

**Autores:** Wilson Cadrazco Parra<sup>1</sup> - Álvaro Santamaría Escobar<sup>2</sup> - Aylin Pertuz Martínez<sup>3</sup>

## RESUMEN

**E**l objetivo de este trabajo es mostrar, diferentes puntos de vista sobre el fenómeno del emprendimiento, la gestión estratégica y la competitividad. Estos campos de estudio de gran amplitud y alcance, han sido tema de investigación de muchos estudiosos.

En el artículo se plantea inicialmente una definición de cada concepto, a continuación, se hace una revisión de las principales relaciones establecidas por los expertos sobre de estos temas estratégicos y el emprendimiento y, por último, se presenta la conclusión.

**Palabras claves:** entrepreneurship, gestión estratégica, competitividad.

## Abstract

The aim of this paper is show, different view of points about the phenomena entrepreneurship, strategic management and competitiveness. These fields of study have a wide and reach issue that has been research by many scholars.

This article begin doing a definition each concept, then review the work authors that research issue relationship with entrepreneurship and finally, present a conclusion.

**Key words:** entrepreneurship, strategic management, competitiveness.

1. Profesor Asociado Universidad de Sucre  
2. Profesor Asociado Universidad de Sucre  
3. Profesora Asociada Universidad de Sucre

## **INTRODUCCIÓN**

**L**a competitividad empresarial es un asunto del cual se han ocupado muchas disciplinas y áreas del conocimiento; con el ánimo de dar explicaciones susceptibles de ser utilizadas para mejorar la conducción de las empresas, de producir mejores productos, de distribuirlos con el máximo de eficiencia, de generar el máximo de satisfacciones en los consumidores, de generar los mejores servicios posventas y en general producir el mayor bienestar posible para la sociedad en general.

Como bases fundamentales de la competitividad, se hallan los estudios de estrategias gerenciales (strategic management), emprendimiento empresarial (entrepreneurship), investigación y desarrollo (research & development), cadenas o aglomeraciones (clusters), y políticas económicas (economic policy) entre otros, los cuales presentan un corpus teórico, lo suficientemente avanzado capaz de aportar los conocimientos necesarios para mostrar la estrecha relación existente entre ellos.

En este artículo, nos ocuparemos del espíritu empresarial y emprendimiento (entrepreneurship) y de las estrategias gerenciales (strategic management), basándonos en los puntos de vista de los estudiosos más representativos, quienes han desarrollado teorías y conceptos, fruto de sus investigaciones y plasmados en las publicaciones arbitradas, ejerciendo un gran peso para su escogencia; el número de veces que ha sido citado o referenciado en otros trabajos, relacionados con la temática.



## AMPLITUD DEL CONCEPTO DE ENTREPRENEURSHIP

**E**ntrepreneurship es un vocablo de origen inglés, que no tiene un equivalente en español, se le traduce como espíritu empresarial, emprendimiento, empresarismo y muchas otras acepciones relacionadas con la iniciativa empresarial, por este motivo utilizaremos la palabra inglesa, con el ánimo de conservar su riqueza conceptual, es así como encontramos definiciones en los artículos consultados, tal como la de (Hitt, Ireland, Sirmon, & Trahms, 2011) quienes citando a (Davidsson, 2004), adoptan los tres puntos de vista que a continuación se muestran:

"(1) Entrepreneurship es quien empieza y pone en funcionamiento su propia empresa, (2) Entrepreneurship es creación de nuevas organizaciones, y (3) Entrepreneurship es. . . la creación de nuevas actividades económicas para el mercado". Ante esta definición los autores citados amplían el concepto de entrepreneurship, tomando a (Shane & Venkataraman, 2000), quienes adicionan a la anterior definición la siguiente: el "campo del entrepreneurship [es] el examen académico de cómo, por quién y con qué efectos; las oportunidades permiten crear futuros bienes y servicios que se descubren, evalúan y explotan. Y continúan citándolos para decir que: "Por lo tanto, Shane y Venkataraman argumentan que la iniciativa empresarial implica fuentes, procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, y el conjunto de personas que descubren, evalúan y aprovechan las oportunidades. Continúa Hitt et al. (2001, p.480) definiendo entrepreneurship como "la identificación y aprovechamiento de oportunidades no explotadas. Complementán-

dolo con la afirmación de Ireland et al. (2001, p 51) para quien la creación de riqueza es resultado de la iniciativa empresarial: "Se define entrepreneurship como un proceso social en un contexto específico a través del cual los individuos y los equipos crean riqueza, reuniendo paquetes únicos de recursos para explotar oportunidades del mercado".

