

EL EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO EN CUBA, RETO EN LA RELACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA

CORPORATE ENTREPRENEURSHIP IN CUBA, A CHALLENGE IN THE UNIVERSITY-COMPANY RELATIONSHIP

Dr. C. Ana de Lourdes Torralbas Blázquez, PT. Universidad de Holguín Cuba, anatb@uho.edu.cu y anatbcuba@gmail.com ; Ms. C. Leydis Lamoth Borrero, P.A. Universidad de Holguín. Cuba llamothb@uho.edu.cu y leydislb@gmail.com

RESUMEN

La realidad económica de nuestro país, implica que las organizaciones han de dotarse de nuevas herramientas y métodos de trabajo que les permitan poner la innovación y creatividad del capital humano, en un lugar primordial dentro de las mismas. Cambiar lo que tradicionalmente se ha hecho, por asumir que el tiempo y la creatividad se convierten en el recurso primero de cada organización, en un entorno cada vez más cambiante y vulnerable, es un reto para las relaciones de las empresas con las instituciones generadoras del conocimiento. El emprendimiento corporativo es una modalidad de la actividad emprendedora que se produce en el seno de las organizaciones, permite fortalecer el capital humano o equipos de trabajo que generan nuevas ideas, las fomentan y llevan a la práctica procesos innovadores aprovechando los recursos con que cuentan. En estas organizaciones, los vínculos con la academia hacen que las universidades pasen de ser agente aislado que da inicio a una investigación básica, o continuidad a una investigación aplicada, al proceso innovador de convertirse en agente activo en los cambios de los sectores económicos del territorio. El presente trabajo expone un acercamiento teórico al emprendimiento corporativo, y algunas teorías tomadas del ámbito internacional, que son contextualizadas pues propician el espíritu emprendedor en las organizaciones cubanas, y reafirman la necesidad de una estrecha relación entre los actores económicos y las universidades en función de la actividad innovadora en el sistema empresarial.

Palabras clave: innovación, creatividad, intraemprendimiento, universidad, organizaciones.

ABSTRACT

The economic reality of our country implies that organizations have to equip themselves with new tools and working methods that allow them to put the innovation and creativity of human capital in a fundamental place within them. Changing what has traditionally been done, by assuming that time and creativity become the primary resource of each organization, in an increasingly changing and vulnerable environment, is a challenge for companies' relationships with the institutions that generate the knowledge. Corporate entrepreneurship is a modality of entrepreneurial activity that occurs within organizations, allows to strengthen human capital or work teams that generate new ideas, promote them and put into practice innovative processes taking advantage of the resources they have. In these organizations, the links with the academy make the universities go from being an isolated agent that starts a basic research, or continuity to an applied research, to the innovative process of becoming an active agent in the changes of the economic sectors of the territory. This work presents a theoretical approach to corporate entrepreneurship, and some theories taken from the international sphere, which are contextualized because they promote the entrepreneurial spirit in Cuban organizations, and reaffirm the need for a close relationship between economic actors and universities based on innovative activity in the business system.

Keywords: innovation, creativity, intrapreneurship, university, organizations.

INTRODUCCIÓN

La actual dinámica de los mercados influenciados por la globalización y la alta competencia, exige un espíritu decidido e implacable hacia la mejora continua como elemento diferenciador de competitividad en el área de los negocios. Se hace necesario el diseño de estrategias con objetivos estratégicos ambiciosos pero alcanzables con amplio espectro de responsabilidad social en organizaciones sin tener en cuenta su dimensión, capacidad y envergadura, propiciando un clima adecuado que incentive las estrategias colectivas y la invención.

