mundo y el primer país en Latinoamérica con el mayor porcentaje de empresarios intencionales³, presenta una *fuga crítica*

3. Empresario intencional: se mide en términos de aquellas personas que expresan su intención de iniciar empresa en un futuro cercano (menos de tres años) (Varela, 2017).

ca al pasar de etapa intencional a etapa de empresario naciente⁴, ya que mientras el 53% de la población adulta colombiana tiene la intención de crear empresa, solo el 16% lo hace realidad (GEM, 2017).

Los datos que reflejan la realidad del emprendimiento en Colombia van más allá de la intencionalidad de hacer realidad una idea de negocio introduciendo el término de discontinuidad empresarial⁵, en la cual, las principales razones que

4. Empresario naciente: se mide en términos de aquellas personas que están ya involucradas en el desarrollo de su empresa, y que han pagado/recibidos salarios durante un periodo inferior a tres meses (Varela V, 2017).

5. Discontinuidad empresarial: porcentaje de empresarios que en los últimos 12 meses ha vendido, cerrado, discontinuado o abandonado una empresa o negocio del cual era propietario o gerente, incluyendo cualquier forma de autoempleo o venta de bienes y/o servicios.

motivaron a los empresarios colombianos a vender, cerrar o abandonar su iniciativa empresarial fueron: bajos niveles de rentabilidad (30%), motivos personales (22%) y problemas financieros (18%) (GEM., 2017) como los más representativos; esta misma discontinuidad presenta la siguiente evolución en los últimos tres años:

2016	8,2%
2015	7,2%
2014	5,6%

Otros datos interesantes, aportados por el informe de Actividad Empresarial Colombiana caracterizan a los empresarios colombianos con el siguiente perfil:



Figura 1. Características de los empresarios en Colombia.
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Innovación

Schumpeter (1942), entendió la innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como:

la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión. (p. 70)

Posteriormente en diferentes intentos por clasificar las innovaciones, Freeman (1971) ubico una escala de cinco puntos para diferenciar las innovaciones las cuales fueron: sistémicas, importantes, menores, incrementales y no registradas. Sin embargo, la mayoría de autores han acogido la categorización de Schumpeter (1944) la cual propone dos conceptos de innovación: incremental y radical.

Según Ángel, citando a Schumpeter (1944) en su clasificación, considero más importantes las innovaciones radicales, ya que asegura que las innovaciones incrementales que establecen mejoras de producto, proceso o sistema de gestión, caen bajo el análisis estático debido a que no rompen lo que se tienen definido hasta el momento, a pesar del grado de novedad que desarrollan; mientras que las innovaciones radicales, posibilitan los cambios revolucionarios y las transformaciones decisivas, ya que suponen aportes novedosos y totalmente distintos en la sociedad y en la economía, a pesar de que representan un mayor riesgo de inversión.

Continuando con Schumpeter (1944) consideró que: "las innovaciones radicales, no se dan espontáneamente, sino que deben ser promovidas por lo que él denominó el empresario innovador" (p. 84).

Para Schumpeter (1944) el empresario innovador es la persona con la iniciativa para realizar las nuevas mezclas de los medios de producción y con

la capacidad de realizar las innovaciones y lo diferencia de los hombres de negocios – directores, ejecutivos o industriales- los cuales no son catalogados en sí mismos como empresarios, ya que no son quienes generan las nuevas ideas, pero asumen los riesgos económicos. El empresario es aquel hombre, además, que es capaz de ver las oportunidades y ponerlas en marcha gracias a su espíritu imaginativo.

A lo largo de décadas se ha definido la innovación de formas diversas, en ocasiones poco concretas, de modo que cada autor enfatiza los aspectos que considera relevantes.

A mediados de la década de los ochenta la innovación se miraba bajo el prisma del enfoque estático, el progreso tecnológico se generaba fuera de la empresa y se asociaba el concepto tecnología al de información que puede ser adquirida o comprada externamente.

En la década de los noventa, el entorno se vuelve global y turbulento, se aumenta la competencia internacional y se despierta el fuerte interés por crear, desde el interior de las empresas; en este ámbito surgen los enfoques dinámicos sobre el estudio de la innovación, en los que el componente principal es el cocimiento, el proceso de innovación se considera de naturaleza continua y la empresa juega un papel protagónico en el ritmo y el progreso tecnológico.

