

SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL DE LAS STARTUP

PARTICIPANTES DEL PROGRAMA RETO CREATIVO EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO

**DIANA CAROLINA BARRAZA RODRÍGUEZ
ADRIANA LUCIA MOLINA ALDANA**

Trabajo de Investigación como requisito para optar el título de Magister en
Administración de Empresas E Innovación

RESUMEN

La gran apuesta por la innovación y el desarrollo productivo del Caribe colombiano, ha sido uno de los temas que más ha movido el foco político del estado y la sociedad en los últimos tiempos.

La incesante necesidad de mover el aparato productivo se ha convertido en la motivación de distintos proyectos, planes y políticas que apuntan en dirección al nuevo auge de las Startup o también llamadas empresas emergentes, en la consolidación de ideas de negocios viables, escalables y rentables en el tiempo dirigidas específicamente a un sector de la economía que aún se encuentra en exploración pero que vislumbra un gran potencial económico para el aparato productivo del país, y este es el de la economía naranja y las industrias culturales y

creativas, las cuales, mediante el programa especial RETO CREATIVO, estas empiezan a tomar forma y entrar en la estructuración y consolidación empresarial.

Sin embargo, el problema de su permanencia en el mercado, refiriéndose específicamente al tema de sostenibilidad económica, social y ambiental resulta uno de los principales retos de los mismos programas y los emprendedores para considerarse actores activos en el mercado objeto de estudio. De aquí nace la necesidad de estudiar, la Sostenibilidad Empresarial de las Startup participantes del programa RETO CREATIVO en el Departamento del Atlántico, con el objetivo principal de determinar los factores incidentes en la sostenibilidad empresarial de estas empresas, para la definición de estrategias que fomenten su dinámica empresarial. Para ello, se identificaron y se analizaron los factores de sostenibilidad empresarial de estas empresas durante el año 2017 y se propusieron estrategias que promuevan la sostenibilidad empresarial de las Startup Participantes del Programa Reto Creativo en el Departamento del Atlántico, por lo cual se utilizó un diseño metodológico basado en la investigación de campo a través de técnicas cuantitativas de medición y análisis de datos alfanuméricos de las encuestas realizadas a 21 empresas del programa RETO CREATIVO mediante programa estadístico SPSS 18 que permitieron descubrir que los factores más importantes para la sostenibilidad empresarial son los factores de Gestión empresarial conformados por las variables de Planeación, Organización, Dirección y control, y el Factor de Mercado, conformado por las variables: Conocimiento del Mercado, Posicionamiento de Marca, productos y servicios, Relacionamiento con el cliente.

La investigación está basada en una estructura capitular de VI capítulos enmarcados en la línea de investigación innovación Empresarial.

A partir de la teoría en que se fundamenta este proyecto de investigación de acuerdo a los argumentos de la Triple Bottom Line de Elkington (1999), una empresa es sostenible empresarialmente cuando logra un balance entre el aspecto económico, social y ambiental necesarios para el éxito de un gobierno corporativo, sin embargo, en las startup objeto de estudio esto no se cumple del todo.

En la identificación de los factores de sostenibilidad empresarial se encontraron siete factores los cuales se agrupan en tres dimensiones: Dimensión social (Gestión humana y aspectos sociales), Dimensión Económica (Gestión empresarial, mercadeo, producción, financiera, tecnológica, investigación e innovación) y Dimensión ambiental (Factores de gestión ambiental).

Dentro de la identificación de estos factores se determinó la relación o grado de asociación que existe entre una y otra variable y como resultado se obtuvo que de estos siete (7) factores, cinco (5) están altamente relacionados y dos mostraron menor relación (Gestión ambiental y gestión humana).

Desde la perspectiva de sostenibilidad empresarial vista desde dimensión económica se resaltan los factores de gestión empresarial y de mercado como los factores más importantes para los emprendedores como herramienta para el logro de la sostenibilidad empresarial. Este resultado es coherente con la realidad de las startup objeto de estudio puesto que éstas iniciativas son unidades en crecimiento y no cuentan con un modelo de negocio definido por lo que no se constituyen como una empresa real.