La gerencia del talento o de personas vinculadas al entorno organizacional, deberá motivarse y gestionarse con acierto y liderazgo, despertando en ellas el deseo de convertirse en emprendedores dentro del contexto de las empresas, como el camino hacia el progreso y la supervivencia en la actual incertidumbre de los mercados. Sin lugar a duda, toda organización deberá despertar el compromiso mancomunado de su capital humano hacia el alistamiento necesario de cambio como aporte al crecimiento organizacional. (Márquez, 2020)

En el mismo orden de ideas, los entes económicos hoy día tienen una tendencia a alinearse con gran preferencia, más hacia la novedad buscando intraemprendedores para gestar cambios que generen impactos internos en las organizaciones; este aspecto del ámbito intrínseco deberá ser entonces la bandera e impulso que promueva en sus colaboradores un cambio mental hacia el éxito como factor clave. (Economía,

2016). El intraemprendimiento identifica a empleados o equipos dentro de organizaciones que se comportan con espíritu emprendedor para idear, fomentar y llevar a la práctica procesos o negocios innovadores, distintos al de la compañía matriz, pero aprovechando sus activos, posición de negocio u otros recursos. Si bien el actuar en el seno de una gran compañía aporta ventajas al intraemprendedor (financiación, infraestructura, personal de apoyo), este debe luchar contra el sistema y los procesos de la corporación, que tiende a resistirse al cambio. (Saénz-Diez)

Por tanto, es indispensable que la organización cuente con personal comprometido no solo con la eficiente labor desarrollada, sino que sea sublime hacia la promoción de cambios internos. Allí hace su aparición el intraemprendimiento, como el hecho de indagar en los subalternos la posibilidad de generar ideas novedosas en favor de la organización, a fin que estos beneficios vayan encaminados a incrementar los puestos misionales de la organización sin dejar de ser competitivos.

En este sentido, el hecho está relacionado con la particularidad de organizar estrategias, ya sea de lanzamiento de una novedad en su mecanismo de comercialización o gama y/o el desarrollo de nuevas características de estas. Los intraemprendimientos requeridos, entendidos como las iniciativas realizadas dentro de las empresas, generadores de transformación por crear nuevos mercados, procesos o formas de satisfacer al cliente, regularmente se relacionan con la novedad, ya sea en otras áreas o procesos al interior de la organización buscando status para aumentar sus ventas. (Márquez, 2020)

La universidad, como institución creadora y difusora de conocimiento, tiene un importante papel que cumplir en la generación de emprendimientos entre estudiantes, graduados, docentes y el sector empresarial, así como también, entre la población de su territorio de influencia. Este protagonismo se transforma en un compromiso, por lo que debe aplicar el

conocimiento generado en su interior para el nacimiento, fortalecimiento y viabilidad de emprendimientos productivos, pues su credibilidad y pertinencia se hará evidente en la medida en que forje profesionales que impulsen la calidad de los procesos en que se desenvuelven, que busquen su desarrollo personal y profesional, con iniciativa y creatividad en el mejoramiento de las empresas existentes o en la creación de nuevas, con una alta capacitación científico-técnica que le permita acometer la búsqueda de soluciones oportunas a los problemas que aquejan a la sociedad y el país (Torralbas Blázquez, 2018).

Ante esta realidad, resulta pertinente desarrollar un modo de actuar basado en la innovación y la creatividad, sustentado en el diseño de las agendas de formación, investigación y extensión de la universidad en vínculo directo con las necesidades económicas y sociales del territorio. Por lo que en el presente trabajo se expone un acercamiento teórico al emprendimiento corporativo, y algunas teorías tomadas del ámbito internacional, que son contextualizadas pues propician el espíritu emprendedor en las organizaciones cubanas, y reafirman la necesidad de una estrecha relación entre los actores económicos y las universidades en función de la actividad innovadora en el sistema empresarial.

DESARROLLO

La práctica del emprendimiento, aparejado a la innovación, ha cobrado actualmente gran importancia en el desarrollo socioeconómico de muchos países, pues sus beneficios se evidencian en la generación de empleo y subempleo, en la solución parcial de la problemática que le concierne a los gobiernos, en la creación de nuevas tecnologías, el desarrollo de nuevos modelos de procesos para maximizar y optimizar la productividad de las empresas, al posibilitar su supervivencia, posicionamiento y competitividad sostenida en el mercado, en la satisfacción de las necesidades de los clientes cada vez más exigentes y en la ampliación de los renglones exportables de productos o servicios derivados de la ciencia y la técnica. Esta actividad se ha convertido en un motor impulsor y generador de beneficios y riquezas para cualquier país.

