

EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO COMO GESTIÓN ESTRATÉGICA EN EL DESARROLLO DE EMPRESAS COLOMBIANAS

MAGDA BEATRIZ OTERO MEDRANO
Código estudiantil: 2022213348180

MARÍA ISABEL RIVERA RODRÍGUEZ
Código estudiantil: 2022213348117

YESID ALEXÁNDER FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ
Código estudiantil: 2022213348179

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar el título de:
ESPECIALISTA EN GERENCIA E INNOVACIÓN

Tutor:
MAGDA ANDREA MONSALVE PELÁEZ

RESUMEN

Los autores enfocaron la investigación en el concepto de emprendimiento, pero desde la perspectiva de las empresas ya consolidadas, por lo cual se hablará de emprendimiento corporativo.

La investigación realizada utiliza un diseño exploratorio, de tipo cualitativo documental, ya que se basa en la revisión bibliográfica acerca del concepto emprendimiento corporativo.

Para esta investigación en particular, los autores pretenden conocer el caso de empresas colombianas que hayan adoptado de manera exitosa el emprendimiento corporativo. Para lograrlo, los autores establecieron tres objetivos específicos: diagnosticar el desarrollo del emprendimiento corporativo en las empresas colombianas, comparar las empresas que han implementado el emprendimiento corporativo y analizar cómo el emprendimiento corporativo se ha convertido en una fuente de ventaja competitiva.

En el marco teórico, se esbozan todos los aspectos relacionados al tema de interés, permitiendo entender, ampliamente, cómo nace el concepto de emprendimiento corporativo o intraemprendimiento. De esta manera, se tiene que el emprendimiento se define como la capacidad innata del ser humano para tomar decisiones e iniciar algo nuevo. Se destacan los aportes de varios estudiosos en el campo, como Cantillon y Say, quienes introdujeron los conceptos de emprendimiento y emprendedor. Se menciona la importancia del intraemprendimiento, que se refiere al emprendimiento promovido dentro de una organización, y se destaca su relación con la innovación y la búsqueda de nuevas oportunidades. Este último señalamiento encuentra relación con lo propuesto por Corduras et al., 2011, quienes indican que el término emprendimiento corporativo se define como cualquier actividad emprendedora que se lleva a cabo desde o en organizaciones existentes tanto públicas como privadas, que le permiten generar o sostener sus ventajas competitivas, mediante un adecuado uso de los recursos y

un entorno que propicia la identificación y/o explotación de ideas innovadoras por parte de emprendedores corporativos.

Para el intraemprendimiento o emprendimiento corporativo se identifican cuatro dimensiones: nuevos negocios en la empresa, capacidad de innovación, auto renovación y proactividad. Además, se presentan diferentes tipos de emprendimientos corporativos, que dependen del origen de las ideas y la iniciativa innovadora.

Para respaldar el enfoque teórico, se cita el modelo propuesto por Hisrich, que consta de tres fases principales: generación de ideas, selección y desarrollo. Se destaca la importancia de la cultura empresarial en el éxito del emprendimiento corporativo, promoviendo la tolerancia al riesgo, la experimentación, el aprendizaje y la innovación.

En cuanto a los resultados obtenidos, se destaca que el emprendimiento corporativo en las empresas colombianas ha sido posible gracias a la sistematización de procesos, la comprensión de la innovación como una necesidad para generar competitividad y el apoyo gubernamental a través de programas de emprendimiento e innovación.

Se observa que todas las empresas evaluadas, independientemente de su sector, han obtenido beneficios significativos a través de la implementación del emprendimiento corporativo, como el reconocimiento en su sector, la diversificación de su modelo de negocio y la mejora de sus productos y servicios.

Esto ha contribuido a su fortalecimiento financiero y expansión, incluso a nivel internacional.

El emprendimiento corporativo ha permitido a las empresas colombianas generar diferenciación en el mercado, interiorizar la innovación, promover una cultura emprendedora y ser consideradas como una buena opción para profesionales en busca de oportunidades de crecimiento.

Palabras clave: emprendimiento corporativo, ventaja competitiva, intraemprendimiento, innovación.

ABSTRACT

The authors focused their research on the concept of entrepreneurship, but from the perspective of already consolidated companies, for which reason corporate entrepreneurship will be discussed.

The carried-out research uses an exploratory design, of a qualitative documentary type, since it is based on a bibliographic review about the concept of corporate entrepreneurship.

For this research, the authors intend to know the case of Colombian companies that have successfully adopted corporate entrepreneurship. To achieve this, the authors established three specific objectives: to diagnose the development of corporate entrepreneurship in Colombian companies, to compare the companies that have implemented corporate entrepreneurship, and to analyze how corporate entrepreneurship has become a source of competitive advantage.

In the theoretical framework, all aspects related to the topic of interest are outlined, allowing a broad understanding of how the concept of corporate entrepreneurship or intra-entrepreneurship was born. In this way, entrepreneurship is defined as the innate ability of the human being to make decisions and start something new. The contributions of various scholars in the field are highlighted, such as Cantillon and Say, who introduced the concepts of entrepreneurship and entrepreneur. The importance of intrapreneurship is mentioned, which refers to entrepreneurship promoted in an organization, and its relationship with innovation and the search for new opportunities is highlighted. This last statement is related to what was proposed by Corduras et al., 2011, who indicate that the term corporate entrepreneurship is defined as any entrepreneurial activity carried out from or in existing public or private organizations, which allows them to generate or sustain their competitive advantages, through an appropriate use of resources and an environment conducive to the identification and/or exploitation of innovative ideas by corporate entrepreneurs.