Como se puede observar de las definiciones anteriores, entrepreneurship es un concepto, ampliamente estudiado, donde además de las generalidades, se encuentran conceptualizaciones específicas, donde se combinan los diferentes quehaceres de las personas que tienen una actividad relacionada con el mismo, es así como vemos las siguientes: entrepreneurship de género, cultural, étnico, inmigrante, tecnológico, estratégico, local, regional, nacional, internacional, corporativo, nacido de alianzas, de adquisiciones, de fusiones, de innovaciones, de comportamientos, de políticas, entre otros.



## **GESTIÓN ESTRATEGICA**

**E**ste tema ha sido estudiado por los académicos, desde hace mucho tiempo, los trabajos pioneros de (Andrews, 1984), (Penrose, 1959), (Ansoff, 1957) y (Chandler, 1962), se ocuparon de establecer las bases de tan amplio tema y tan caro a los sentimientos de los empresarios, pues se enfocan en uno de los temas de mayor relevancia para el éxito de los negocios, es motivo de múltiples enfoques teóricos, los que intentan dar explicaciones de la manera como el accionar de los gerentes y de su equipo pueden lograr la aceptación por parte de los consumidores de los productos o servicios ofertados.

Sin que haya consenso en cuanto a la definición del concepto, Andrews (1971) define la estrategia corporativa como un patrón de decisiones de la organización que evoluciona con el propósito de lograr una gran variedad de objetivos que son importantes para los stakeholders. (Hitt et al., 2011) definen la gestión estratégica como "el conjunto de compromisos, decisiones y acciones necesarias para que una empresa logre la competitividad estratégica y obtenga rendimientos superiores al promedio, con un fuerte enfoque en los resultados".

La gestión estratégica, el pensamiento estratégico, la planeación estratégica, la orientación estratégica, la acción estratégica, son todos conceptos relacionados que han sido estudiados por los académicos, buscando explicar el fenómeno empresarial desde los objetivos, los resultados, el beneficio social, individual, la calidad de vida, el bienestar, la realización, el logro, el poder, la política, la satisfacción de necesidades, la generación de empleo, la distribución,

los servicios posventa, la innovación, entre otros.

También han abordado el fenómeno desde diferentes maneras de verlo y estudiarlo, así hay teorías explicativas desde el lado de la demanda, desde la óptica basada en los recursos, desde las instituciones, desde la organización industrial, desde la economía, desde la sociología, desde la antropología, desde la psicología, con estos aportes, se ha ampliado la perspectiva y la visión desde la cual se estudia el concepto, aparejándolo con los cambios que se han producido en la sociedad, sean estos de orden tecnológico, político o económico.



## LA COMPETITIVIDAD

Este es un concepto clásico que viene desde los tiempos de (Ricardo, 1891), quien abordó el estudio de las relaciones de comercio entre dos economías cuyos productos eran intercambiados y la ventaja la obtenía aquella economía cuya manera de elaborar los productos, contara con los procesos más eficientes al momento de utilizar los recursos, de acuerdo con esta teoría, la existencia de recursos marcaba la diferencia entre una economía y otra, a esta teoría se le conoce como de la ventaja comparativa.

En la actualidad se ha desarrollado una teoría más acorde con las realidades de intercambio y producción de los diferentes países, conocida como de la ventaja competitiva, desarrollada por (Porter, 1990) en su libro "la ventaja competitiva de las naciones", donde afirma:

"La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional".

(Esser, Hillebrand, Messner, & Meyer-Stamer, 1996), establecen el concepto de competitividad sistémica, proponiendo un sistema compuesto

de cuatro niveles, Micro, Meso, Macro y Meta, donde:

"Los países más competitivos poseen:

-- estructuras en el nivel meta que promueven la competitividad,

-- un contexto macro que ejerce una presión de performance sobre las empresas, y un nivel meso estructurado donde el Estado y los actores sociales desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad,

-- un gran número de empresas situadas en el nivel micro que buscan simultáneamente la eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua".

Es precisamente en el nivel micro, donde las empresas compiten, donde se ha centrado la investigación de la competitividad, que surge de la actividad de los entrepreneurship, de los estrategas que asumen riesgos al iniciar, mantener y desarrollar empresas que sean altamente competitivas, todo lo cual depende de las condiciones sociales, económicas y políticas de la sociedad, pues son estas condiciones las que apoyaran o constituirán un obstáculo para el desempeño de estas nuevas empresas.