Es de destacar que siendo la Planeación parte fundamental del factor de gestión empresarial como herramienta que ayuda a las organizaciones a administrar las relaciones con el futuro

para el caso de las empresas objeto de estudio, éstas focalizan sus esfuerzos en la planificación como única herramienta para el éxito de la gestión empresarial dando menos importancia a la dirección y control en muchos casos por desconocimiento del proceso de planeación estratégica debido al nivel de estudio de los emprendedores determinado a través del instrumento aplicado.

Otros factores de menos importancia que hace parte de la gestión de producción son el aprovisionamiento y el inventario, teniendo en cuenta que estos emprendedores trabajan por pedidos y además en algunos de los casos la actividad económica que desarrollan no requieren almacenamiento. En términos generales la realidad guarda relación con la estadística, la planeación de la producción lo consideran más importantes que los inventarios. Por otro lado, siendo las Startup empresas jóvenes y en estado de arranque y para las cuales su actividad económica aun no es reconocida ampliamente debido al poco tiempo en el mercado, es fácil de comprender que su interés se focalice en las dos variables intermedias de la gestión de mercado: El Conocimiento del Mercado y el Posicionamiento de la Marca, variables necesarias para la formulación de estrategias que les permitirá visibilizar sus productos o servicios.

Otro de los hallazgos, es que para éstas iniciativas empresariales, la tecnología es más importante que la innovación, desde la perspectiva del factor de gestión tecnológica, investigación e innovación, es discutible y refutable la posición que toman las Startup participantes en Reto Creativo teniendo en cuenta que la tecnología y la innovación están profundamente relacionados y se apoyan en muchos sentidos, la innovación es uno de los factores claves a la hora de poner en marcha una nueva idea a través del emprendimiento y la creación de una startup.

La identificación de los factores de las sostenibilidad empresarial de las Startup de reto creativo permite establecer un conjunto de criterios ajustados a la realidad económica de las empresas en la región; con el fin de identificar en que están fallando los emprendedores y como se puede desarrollar modelos de gestión que disminuyan la tasa de mortalidad de estas iniciativas y contribuyan a la sostenibilidad de las mismas.

Confirmando la teoría de Elkington, para lograr la sostenibilidad empresarial es preciso involucrar las tres dimensiones: Económica, Ambiental y Social, sin embargo, encontramos que aun cuando están presentes en la actividad de las Startup no todas las variables intermedias son tenidas en cuenta por los emprendedores y estos tienden a darles mayor importancia más a unas que a otras.

Por lo anterior, en este trabajo se proponen estrategias para promover la sostenibilidad empresarial en las Startup participantes en Reto Creativo.

Palabras clave: Industria cultural y creativa, Economía naranja, Startup, Emprendimiento, Sostenibilidad empresarial, Dimensión Económica, Dimensión Social, Dimensión ambiental

ABSTRACT

The big bet by the innovation and productive development in the colombian Caribbean, has been one of the themes that has moved the political focus of the state and society in recent times.

The incessant need to move the productive apparatus has become the motivation of different projects, plans and policies that aim in the direction of the new boom of the Startup or also called emerging companies, in the consolidation of business ideas viable, scalable, and costeffective at the time specifically directed at a sector of the economy, which is still in

exploration, but sees a great economic potential for the productive apparatus of the country, and this is the economy of orange and the cultural and creative industries, which, through the special program for the CREATIVE CHALLENGE, these begin to take form and enter into the structuring and consolidation of our business .

However, the problem of the permanence in the market, referring specifically to the issue of economic sustainability, social and environmental, is one of the main challenges of the same programs, and entrepreneurs to be active actors in the market under study. From here is born the need to study, the Sustainability of the Business Startup participants of the program CREATIVE CHALLENGE in the Department of the Atlantic, with the main objective to determine the incident factors in the business sustainability of these enterprises, for the definition of strategies to promote your business dynamics.