For intrapreneurship or corporate entrepreneurship, four dimensions are identified: new business in the company, capacity for innovation, self-renewal and proactivity. In addition, different types of corporate entrepreneurship are presented, which depend on the origin of the ideas and the innovative initiative.

To support the theoretical approach, the model proposed by Hisrich is cited, which consists of three main phases: generation of ideas, selection and development.

The importance of business culture in the success of corporate entrepreneurship is highlighted, promoting risk tolerance, experimentation, learning and innovation.

Regarding the results obtained, it is highlighted that corporate entrepreneurship in Colombian companies has been possible thanks to the systematization of processes, the understanding of innovation as a necessity to generate competitiveness and government support through entrepreneurship and innovation programs.

It is observed that all the companies evaluated, regardless of their sector, have obtained significant benefits through the implementation of corporate entrepreneurship, such as recognition in their sector, the diversification of their business model and the improvement of their products and services. This has contributed to its financial strengthening and expansion, including internationally. Corporate entrepreneurship has allowed Colombian companies to generate differentiation in the market, internalize innovation, promote an entrepreneurial culture, and be considered a good option for professionals in search of growth opportunities.

KeyWords: corporate entrepreneurship, competitive advantage, intrapreneurship, innovation.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Amo, B., & Kolvereid, L. (2005). Organizational strategy, individual personality and innovation behavior. *Journal of Enterprising Culture*, 13(1), 7-19.

2. Antoncic, B., & Hisrich, R. (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing* 16, 495–527.
3. Corbetta, G., Huse, M., & Ravasi, D. (2004). *Crossroads of entrepreneurship*. United States: Springer Science Business. Media Inc.
4. Coduras, A., Peña, I., & Guerrero, M. (2011). *Emprendimiento corporativo en España*. Madrid: GEM España-Fundación Xavier de Salas para la Dirección.
5. Demirci, A. (2013). In pursuit of corporate entrepreneurship: How employees perceive or role of formalization and centralization. Recuperado de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=3161a3b3-22a8-45b1-867b-62ff808123370%40sessionmgr115&hid=117>
6. Drucaroff, S., & Kantis, H. (2009). *Emprendimiento corporativo en América Latina: conceptos, lecciones de la experiencia coreana y plataforma estratégica para su desarrollo en la región*. Korea: Novuyuki Otsuka.
7. Ferreira, J. J., Lacerda, T. C., & Silva, M. A. (2021). Corporate entrepreneurship in Colombia: mapping the research field. *Review of International Business and Strategy*, ahead-of-print(ahead-of-print).
8. José Navarro y Juan José Salazar (2018). artículo "Corporate entrepreneurship in emerging economies: An exploratory analysis in Latin America" es un estudio exploratorio publicado en la revista "Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies".
9. Kester, P. (2014). El intraemprendimiento. Recuperado de <http://files.meetup.com/11025312/EL%20Intraemprendimiento.pdf>.
10. Koppl, R. (2007). Entrepreneurs are not experts. *The Annual Proceedings of the Wealth and Well-Being of Nations*, 109-123.
11. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., y Hayton, J. (2015). Corporate entrepreneurship: the innovative challenge for a new global economic reality. *Small Business Economics*.
12. Kuratko, D., Montago, R. & Hornsby, J. (1990); "Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment". *Strategic Management Journal*, vol. 11 (5): 49-58.
13. Pinchot, G. (2010). *Innovation & Entrepreneurship*. Recuperado de <http://www.pinchot.com/intrapreneuring/>.

14. Robert D. Hisrich (1994) "Corporate Entrepreneurship: How to Create a Thriving Entrepreneurial Spirit Throughout Your Company" y "Entrepreneurial Management". (2005).
15. Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*, 26, 94-119. RODRÍGUEZ, A. (2011) El emprendimiento corporativo en empresas jóvenes: un estudio desde la Grounded Theory. Tesis doctoral para obtener el título de doctor en Ciencias Empresariales. Universidad de Nebrija. Madrid, España.
16. Rodríguez, R. (2018). The impact of corporate entrepreneurship on innovation in Latin America. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14(2), 71-96.
17. R, German y Uribe, M (2019) El emprendimiento corporativo, un factor de productividad y competitividad (página 46, 51).
18. Sharma, P. & Chrisman, J. (1999); "Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 23(3): 11-27.
19. Seshadri, D., & Tripathy, A. (2006). Innovation through intrapreneurship: The road less travelled. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*, Vol. 31 (1): 17-29.
20. Susbauer, J. (1973). *Intracorporate Entrepreneurship: Programs in American Industry*. Cleveland: Cleveland State University.
21. Trujillo, M., & Guzmán, A. (2008). Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuadernos de Administración*, 21(35), 37- 63.
22. Vesper, K. (1990). *New venture strategies*. Englewood Cliffs, N.J.:Prentice-Hall