El Manual de Oslo (2005), nace en 1992 como respuesta a la necesidad de tener un conjunto coherente de conceptos y herramientas de innovación tecnológica de producto o proceso en el sector manufacturero, pero en 1997 se hizo necesaria una segunda edición donde se precisan conceptos, definiciones y metodología y se amplía el ámbito de aplicación al sector servicios.

Como lo cita el manual (Manual de Oslo, 2005), a pesar de que en la versión dos se trataron los servicios, el manual fue propuesto para la empresa manufacturera, y es necesario reconocer que la actividad innovadora varía sustancialmente entre

una empresa manufacturera y una de servicios, ya que esta última lo hace más de manera incremental.

El Manual de Oslo constituye una guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación y ha hecho grandes esfuerzos por superar los inconvenientes propios que se generan por las diferencias entre empresas manufactureras y de servicios, procurando que se acomode a cualquier tipo de ellas, proponiendo resolverlo en la tercera y última edición.

La segunda versión, trató el tema de las innovaciones en las organizaciones y permitió recoger datos al respecto. Uno de los elementos nuevos del manual fue la innovación en mercadeo, sin embargo, en este sentido aún no se tiene suficiente experiencia comparado con el de las organizaciones, y las definiciones de estos tipos de innovación aún están en fase de elaboración.

El manual considera al momento de evaluar las empresas, tanto la innovación de organizaciones y mercadeo, como las innovaciones de producto o proceso entendidas como innovaciones fundamentales, e inclusive un enfoque exclusivo a productos y procesos.

La definición de innovación que el manual contempla como elementos: producto, proceso, organización y mercadeo, y en su definición no tiene en cuenta nuevos mercados, el desarrollo de un nuevo origen de materias primas, de productos semimanufactureros o la organización de una industria, de acuerdo con la definición que introdujo Schumpeter, y eliminó la palabra “tecnológico” ya que se pensó que podría suscitar preocupación en las empresas de servicios, interpretándose como la utilización de materiales y equipos de alta tecnología, considerando que no aplicaban a sus innovaciones de producto o proceso.

De acuerdo con el manual, la definición de empresa innovadora es aquella que ha introducido una innovación durante un período de tiempo determinado, a pesar de que no demuestre el

éxito comercial, ya que algunas de ellas pueden fracasar en este asunto. Y se dividen en aquellas que, han desarrollado innovación por sí mismas o en cooperación con otras organizaciones, y por el tipo de innovación introducida (Manual de Oslo, 2005). Por lo tanto, “no basta con saber si la empresa es innovadora o no; es necesario saber cómo innovan las empresas y qué tipos de innovaciones introducen”.

El manual representa la integración de los diferentes conceptos planteados en las teorías de innovación basada en la empresa, y tiene en cuenta las características de innovación, los vínculos con otras empresas e instituciones públicas de investigación, el marco institucional en el que funcionan las empresas y el papel de la demanda.

Finalmente, desde el Conpes 3582 sobre Política Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación en el cual se resalta que se requiere, ante todo, fortalecer la formación del recurso humano (...), se requiere de un ser humano capaz de adelantar proyectos de investigación, de gestionar la innovación al interior de las empresas y adaptar el conocimiento generado en otros lugares para ser implementado en el país.

Tipos de organización

Organizaciones flexibles

Actualmente, las organizaciones se tienen que enfrentar a entornos cambiantes y complejos, ya que deben estar abocadas a una gran entrada de información que les sirve para la toma de decisiones, la gran volatilidad de los mercados globales en las últimas décadas añade presión a las empresas haciendo particularmente difícil la planeación en entornos cada vez más turbulentos.

La definición de flexibilidad es entendida de múltiples maneras por la gran cantidad de escritos al respecto, para Garzón (s.f) considera que:

“son variadas las definiciones del término de flexibilidad, algunos autores han entendido la flexibilidad como un término oblicuo por encontrarse presente en una multitud de trabajos de investigación, tratados desde muy diversos enfoques” (p.3).