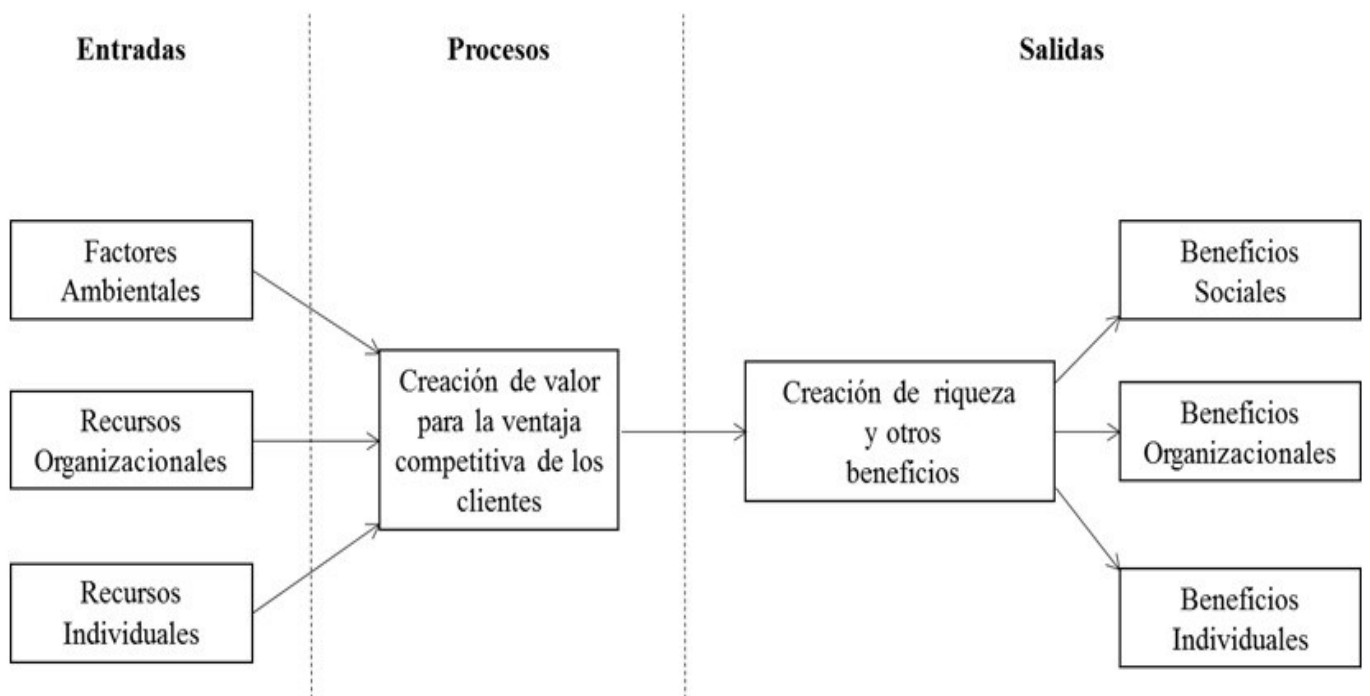
## **LA COMPETITIVIDAD**

Los investigadores de los aspectos estratégicos y del entrepreneurship, han integrado estos dos conceptos en un nuevo campo de investigación que rápidamente se ha ampliado, contando con numerosos trabajos que dan cuenta de una gran veta para el desarrollo de trabajos empíricos, a este nuevo campo lo han denominado entrepreneurship estratégico, basándose en la premisa que tanto la gestión estratégica como el entrepreneurship, buscan crear valor y riqueza.

(Hitt et al., 2011), Presentan el siguiente grafico como modelo de entrepreneurship estratégico.

Como puede apreciarse los autores del gráfico, establecen los insumos, los procesos y los resultados de un modelo de entrepreneurship estratégico, donde reciben los beneficios el conjunto de la sociedad.

**Gráfico.1 Modelo de Entradas, Procesos y Salidas del sistema de Entrepreneurship**



## **INTEGRACION DE MODELOS**

(Cooper, 1981). Publicó un artículo, describiendo las etapas seguidas por una empresa desde su nacimiento, hasta su madurez, donde articulaba la gestión estratégica con cada etapa de la empresa, es uno de los pioneros del entrepreneurship estratégico, aun cuando no utilice el termino en este trabajo, sin embargo como pionero se le abona el abrir este campo de estudio que ha resultado tan prolífico para orientar las investigaciones en el campo de los negocios, sobre todo de los pequeños y medianos.