Peter Drucker (Drucker, 1985), en el ámbito del management, habló también de la relación entre la innovación y la cultura emprendedora. Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. En la actualidad, las empresas necesitan cada vez más tener en su ámbito incubadoras que permitan dar rienda suelta al nacimiento de genios emprendedores dentro. La alianza entre el emprendedor y el empresario es perfecta, porque el primero nace de la genética y la educación, que conforman su personalidad, mientras que el segundo se asienta en su experiencia y en su formación, y en las técnicas y estrategias de gestión.

En el ámbito empresarial, incluso en el más reducido, también se encuentran personas inquietas e innovadoras. Estas pueden ser sujetos a los que se asigne un proyecto o línea de negocio para desarrollar internamente en la compañía, poniéndolo en marcha dentro de la misma: son los intraemprendedores, aquellos que con su carácter dotan a la empresa de un espíritu de nueva empresa.

Diversos autores argumentan que el emprendimiento corporativo sólo tiene lugar en el interior de la organización: "Stopford y Baden Fuller (1990) describen el emprendimiento corporativo como el „rejuvenecimiento“ de una organización existente”, llevado a cabo sólo por actores de la organización. Así, el emprendimiento corporativo puede ser utilizado como un sinónimo de intraemprendimiento (Vásquez, 2008). En tal sentido, otros investigadores comentan que: El emprendimiento corporativo no solo se limita a los emprendimientos internos o al capital de riesgo corporativo; también incluye la renovación organizacional y el intrapreneurship,

inculcando una perspectiva empresarial en los empleados, particularmente aquel comportamiento alineado con la rapidez y flexibilidad en las acciones (Drucaroff & Kantis, 2009).

Según las memorias de Emprendimiento corporativo en España del Centro Internacional Santander de Emprendimiento (CISE) (Investinspain, 2021), se especifica que: “El emprendimiento corporativo es una modalidad de la actividad emprendedora que se produce en el seno de todo tipo de organizaciones, tanto públicas como privadas. Y suele ser un proceso muy complejo en la medida en que ha de responder a una gran variedad de circunstancias internas y externas a la organización y a las personas que lo protagonizan.”

Algunos teóricos consideran el intraemprendimiento y el emprendimiento corporativo como sinónimos: (Sharma-Chrisman, 1999) definen emprendimiento corporativo como el proceso a través del cual un individuo o un grupo de individuos en asociación con una organización existente, crean una nueva organización o instigan la renovación o innovación al interior de la organización. La creación de nuevas empresas, la innovación resultante de procesos de consultoría e incluso, los emprendimientos corporativos con carácter social resultan en emprendimientos corporativos de diversa índole que puede tener un impacto externo, causado por el desarrollo de nuevos productos o servicios, o un impacto interno, debido a la innovación en los procesos desarrollados por la organización.

En el contexto cubano las autoras de la investigación consideran el intraemprendimiento a similitud del emprendimiento corporativo, pues está enfocado hacia el desarrollo de nuevos o mejorados procesos, productos y/o servicios que aporten ventajas competitivas a la entidad ya establecida pero que requiere de un proceso innovador en su gestión. También es válido destacar que la innovación es parte de este proceso intraemprendedor y hoy en día es un término muy utilizado dentro de las organizaciones pues es la capacidad del capital humano de hacer algo nuevo, que las personas necesiten, que tenga valor y un mercado que lo quiera.

Joan Riera, profesor de ESADE Business School, expresa que el verdadero emprendimiento corporativo se basa en las personas de la organización y en su capacidad para detectar oportunidades y convertirlas en negocio. Es una de las fórmulas para potenciar la innovación y la competitividad de éste. Sus resultados llevarán a generar ventajas competitivas, obtener mejoras en rentabilidad, producir fuentes de crecimiento o guiar a nuestra compañía hacia una renovación estratégica. El emprendimiento corporativo es una disciplina que se aprende, se practica, se mide y se gestiona. Se trata de la receta del futuro que transforma organizaciones clásicas con sistemas operativos obsoletos y las convierte en empresas más innovadoras, ágiles y adaptativas. Tiene, además, múltiples beneficios colaterales como, por ejemplo, detectar talento latente y retener a los que nuestro negocio necesita hoy más que nunca: los inquietos, los curiosos, los proactivos, los flexibles, los optimistas, los ambiciosos, los que quieren aprender, los motivados, los apasionados, los que se aventuran, los inconformistas (Riera & Soler, 2017)

Las autoras de esta investigación, coinciden con Riera en que el emprendimiento corporativo se fundamenta en dos ejes:

☒ Crear un ecosistema organizacional que se fundamente en el espíritu emprendedor, potenciando una actitud, una mentalidad, una cultura y unas habilidades, no siempre fáciles de generar en empresas con años de tradición e inercia.