En este sentido (Garzón, s.f), “propone entender la flexibilidad organizacional, como habilidad, capacidad o destreza que posee una organización, y que permite implementar estrategias creadoras de valor en entornos competitivos, y se requiere movilidad, sensibilidad, agilidad” (p. 3).

El concepto de organizaciones flexibles permite a las empresas que puedan adaptarse rápidamente y llevar a cabo grandes cambios en sus organizaciones (Baharami, 1992; Evans, 2001).

Se deben determinar cuáles son los factores que permiten afirmar que una empresa es flexible o no. Investigaciones determinan que dichos factores están definidos, primero por el diseño estructural (Englehardt & Simmons, 2002) y segundo, por la capacidad de gestionar enfocada hacia la flexibilidad de la empresa (Volberda, 1997). Al igual que es necesario referirnos a la flexibilidad empresarial (MacDuffie, 1995, William et al, 1991; Snow & Snell 1993), lo es cada vez más cuando nos referimos a la gestión estratégica de los recursos humanos. Los estudios suelen diferenciar dos tipos de flexibilidad laboral.

La flexibilidad organizativa se consigue hoy en día estando muy alerta a los cambios internos de la organización y a los cambios externos, tanto a las oportunidades como a los grandes desafíos, convirtiéndose en la oportunidad para usar los recursos disponibles de la empresa de manera oportuna, flexible, asequible para responder rápidamente a esos cambios.

Es así como la flexibilidad hoy en día se convierte en clave del éxito, el factor importante que permite el éxito en las organizaciones es tener la capacidad de responder rápidamente a los cambios en los mercados.

Empresas socialmente responsables

Hoy en día las empresas han venido adoptando nuevos roles en la sociedad y se ha venido cambiando el paradigma que las empresas son solo generadoras de dinero para sus dueños y accionistas.

Los hombres de negocios creen que están defendiendo la libre empresa cuando proclaman que el negocio no se relaciona “solamente” con la ganancia sino también con la promoción de fines, Friedman (1970), afirma que “los negocios tienen una conciencia social y toma seriamente sus responsabilidades de proveer empleo, eliminar la discriminación, evitar la polución y cualquier otro lema de la generación contemporánea reformista” (p.48). Al actuar honestamente por parte de las empresas se puede crecer tanto para adentro como para afuera, hoy en día, las empresas tienen unas presiones muy fuertes por parte de sus grupos de interés o *stakeholders*, en especial de sus clientes.

En este sentido, la responsabilidad social empresarial ha cobrado importancia a lo largo del tiempo y ha sido acogida en el contexto empresarial debido a que se ha generado una conciencia social, ambiental y económica. Ha traído consigo la implementación de mecanismos de orden legal y de responder permanente ante la sociedad, de esta forma hacer de la responsabilidad social empresarial, no solo un aspecto de letras en el papel con la expedición de leyes, sino la realización de las ordenes allí emitidas a través de acciones donde la empresa se convierte en sujeto activo para aportar en avances evidentes y relevantes frente al tema.

Además, Cortina (1998), dice que apostarle a la moralidad es no sólo un imperativo ético de humanidad, sino también un imperativo pragmático de supervivencia. Ella considera que la ética es necesaria en las organizaciones, no sólo para vivir bien, sino incluso para sobrevivir. Siguiendo con Cortina (2009), la responsabilidad social tiene una larga trayectoria con inicios desde los años 20 del siglo XX, pero es a partir de la década de los setenta, que “empieza a plantear la Responsabilidad

Social como un elemento que debe incorporarse a los procesos de planificación estratégica, incluso como una herramienta importante, para el progreso social en una sociedad pluralista” (p. 116). Aquí vemos como la RSE, en nuestros tiempos para los empresarios se convierte en algo estratégico y deja de ser algo táctico.

Por su parte Kliksberg (2005), plantea que a mayor ética hay mayor desarrollo, y la raíz está en el capital social, que a su vez implica cuatro dimensiones “los valores éticos dominantes en una sociedad, su capacidad de asociatividad, el grado de confianza entre sus miembros y la conciencia cívica” (p. 18). Y él complementa su posición citando a Amartya Sen: “los valores éticos de los empresarios y profesionales de un país (y otros actores sociales clave) son parte de sus recursos productivos”, sí son a favor de la inversión, la honestidad, el progreso tecnológico, la inclusión social, serán verdaderos activos; si en cambio predomina la ganancia rápida y fácil, la corrupción, la falta de escrúpulos, bloquearán el avance.