(Wright, Hoskisson, Busenitz, & Dial, 2001), desarrollan un estudio cuyo foco principal se centra en las adquisiciones, describiendo el proceso como una forma de obtener eficiencia a través de la reducción de la mano de obra y la reducción de los costos unitarios, cuando se consiguen estos objetivos, aparecen oportunidades para el emprendimiento y la innovación, con lo cual las adquisiciones revitalizan las empresas y les generan mejores posiciones estratégicas.

(Oviatt & McDougall, 2005), se ocupan del proceso de entrepreneurship a nivel internacional, describen el punto de partida como una oportunidad que se aprovecha por parte de los emprendedores y explican la dependencia de la iniciativa frente a diferentes fuerzas, las cuales establecen la velocidad con la cual se logra penetrar en los mercados internacionales. Con este trabajo se amplía el límite de los conocimientos sobre entrepreneurship, concepto que rebasa el ámbito local para enfrentar una de las realidades de la actualidad, como lo es la globalización.

(Teng, 2007), se enfoca en las alianzas corporativas como fuente para generar procesos de entrepreneurship, con lo cual se hace aún más extenso el campo de la investigación sobre el fenómeno de entrepreneurship, pues con ello se amplía el concepto, llevándolo a espacios donde la actividad de los negocios espera que se den luces acerca de las maneras menos riesgosas de proceder, para efectos de lograr sinergias, al encontrar métodos que permitan realizar alianzas y no morir en el intento.



## **CONCLUSIONES**

**L**uego de estudiar los diferentes aportes realizados por los autores reseñados, es preciso establecer algunas conclusiones relacionadas con los beneficios que se obtienen al tomarlos como guías que han de iluminar el camino para ampliar las investigaciones o para emprender nuevas de acuerdo con los interrogantes que surgen de las respuestas entregadas en el proceso de presentar los resultados de los trabajos.

Los estudiosos del fenómeno empresarial, están de acuerdo en que los objetivos de la empresa y por consiguiente del empresario, es crear valor y subsecuentemente riqueza, también hay consenso en cuanto a que este valor y esta riqueza además de beneficiar a la empresa y al empresario debe también aportar un gran beneficio para la sociedad en su conjunto, de esta manera, la iniciativa individual, con los riesgos que conlleva, debe apuntar siempre hacia esos objetivos.

Como quiera que el campo de estudio del entrepreneurship, no se circunscribe al nivel local, sino que por el contrario, de acuerdo con lo mostrado en este resumen, cada vez que se aborda una temática, que en apariencia no tiene una relación marcada, cuando después, se hace la investigación surgen unas correlaciones que pocos hubieran pronosticado. Esto ha permitido la ampliación del ámbito de estudio del entrepreneurship, el cual se puede abordar desde cualquier perspectiva y cruzándolo con muchos aspectos de los negocios que requieren ser investigados para efectos de orientar el quehacer de los emprendedores y de los empresarios, así como de los tomadores de deci-

siones en el nivel gubernamental.

Entrepreneurship como forma de acercarse a la iniciativa empresarial, muestra su vitalidad desde el punto de vista de la amplitud con la cual puede ser abordada; para efectos académicos y de investigación, sin embargo, es tanta la riqueza envuelta en el concepto que todo cuanto surge de la academia y de los investigadores, busca aportar métodos que minimicen los riesgos que continuamente deben asumir los emprendedores y los empresarios, quienes en su día a día requieren que hayan personas dedicadas a pensar la forma de realizar mejores y más provechosas acciones frente a las oportunidades que surgen en los negocios.





## **BIBLIOGRAFÍA**

- Andrews, K. (1984). El concepto de estrategia de la empresa: Orbis. 226.
- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124.
- Cooper, A. C. (1981). Strategic management: New ventures and small business. *Long Range Planning*, 14(5), 39-45.
- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure*. Cambridge: Harvard University Press.
- Davidsson, P. (2004). *Researching entrepreneurship*: Springer.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59(8), 39-52.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Sirmon, D. G., & Trahms, C. A. (2011). Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society. *The Academy of Management Perspectives*, 25(2), 57-75.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-554.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*.
- Ricardo, D. (1891). *Principles of political economy and taxation*: G. Bell and sons.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management Review*, 25(1), 217-
- Teng, B. S. (2007). Corporate Entrepreneurship Activities through Strategic Alliances: A Resource-Based Approach toward Competitive Advantage. *Journal of Management studies*, 44(1), 119-142.
- Wright, M., Hoskisson, R. E., Busenitz, L. W., & Dial, J. (2001). Finance and management buyouts: agency versus entrepreneurship perspectives. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 3(3), 239-261.