To do this, we identified and analyzed the factors of business sustainability of these companies during the year 2017 and proposed strategies that promote the sustainability of the business Startup Participants of the Program Creative Challenge in the Department of the Atlantic, by using a design methodology based on the field research through quantitative techniques of measurement and analysis of alpha-numeric data of the surveys carried out to 21 companies in the program CREATIVE CHALLENGE by using statistical program SPS 18 that allowed to discover that the most important factors for the business sustainability are the factors of Management empresarial conformados for the variables of Planning, Organization, Direction and control, and the Factor Market, constituted by the following variables: Knowledge of the Market, Positioning of Brand, products and services, Relationship with the client.

The investigation is based on a structure chapter VI chapters framed in the research line of Business innovation.

From the theory which is the basis for this research project according to the arguments of the Triple Bottom Line of Elkington (1999), a business is sustainable business-like way when he achieves a balance between the economic, social and environmental necessary for the success of a corporate governance, however, in the startup object of study this is not true at all.

In the identification of the factors of business sustainability is found seven factors which are grouped into three dimensions: social Dimension (human resource Management and social aspects), Economic Dimension (business Management, marketing, production, financial, technological, research and innovation) and environmental Dimension Factors (environmental management).

Within the identification of these factors determined the relationship or degree of association that exists between a and another variable and as a result is obtained that of these seven (7) factors, five (5) are highly related and two showed a lower relationship (environmental Management and human management).

From the perspective of business sustainability view from economic dimension highlights the factors of business management and market as the most important factors for entrepreneurs as a tool for the achievement of business sustainability. This result is consistent with the reality of the startup object of study since these initiatives are units in growth and do not have a business model that is defined by what does not constitute as a real company. It is noteworthy that while the Planning part essential factor of business management as a tool that helps organizations to manage relationships with the future for the case of the companies under study, they focus their efforts on planning as the only tool for the success of the business management giving less importance to the direction and control in many cases by lack of knowledge of the strategic planning process due to the level of study of the entrepreneurs in particular through the instrument applied.

Other factors of less importance, which is part of the production management are the provisioning and the inventory, taking into account that these entrepreneurs work by orders, and in addition in some cases the economic activity that they develop do not require storage. In general terms, the reality is in relation with the statistics, the planning of the production argue it is more important than the inventory.

On the other hand, being the Startup companies, young and in the boot state, and for which their economic activity is not yet recognized widely due to the short time in the market, it is easy to understand that your interest focuses on the two intermediate variables of the management of market: The Market Knowledge and the Positioning of the Brand, variables

necessary for the formulation of strategies that will allow them to make visible their products or services.

Another of the findings is that for these business initiatives, the technology is more important than innovation, from the perspective of the factor of management technology, research and innovation, is open to question and refute the position taken by the Startup participating in the Creative Challenge taking into account that technology and innovation are deeply related, and are supported in many ways, innovation is one of the key factors at the time of the launch of a new idea through entrepreneurship and the creation of a startup.

The identification of the factors of the sustainability of the business Startup creative challenge allows you to establish a set of criteria adjusted to the economic reality of the companies in the región, in order to identify at which they are failing entrepreneurs and how they can develop management models that will decrease the mortality rate of these initiatives and to contribute to the sustainability of the same.

Confirming the theory of Elkington, in order to achieve the business sustainability it is necessary to involve the three dimensions: Economic, Environmental and Social, however, we find that even when they are present in the activity of the Startup, not all the intermediate variables are taken into account by the entrepreneurs, and these tend to give greater importance to some than to others.

Therefore, in this work we propose strategies to promote business sustainability in the Startup participating in the Creative Challenge.