Según Peláez, García & Azuero (2014) citando a Porter & Kramer (2002) “la RSE es considerada como un enfoque de gestión estratégico generador de oportunidades, innovación y ventajas competitivas con repercusión en la imagen y reputación en las empresas” (p.16). En este sentido, la RSE se promueve como un elemento importante y relevante para los empresarios con el fin de satisfacer a sus grupos de interés o denominados stakeholders articulada a la estrategia de las empresas. Al ser una estrategia, necesariamente, viene dada desde

la alta gerencia, en este sentido, fija el rumbo de la empresa ya que de esta forma se está garantizando la continuidad de la misma, por ser lo que quieren y desean los propietarios.

Metodología

Una vez abordadas las definiciones y marco conceptual del emprendimiento global y en Colombia, la innovación y los tipos de organizaciones, se hace necesario abordar el objetivo de la investigación correspondiente a las tendencias de los emprendedores respecto a la selección de su tipo de organización; para este fin se desarrolló en una primera fase la revisión y análisis de la literatura estructural de las variables analizadas con un enfoque correlacional ya que busca “asociar variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

El análisis de las variables como emprendimiento, innovación y tipo de organización fue concebido bajo la perspectiva de 19 emprendedores; quince de la Universidad EAN y cuatro de la Universidad Santo Tomás, muestra que se designó bajo conveniencia del estudio teniendo en cuenta que no todos los emprendedores asesorados por estas dos universidades se encuentran en el mismo nivel de emprendimiento en una escala representada en la siguiente figura.



Figura 2. Escala nivel de emprendimiento.
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Con el ánimo de aplicar el instrumento seleccionado (Encuesta estándar) se crearon grupo homogéneos dentro de la etapa de incubación que permite identificar a los emprendedores cuya idea ya se encuentra identificada, estructurada y monetizada logrando un modelo de negocio viable dentro de la planeación.

La encuesta fue realizada online con direccionamiento específico al grupo seleccionado y con el desarrollo de 20 preguntas, de cuales se extrajeron los datos más representativos, asociados con el modelo de estudio en cuestión:

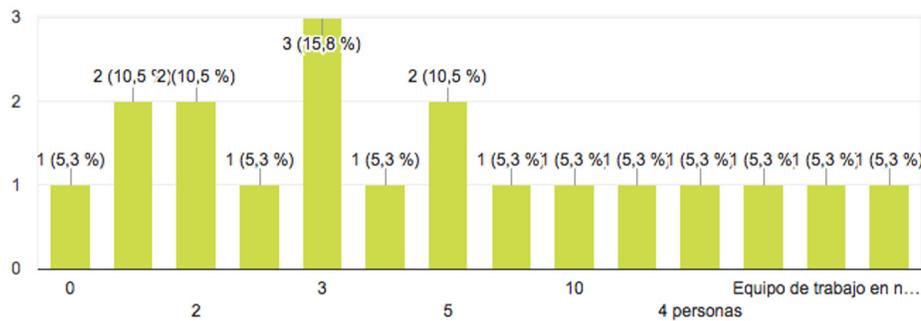


Figura 3. Número de personas que trabajan en el emprendimiento (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

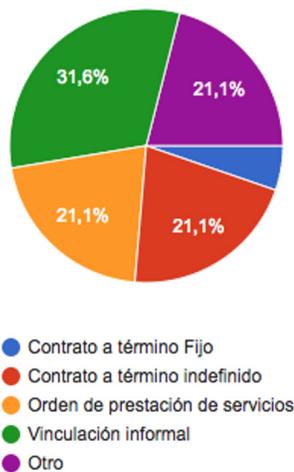


Figura 4. Tipo de vinculación de las personas que trabajan en el emprendimiento (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

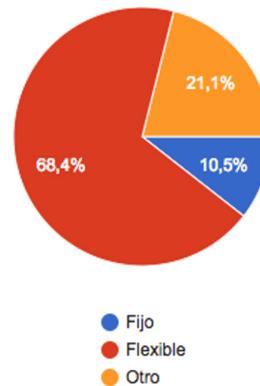


Figura 5. Sus empleados cuentan con horario (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

