

Desafíos al emprender e innovar en la era digital

William Orlando Romero Gómez

Jennifer Valencia Orejuela

Universidad Mariana



Volumen 5 No. 2
traves. emprend.
Jul - Dic 2021
e-ISSN: 2539-0376

Introducción

Es un tema de alta envergadura e interés general en la economía actual lo referente al emprendimiento y la innovación. Entonces, es necesario apoyarse en algunos conceptos básicos, aportes teóricos y experiencias para lograr una consolidación de los factores determinantes y pautas clave, y así poder identificar nuevas oportunidades de negocio y, a su vez, generar más valor a la sociedad.

El objetivo de este ensayo es dar a conocer la importancia del emprendimiento e innovación, desde la era análoga hasta la era digital. Para entender bien este tema es necesario comprender y analizar exhaustivamente los cambios que han existido en la economía, las diferentes maneras de hacer negocio y llegar a los diversos nichos de mercado.

En los últimos años, quienes quieren emprender e innovar deben actualizarse y adquirir nuevos conocimientos en la tecnología para así lograr satisfacer las necesidades de los consumidores. Cabe resaltar que para que las empresas logren mantenerse activas y sostenerse en el mercado no basta con emprender, es necesario innovar y plasmarlo en la era digital.

En este orden de ideas, se buscan estrategias diferenciales y competitivas, que conlleven a la identificación de los desafíos para quienes desean emprender e innovar en la nueva era digital. Por consiguiente, el posicionamiento del emprendimiento y la innovación en la nueva era está fundamentado en el marketing digital, empleado desde el 2020, tras la pandemia del covid-19, cuando las empresas se apoyaron para poder seguir trabajando con sus clientes, lograr sostenerse en el mercado y poder distribuir sus productos gracias al uso de las herramientas digitales.

Para Jeffrey A. Timmons (1989) 'El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos'. (Hidalgo, 2016, p. 5)



Según la postura del autor, se deduce que una persona emprendedora es capaz de poner en marcha una idea de negocio con poco, puede generar impacto positivo a nivel individual y general, es decir, esta persona no solo tiene ideas, sino que es lo suficientemente inteligente para transformarlas en una oportunidad de negocio.

“Según Peter F. Drucker (1985) ‘El emprendimiento es maximizar las utilidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo’” (Hidalgo, 2015, p. 2). Con el concepto anterior, el autor indica que emprender es hacer mucho con poco, en otras palabras, incrementar el valor.

Como se puede observar, han sido varios los autores que a lo largo de los años han tratado de encontrar una definición universal, pero esto ha sido muy complejo. No obstante, con base en lo investigado, se puede decir que emprendimiento es la puesta en marcha de una idea de negocio con un fin económico, político o social.

Después de dar una definición de emprendimiento, ahora es importante entrar a conceptualizar la innovación.

“Según Drucker (1998), la innovación es ‘la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza, así como también dice que cualquier cambio en el potencial productor de riqueza ya existente’” (Suarez, 2014, p. 3). Con base en esta definición, se puede inferir que la innovación depende de la creatividad, de un cambio para mejorar un producto, servicio o la organización de una empresa, es decir, la oportunidad de transformar el conocimiento en un proceso.

Joseph Schumpeter definió en 1934 la Innovación como la introducción en el mercado de un nuevo producto o proceso, capaz de aportar algún elemento diferenciador, la apertura de un nuevo mercado o el descubrimiento de una nueva fuente de materias primas o productos intermedios. (Díaz y Guambi, 2018, p. 214)

Teniendo en cuenta la definición anterior, se puede decir que innovar es darle a un producto ya existente un valor agregado, diferente a otro; es crear un nuevo beneficio.

Es pertinente incluir ahora el término emprendimiento innovador, tema principal del ensayo, el cual se conceptualiza como la acción de poner en marcha una idea de negocio (constitución de una empresa), implementando mejoramientos significativos.