Key words: cultural Industry and creative Economy, orange, Startup, Entrepreneurship, business Sustainability, Economic Dimension, Social Dimension, environmental Dimension

REFERENCIAS

1. Adorno, T. y Horkheimer, M. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. Buenos Aires: Revista Dialéctica del iluminismo.
2. Arias, F. (2012). EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN 6a EDICIÓN. Garzón, M. (2015) Código de ética empresarial para las Pymes: marco de referencia para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE). Revista espacios
3. Artaraz, M. 2002. Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas 2002/2 (URL: <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>)
4. Bergh, V. y Jeroen, C. (1996). Sustainable Development and mangement, ecological economics and sustainabe development theory, methods and application, pp. 53-79, Reino unido: Edward elgar Publishing Cheltenham
5. Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.*(Segunda Ed). México: Pearson Education. p. 219
6. Blank, S. y Dorf, B. (2013). *El Manual del Emprendedor.* México: Editorial Gestión 2000.
7. Bradley D., y Parrish B. (2005). What Tanzania's coffee farmers can teach the world: A performance-based look at the fair trade–free trade debate. Sustainable Development.
Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/sd.276/abstract>
8. Bustamante, E. (2014). Las industrias culturales y creativas. Monográfico.
Recuperado de <file:///E:/Downloads/4178-15388-1-PB.pdf>
9. Bustamante, E., (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa,

10. Cámara de Comercio de Barranquilla (2016). Las industrias Creativas en el Atlántico. Cámara de Comercio de Barranquilla.
11. Cámara de Comercio de Bogotá (2010). Caracterización del sector de industrias culturales y creativas en Bogotá y Cundinamarca. Recuperado de <http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/observatorio/wpcontent/uploads/2017/05/Caracterizaci%C3%B3n-del-sector-de-industriasculturales-y-creativas-en-Bogot%C3%A1-y-Cundinamarca.pdf>
12. Carreño, M (2018) *Perfil de Sostenibilidad Empresarial de Micros Pequeñas y Medianas Empresas manufactureras de Santander. Una Metodología a través del Análisis Multivariable.* Tesis de Maestría Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. Bucaramanga
13. Centro de Estudios de Sostenibilidad (2007). Informe de actividades del Centro de Estudios de Sostenibilidad. Brasil: Fundación Getulio
14. Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL (2013). *Entre mitos y realidades. TIC, políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Naciones Unidas, Santiago, Chile.
15. Confecámaras. (2018) Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia. Recuperado de: http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Cuaderno_demografia_empresarial/Cartilla17.pdf
16. Daes, J y Ortega, D. (2017) Factores externos necesarios para el éxito de las startups en Colombia. Recuperado de <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/1791>

17. Daly, H. Y Farley, J. (2004). *Ecological Economics: Principles and Applications*. Island Press. Washington DC.
18. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2014). *Encuesta Anual Manufacturera*. DANE.
19. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2017). *Cuenta Satélite de Cultura*. Recuperado de:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticaspor-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-2005-2016>
20. Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMD) Reino Unido (1998)
“Creative Industry Task Force: Mapping Document” Recuperado de
<https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport>
21. Díaz, P. (2013). *Industrias culturales & industrias creativas, evolución histórica y conceptual, confluencias y divergencias. El caso de Santiago creativo, plataforma para la exportación de la industria creativa*. Tesis de Maestría. Santiago de Chile.
22. El Heraldo (abril 28 de 2019) el Atlántico mantiene atractivo para emprender.
Recuperado
De <https://www.elheraldo.co/economia/el-atlantico-mantiene-atractivo-para-emprender-625008>
23. El Heraldo (agosto 8 de 2017) así van las industrias culturales en Barranquilla.
Recuperado de <https://www.elheraldo.co/entretenimiento/asi-van-las-industriasculturales-en-barranquilla-388881>