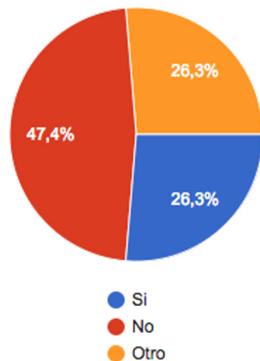


Figura 6. Sus empleados cuentan con subordinación (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

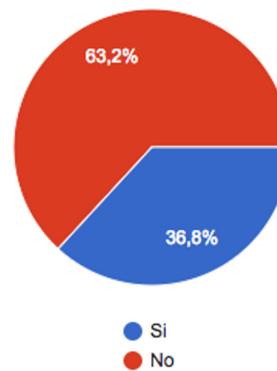


Figura 7. ¿En su empresa se cuenta con protocolos de vestimenta para sus empleados? (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

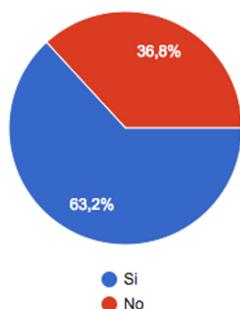


Figura 8. ¿Contempla el teletrabajo como opción para que sus empleados desarrollen sus labores? (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

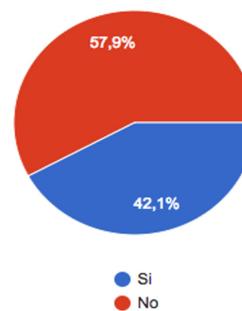


Figura 9. ¿Cuenta con evaluaciones de desempeño para sus empleados? (19 respuestas).
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Resultados

Una vez analizados y tabulados los datos de la encuesta, obtenemos los siguientes indicadores:

- El promedio de empleados vinculados en los emprendimientos estudiados es de 5,4 personas con características de género en algunos casos correspondiente al modelo de negocio como, por ejemplo: mujeres madres cabeza de familia.
- El 31,6% de los emprendedores vinculan a sus empleados de carácter informal y el 21,1% por orden de prestación de servicios.
- El 68,4% de los emprendedores cuentan con horarios flexibles para sus empleados.
- El 47,4% de los empleados no cuentan con subordinación directa por parte de los emprendedores.
- El 63,2 % de los empleados no deben seguir protocolos de vestimenta.

- El 63,2% de los emprendedores consideran el teletrabajo como opción para sus empleados.
- El 57,9% de los emprendedores no cuentan con una estructura de evaluación de desempeño formal; sin embargo, manifiestan que la evaluación la realizan a través de: Balance Score Card o seguimiento continuo entre las respuestas más frecuentes.

Discusión y conclusiones

Luego de analizar los datos obtenidos a través de la encuestase pueden inferir los siguientes ítems:

Empleabilidad: aunque Colombia es un país marcado por un emprendimiento de necesidad más que de oportunidad, el emprendimiento resulta ser un motor de economía a través de la generación de nuevos ingresos, satisfacción de necesidades nacientes y la creación de puestos de trabajo; es así como las iniciativas evaluadas e incluidas en el presente estudio logran involucrar 5,4 empleados que participan en la actividad económica del país mejorando su calidad de vida y probando que existen nuevas alternativas de ingresos asociadas a modelos de emprendimiento sostenible.

Formalidad: existe una interesante perspectiva respecto a la vinculación laboral, sin embargo, se evidencia una alta proporción de vinculación informal y por prestación de servicios, esta última desdibujada en el país y causante de múltiples demandas laborales lo que implica un alto riesgo para el emprendedor y una sentida desmotivación por parte de los empleados vinculados, ya que, elementos como pertenencia, permanencia y felicidad en el trabajo se ven afectados con este ítem.

Horarios flexibles: el horario flexible en las iniciativas emprendedores resulta ser el primer y principal indicio en la innovación de los procesos de gestión de talento humano y tipo de organización flexible; otorgándole al empleado la posibilidad de atender múltiples dimensiones de su vida, desti-

nando el tiempo necesario para el trabajo y el adicional en ocio, esparcimiento y familia, factores indispensables para mantener una alta calidad de vida y satisfacción a nivel laboral.