De acuerdo con Vesga (2010), existen tres niveles en donde se puede desarrollar el emprendimiento innovador y deben funcionar al mismo tiempo, a saber:

- El nivel básico de los individuos,
- El nivel básico de las empresas y
- El nivel macro del país y el entorno.



Por lo tanto, existe una fuerte relación entre el crecimiento económico y el emprendimiento innovador, que depende de la integración del pensamiento individual, organizacional y nacional y de las interrelaciones que resulten entre ellas, porque cada uno se complementa entre sí.

En este sentido, se entiende que el crecimiento económico y el éxito de una empresa están apoyados en el emprendimiento innovador. Iniciando desde una óptica individual para alcanzar una óptica universal, porque una idea de negocio parte del pensamiento de una persona, luego se pone en marcha, se constituye la empresa, la cual se desarrolla según las necesidades de los consumidores, los cambios presentados en el medio y competencia dentro del entorno.

Ahora, teniendo ya estos conceptos claros, es importante tener en cuenta que para plasmar una idea de negocio no basta con ello, es imprescindible el conocimiento de los cambios existentes desde la era análoga a la era digital y estar altamente capacitados en el manejo de la tecnología para poder enfrentar los desafíos en la nueva era.

Cada día, el mundo se ha ido globalizando y ha ido cambiando, por ello, las empresas no se pueden quedar en el pasado, deben ir avanzando y transformarse, de acuerdo con las necesidades de los consumidores, porque la sociedad es cada vez más exigente.

La era análoga vs. la era digital

La era análoga hace referencia a la no existencia de los computadores y la Internet, a la no conectividad y al atraso o cero presencia de la tecnología dentro de las empresas. Por el contrario, la era digital muestra la generalización del uso de Internet y la tecnología en todos los ámbitos: sociales, económicos, culturales y políticos, logrando hacer de esta un aspecto cada vez más importante e indispensable en el desarrollo de la sociedad y de la economía.

El desarrollo de las empresas en la actualidad, independientemente de su tamaño, sector o ubicación geográfica, no es ajeno a los desafíos de la era digital, ya que, desde las microempresas hasta las grandes organizaciones, no se compite solamente en su contexto local, sino cada vez es más exigente hacer parte de la competencia mundial. Panorama que obliga a todas las empresas a renovar constantemente sus procesos.

Hoy en día, gracias a los programas existentes, apoyos económicos, acompañamientos profesionales y capacitaciones, por parte de entidades como la Cámara de Comercio, el gobierno, entidades especializadas y autoridades competentes, a los emprendedores, empresarios y empresas les resulta fácil impulsar su crecimiento, escalar en sus empresas, identificar nuevas oportunidades de negocio y generar valor agregado a la sociedad.



No obstante, a pesar de los diferentes apoyos que se brindan para que dichos emprendedores y también para que buenos innovadores logren salir adelante con sus proyectos, en muchas ocasiones no es suficiente y muchos de estos sueños o proyectos plasmados en papel quedan solo en eso, en papel, buenas ideas y en sueños. Por lo tanto, no solo es importante emprender, o simplemente innovar, las dos van de la mano y son un complemento a la hora de cumplir estas metas, además de recurrir a la utilización de todos los recursos con que se cuenta y los que se puedan conseguir de una manera u otra, con esfuerzo, estrategia y ganas de cumplir y sacar adelante dicho proyecto.

Según la Cámara de Comercio de Cali (s.f.), existen tres etapas de emprendimiento cuando se ha creado empresa:

- **Etapas Temprana:** Compreendida desde el año 0-5. fase desde que se constituye la empresa, el equipo de trabajo y su actividad.
- **Etapas Escalamiento:** Compreendida desde el año 6-10. Fase en que la empresa ha logrado posicionarse, logrado entrar a nuevos mercados y se identifica crecimiento empresarial.
- **Etapas Expansión:** Compreendida desde el año 11-15. Fase donde la empresa ya ha adquirido madurez, liquidez y rentabilidad. Periodo clave para pensar en acceder a nuevas oportunidades de negocio y nuevas inversiones, es decir, empezar a innovar.