24. El Heraldo (octubre 23 de 2017). Reto Creativo, el proyecto de la Gobernación del Atlántico que busca emprendedores. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/local/reto-creativo-el-proyecto-de-la-gobernacion-delatlantico-que-busca-emprendedores-296346>
25. Gallopín, G. (2006). Los Indicadores de Desarrollo Sostenible: Aspectos Conceptuales y Metodológicos. Trabajo presentado en Seminario de Expertos sobre Indicadores de Sostenibilidad en la Formulación y Seguimiento de Políticas. FODEPAL, Santiago de Chile. Recuperado de: tp://ftp.utralca.cl/redcauquenes/cauquenes%20estudio/Articulos/GALLOPIN_LOS%20INDICADORES%20DE%20DESA
26. Giraldo, J (2016). Factores de Gestión para la Sostenibilidad Empresarial en las pequeñas y medianas empresas del sector industrial. Trabajo de Investigación Universidad de los llanos, Villavicencio. Recuperado de <http://repositorio.unillanos.edu.co/jspui/handle/001/508>
27. Global Entrepreneurship Monitor-GEM (2016). Reporte GEM Colombia 2016-2017. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/49812>
28. Gobernación del Atlántico (2017). Términos De Referencia De La Convocatoria De Apropiación Y Acompañamiento Para Mejorar Las Capacidades Emprendedoras Y El Desarrollo De Industrias Creativas & Culturales En El Departamento Del Atlántico, Segundo Ciclo. Atlántico: Ministerio de Cultura
29. Habermas, J. (1976). La reconstrucción del materialismo histórico. Taurus, Madrid.
30. Hartley, J. (2005). Creative industries. Oxford: Blackwell Publishing

31. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación 5ª edición. México: McGraw Hill
32. Hurrell, A. y Kingsbury, B. (1992). The international politics of the environment. Oxford: Clarendon Press
33. INNpulsa (s.f.) ¿Que es INNpulsa Colombia? Recuperado de <https://www.innulsacolombia.com/es/preguntas-frecuentes>
34. Lebrún, A. (2014). Industrias Culturales, Creativas Y De Contenidos. Lima: Revista Concensus.
35. Mesa Editorial Merca 2.0 (2015) ¿Qué es una startup y cuál es su importancia dentro de la industria de la mercadotecnia?. Recuperado de <https://www.merca20.com/unastartup-importancia-la-industria-la-mercadotecnia/>
36. Montoya, D. (2016). Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. España: *Revista Contexto*.
37. Organización de las Naciones Unidas - ONU (2014) GUIDE TO CORPORATE SUSTAINABILITY. Recuperado de: <https://www.unglobalcompact.org/library/1151>
38. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura— UNESCO (2010). Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Francia: División de Expresiones Culturales e Industrias Creativas, Sector de la Cultura.
39. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura— UNESCO (2009). Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Recuperado de

http://www.lacult.unesco.org/docc/UNESCO_Guia_por_una_economia_creativa.pdf

f

40. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2016).

Startup América Latina 2016: Construyendo un futuro innovador. Centro de desarrollo OCDE

41. Guzmán Tole, J. F. y Osorio Prieto A. F. (2018). Las Startup en la región de Bogotá y los modelos que se pueden utilizar para que sean sostenibles (Tesis de pregrado).

Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá. Recuperado de <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/6699>

42. Palacio, J. (2018). *Análisis de la capacidad competitiva de las Startup del sector de las industrias culturales y creativas en el Departamento del Atlántico, Colombia.*

Tesis de Maestría. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

43. Revista Dinero (diciembre 7 de 2017) . Las startups colombianas necesitan más recursos. recuperado de

<https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/elproblema-de-la-innovacion-es-de-recursos/247472>

44. Sacco, P. L. (2016). Cultural participation: New challenges and opportunities. Governance of culture: promoting access to culture Council of Europe (pp. 1-24).

Recuperado de <https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Moscow/pptsacco.pdf>

45. World Commission on Environment and Development -WCED (1987). Our Common Future. Oxford and New York: Oxford University Press