Subordinación: términos como subordinación empiezan a ser desplazados atendiendo la autonomía de las personas en la ejecución de su trabajo, nuevo indicio de la innovación en los procesos de gestión de capital humano; sin embargo, esta variable debe ser indiscutiblemente asociada con la evaluación de desempeño, evaluación que no es prioridad para la mayoría de los emprendedores incluidos en el presente estudio, lo que puede afectar esquemas de productividad sin una atención oportuna de la autonomía por cargo y/o rol.

Nuevos modelos: trabajo en la oficina y protocolos de vestimenta empiezan a ser desplazados por teletrabajo y reconocimiento de la diversidad de los empleados (con la manifestación propia de su personalidad), logrando una mayor flexibilidad en la ejecución del trabajo con mayores estándares de satisfacción laboral.

Finalmente, aunque resulta utópico encasillar a los emprendedores estudiados en algún tipo de organización, teniendo en cuenta variables propias y únicas de su modelo de negocio, situación que se replica en cualquier iniciativa empresarial constituida, el presente estudio permite determinar en un estadio temprano las tendencias asociadas con el emprendimiento respecto a la gestión de capital humano; tendencias como horarios flexibles, teletrabajo, informalidad en la vestimenta y otros abordados anteriormente reflejan la migración de los modelos de negocios a entornos mas flexibles en los cuales se reconoce al ser y se trabaja dentro de la diversidad del individuo con un enfoque único de atención de necesidades logrando altos estándares de productividad y mayores beneficios en términos sociales y financieros.

Referencias

- Ángel, B. (s.f). El concepto de la Innovación. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKewjI_Luf8K7fAhXGq1kKHTc6BBsQ-FjAAegQIChAB&url=https%3A%2F%2Fwww.ceipa.edu.co%2Fflupa%2Findex.php%2Fflupa%2Farticle%2Fview%2F94%2F182&usg=AOvVaw37ZgIgbEwSaGfhIT02ASn2
- Bahrami, H. (1992). The Emerging Flexible Organization: Perspectives from Silicon Valley. *California Management Review*, 34(4), 33-52.
- Cortina, A. (2009). Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social. *Revista Portuguesa de Filosofia*, 65(17), 113-127.
- Freeman, C. (1971). *The Rolen of Small firms innovation in the UK since 1945*. Londres: HMSO.
- Englehardt, C. S. & Simmons, P. R. (2002). Organizational Flexibility for a Changing World. *Leadership and Organization Development Journal*, 23(3), 113-122. <https://doi.org/10.1108/01437730210424057>
- Friedman, M. (setiembre 13 de 1970). La responsabilidad social de los negocios es aumentar ganancias. *New York Times Magazzine*. Recuperado de: <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
- Garzón, M. (s.f). *Felicidad en las organizaciones*. Celaya: Universidad de Celaya.
- Macduffie, J. P. (1995). Human resources bundles and manufacturing performance: organizational logic and flexible production systems in the world auto industry. *Industrial and Labor Relations Review*, 48(2), 197-221.
- Kliksberg, B. (2005). *Más ética más desarrollo*. Buenos Aires: Editorial Temas.
- OECD & Eurostat. (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. París: OECD Publishing.
- Peláez, J., García, M. & Azuero, A. (2014). *La relación entre gestión humana y la responsabilidad social empresarial: avance de una explicación en un caso colombiano*. Bogotá: Fundación Universitaria Konrad Lorenz.
- Snow, C.C. & Snell, S.A. (1993). Staffing as strategy. En N. Schimitt & W. Borman (eds), *Personnel selection in organizations* (pp. 448-479). San Francisco: Jossey-Bass.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Londres: George Allen and Unwin.
- Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Volberda, H. W. (1997). Building flexible organizations for fast-moving markets. *Long Range Planning*, 30(2), 169-183.
- Volberda, H. W. (1999). *Building the Flexible Firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Williams, A.P. (2001). A belief-focused process model of organizational learning. *Journal of Management Studies*, 38(1), 67-85.