De igual manera, la Cámara de Comercio, dependiendo de la fase en la que se encuentra la empresa o idea de negocio (año cero), ha creado tres estrategias para apoyarlas según su interés:

- **Estrategia para el crecimiento:** Consiste en la capacidad de dar valor, como ganar, competir y, sobre todo, crear un valor distintivo.
- **Estrategia de fuentes de capital:** Consiste en la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento y sostenimiento en el mercado.
- **Estrategia de innovación empresarial:** Su objetivo es crecer más como empresa.

Por otra parte, la Cámara de Comercio de Pasto (s.f.) también brinda apoyo constante a los proyectos de emprendimiento, logrando que muchos de estos salgan adelante, en la medida en que implementen herramientas fáciles y necesarias para lograr el desarrollo de sus objetivos. De igual forma, utilizan capital de riesgo, redes, infraestructura, actores e iniciativas apropiadas para el buen desarrollo empresarial, que desarrolle más la parte emprendedora e innovadora y, sobre todo, la investigación; investigación enfocada en factores y zonas más relevantes que necesitan más apoyo para emprender e innovar, y no solo para las empresas que están totalmente posicionadas en el mercado, ya que para nadie es un secreto que la economía, política están relacionadas y giran en torno a ellas, lo que no ha permitido una competencia



justa. Lamentablemente, los apoyos siempre se ven reflejados y conducirán a las mismas empresas de siempre.

Debido a la exigencia actual del mercado y de la competencia, a las empresas cada vez se les hace necesario estar actualizadas y llegar a los diferentes nichos de mercado, pero también es necesario contar con el acompañamiento continuo por parte de las entidades competentes, información brindada por los canales digitales y educación más competitiva.

Así las cosas, debido a los nuevos avances tecnológicos y transformaciones que se vienen presentando desde años atrás, las instituciones educativas han tenido que capacitar a los niños desde muy temprana edad, implementando las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) y, en algunos casos, fomentando en los estudiantes la innovación y el emprendimiento, lo cual permite crear habilidades y capacidades en ellos para poder desenvolverse con mayor facilidad en los desafíos que se presentan en la nueva era.

En este sentido, las TIC son herramientas que han transformado la manera como las personas pueden acceder a la información. En el pasado, la forma de acceder a la información era a través de las grandes empresas y los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la radio o la televisión; con las TIC, el escenario ha conllevado a cambios totalmente trascendentales que, si bien, por un lado han sido positivos, por otro lado, no lo han sido tanto.

Hoy se puede acceder a información de todo tipo mediante la Internet, por medio de los diferentes canales de acceso como aparatos móviles, plataformas y herramientas digitales, permitiendo el trabajo y el aprendizaje colaborativo, así como la apropiación del conocimiento.

Es decir, ahora los usuarios no consumen solo los contenidos de un libro o de la prensa, sino que además pueden generar sus propias ideas y plasmarlas en blogs, comunidades online y otros medios digitales, a tal punto de interactuar y participar con otros usuarios en tiempo real, a pesar de encontrarse a miles de kilómetros de distancia. Por esta razón, la tecnología se ha convertido en una herramienta fundamental para toda la sociedad, no solo por el hecho de comunicarse con otras personas, compartir y adquirir conocimiento de todo tipo, sino también por el hecho de dar a conocer sus negocios, empresas, emprendimientos, innovaciones, a través de redes sociales por todo el mundo, permitiendo expandir aquellos negocios con el ánimo de obtener más rentabilidad y permitiendo también adquirir productos a bajos precios, desde cualquier parte del mundo.

Las TIC son transversales en todos los campos de la sociedad:

- En la educación, son recursos de apoyo para el docente.
- En las organizaciones, contribuyen con el crecimiento y productividad del negocio.

- En la política, son canales de comunicación.
- En la vida diaria, facilitan las tareas cotidianas de las personas.