☒ Definir una estrategia, disponer de herramientas y diseñar procesos que permiten identificar, definir, desarrollar, capturar y capitalizar oportunidades de negocio de manera ordenada y profesional.

En Cuba, se potencia el emprendimiento cada día más como una vía para encauzar el Modelo Económico Cubano (Comité Central del Partido Comunista de Cuba, 2016) y potenciar el sector empresarial, lo que se pone de manifiesto con el recién aprobado Decreto Ley para la creación de las PYMES y MIPYMES. Sin embargo, todos estos antecedentes implican un nuevo actuar, por lo que en este trabajo se hace una propuesta para el fomento del emprendimiento corporativo en las organizaciones cubanas.

A continuación se proponen algunas ideas (Babarro, 2020) compartidas por las autoras que permitirán potenciar ese espíritu intraemprendedor en las organizaciones cubanas y por ende la necesidad de una estrecha relación de las empresas con las universidades:

1. Potenciar más las estructuras horizontales frente a las jerarquías verticales: La estructura organizativa horizontal es aquella en la que se han eliminado la mayoría de los mandos medios y sus funciones, con lo que la alta dirección está en contacto directo con los trabajadores. Tienen una corta cadena de mando y un amplio abanico de control de gestión. El organigrama horizontal representa una cultura empresarial basada en el proceso de trabajo y no en un mando de poder jerárquico.

El intraemprendimiento funciona mejor en estructuras planas, por lo que se deberán adoptar grupos de trabajo horizontales. La línea jerárquica tradicional no encaja en esta estructura. Por el contrario, pequeños grupos de trabajo colaborativo, en los que no existen jerarquías, han demostrado ser el modelo óptimo para desarrollar el intraemprendimiento, entre sus ventajas:

☒ Satisfacción: el capital humano suele estar más motivado, ya que goza de mayor autonomía e independencia

☒ Mejor (y mayor comunicación interna): no existen barreras que impidan la comunicación abierta con todos los niveles de la organización

☒ Cooperación: se fomenta más el trabajo en equipos

☒ Éxitos y fracasos grupales, no individuales: se fomenta el conocimiento compartido, la mentalidad es de colaboración

☒ Agilidad: se aumenta la rapidez y agilidad de los procesos, pues se reducen los mandos intermedios

☒ Menos burocracia.

☒ La toma de decisiones es rápida.

☒ Innovación: mayor fluidez e ideas, trabajadores más creativos e innovadores

☒ Formación continua

2. Potenciar la creatividad y la innovación: La mayoría de las organizaciones están diseñadas para matar la creatividad, por lo que en el emprendimiento corporativo es clave potenciar la creatividad y la innovación, propiciando espacios para la generación de nuevas ideas con metodología innovadoras y ágiles. Pero éstas deben enfocarse en los retos y problemas más apremiantes que enfrenta la organización. De esta forma los colaboradores entenderán que no

queremos cualquier tipo de idea u ocurrencia, sino ideas alineadas a la estrategia de la empresa y que den una ventaja competitiva.

3. Lograr entornos de trabajo colaborativo: Si se pretende lograr un entorno de trabajo colaborativo, los despachos cerrados no favorecen la innovación y el intraemprendimiento. Por el contrario, se deben compartir espacios para favorecer interacciones entre los miembros del grupo. Las oficinas abiertas permiten trabajar mejor en equipo y conocer a los compañeros. Asimismo, en ellas surgen nuevas ideas y se comparten experiencias. El concepto de Open Office significa también libertad de horarios para la creación, en definitiva, trabajar con libertad de acción.