Después de conocer la importancia y el papel que ocupa las TIC en la era digital, es necesario mencionar que, desde comienzos del año 2020, la humanidad a nivel mundial, por causa de la pandemia del covid-19, se ha visto afectada tanto en la parte física, mental y, sobre todo, económica. Por la pandemia muchas empresas cerraron o suspendieron sus actividades y otras optaron por digitalizarse para poder enfrentar los desafíos que trajo consigo. Además, otras personas cambiaron su modo de pensar y ver la vida, por causa del desempleo a que muchos se vieron sometidos, esto los obligó a entrar en la era de la tecnología, con un recurso esencial que es el emprendimiento, con el fin de conseguir sustento para sus familias y en otros casos innovar y emprender para lograr sobrevivir en este época tan difícil para la sociedad.

Según Henríquez (2020), por efectos de la pandemia del covid-19, “las empresas tienen que recurrir al uso intensivo de herramientas digitales para implementar el teletrabajo, realizar compras y ventas online, así como gestionar procesos de producción de forma remota para poder sobrevivir” (párr. 1).

Por lo tanto, es indispensable que hoy en día las empresas cuenten con un personal altamente calificado en las TIC, tener herramientas y programas que faciliten el trabajo de sus colaboradores y tener una buena publicidad actualizada, es decir, un marketing digital, apoyado en estrategias diferenciales para poder competir con las grandes empresas, afrontar los desafíos y cumplir con las expectativas del emprendimiento innovador en la era digital.

Conclusiones

En medio de las adversidades por las que atraviesa el mundo entero por causa del covid-19, cabe resaltar que así como fue un golpe duro para muchas personas, empresas ya posicionadas en el mercado y emprendimientos que recientemente intentaban salir a flote; también surgió la necesidad de ver nuevas maneras de superar esta crisis, a través de las herramientas digitales, que cada vez tienen más fuerza a la hora de ser incluidas como parte estructural de las empresas para afrontar dicha crisis. Igualmente, han sido parte fundamental al momento de emprender e innovar.

El aporte que lograron estas herramientas de la era digital a las empresas que ya contaban con años de experiencia en el mercado, pero con poca o nula intención de innovar y renovar su forma de comercializar y ser vistos en el mercado, permitió que muchos de estos empresarios, en ocasiones cerrados a nuevos proyectos y limitados a los cambios positivos que podrían atraer a su empresa, se vieran de una u otra forma obligados a acceder a estos



cambios para poder sobrevivir y sacar adelante sus empresas; empresas que tanto les costó mantener en pie y que hoy estaban en riesgo de perder por causas jamás imaginadas y que nadie podía controlar.

Sin hacer menos importante lo referente a los cambios que se dieron a gran escala en cuanto a la situación que se vive, es importante resaltar que en gran medida se debe agradecer a la cultura de emprendimiento que han tenido muchos sectores en el mundo y en Colombia para superar una situación como esta y fomentar, tanto en el campo laboral como en los estudiantes de las diferentes áreas y niveles de educación, la necesidad y la enorme importancia de desarrollar destrezas y habilidades en emprendimiento e innovación, y así prepararlos para que reaccionen positivamente ante las necesidades y dificultades que se presenten; además, pertenecer a la gran red de emprendedores que contribuyen con el desarrollo económico y social de la región.

Referencias

- Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). Emprendimiento Extraordinario. <https://www.ccc.org.co/landing/emprendimiento-e-innovacion/#!>
- Cámara de comercio de Pasto. (s.f.). Competitividad e innovación. <https://www.ccpasto.org.co/comision-regional-de-competitividad-e-innovacion/>
- Díaz, G. y Guambi, D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *Innova*, 3(10), 212-219.
- Henríquez, P. (2020, 29 de abril). Covid-19: ¿Una oportunidades para la transformación digital de las pymes? Bid. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-oportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- Hidalgo, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8.
- Hidalgo, L. (2016). ¿Qué es un emprendedor? *Revista empresarial ICE-FEE-UCSG*, 10(2), 5-6.
- Suarez, A. (2014). *Emprendimiento innovador en Colombia* [Ensayo, Universidad Militar Nueva Granada]. UMNG. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/12169>
- Vesga, R. (2010). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>