4. Cultura del error: Aprender de los errores y no eliminar las iniciativas de los intraemprendedores, a la larga consigue mejores resultados.

5. Colaboración y diversidad: Buscar la cooperación entre los mejores profesionales de nuestra empresa, combinando las mejores cualidades de las distintas generaciones junto con talentos externos, pueden llevar al éxito de un proyecto. Crear es importante pero también debemos ser integradores de todo lo mejor que nos pueda ofrecer el mercado

6. Apoyo de gerencia: el intraemprendedor debe tener la seguridad de que es dueño del proyecto, es decir, no solo que tenga la autonomía suficiente para la puesta en marcha o creación del producto, sino que le permitan participar en el resultado final. Para ello es importante que participe en los beneficios que el nuevo producto pueda generar y que colabore también en su seguimiento y mantenimiento.

Al ser las universidades espacios privilegiados de encuentro, se debe potenciar aquellos que favorecen la vinculación entre diversos actores, en ellas se generan muchas de las redes que facilitan interacciones entre empresas e investigadores, así como la circulación de ideas, además de ser sitios idóneos para hacer conferencias y foros donde se logran acuerdos y se establecen estándares que tienen impacto en las industrias. La nueva visión de innovación, implica cambios importantes en la universidad de forma tal que pase de ser agente aislado que da inicio a una investigación básica, o continuidad a una investigación aplicada, al proceso innovador de convertirse en agente activo en los cambios de las organizaciones, empresas y sectores económicos del territorio al aplicar los resultados de sus investigaciones para la mejora económica del entorno socioeconómico del territorio (relación universidad empresa).

Por lo que, la incorporación de la formación sobre innovación en las universidades es una necesidad social para cada territorio, sensibilizar y dinamizar la creatividad desde las aulas, fomentar la cultura emprendedora y de innovación y formar futuros emprendedores en todos los ámbitos, que contribuyan económica y socialmente a su territorio, se convierte en un reto cada día. La innovación es una necesidad de supervivencia para los actores sociales, pues si los profesionales, las empresas y otras instituciones no innovan o, al menos, no actualizan sus conocimientos, serán expulsados del mercado. En correspondencia con esta afirmación, potenciar el emprendimiento corporativo constituye el eje básico de una economía que pretende consolidarse en el menor plazo que sea posible.

La universidad, en el desarrollo y práctica de esta actividad, constituye una institución fundamental, pues participa en la producción de conocimientos científicos y posee una estructura organizacional que le permite formar para el emprendimiento, la creatividad y la innovación. Además, forma parte del entorno productivo y tecnológico, al conseguir un nivel adecuado de relaciones con el entorno socioeconómico que posibilita la obtención de resultados

de incidencia económica y social y, en consecuencia, reforzar su carácter de centros de investigación e innovación tecnológica; al tiempo que integran el entorno de capacitación, al actuar como centros de formación y actualización permanente del conocimiento, la formación continua y la capacitación del capital humano. El orientar los esfuerzos de la comunidad científica universitaria, hacia la solución de los problemas económicos, sociales y culturales de la comunidad y, asegurar la calidad de los aportes que se puedan realizar es posible.

CONCLUSIONES

Con la realización de la investigación se arriba a las siguientes conclusiones:

- ☒ El entorno socioeconómico cubano, es propicio para la incorporación del emprendimiento en el seno de las organizaciones cubanas y responde al llamado de la máxima dirección del país.
- ☒ El fomento del emprendimiento corporativo en las organizaciones cubanas, garantiza nuevos enfoques de gestión que le permiten convertir las necesidades de los clientes en oportunidades de negocios y potencia la innovación y la creatividad en los sectores económicos de los territorios.
- ☒ La interacción de las universidades cubanas con el entorno socioeconómico de los territorios, propicia espacios para la formación y desarrollo de emprendimientos que generalizan los resultados de I+D+i, y elevan la eficiencia de los actores económicos de los mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Babarro, C. C. (2020). Espíritu startup”: seis claves para fomentar el intraemprendimiento corporativo. Euroforum. doi: <https://www.euroforum.es/blog/espirtu-startup-seis-claves-para-fomentar-elintraemprendimiento-corporativo/>
- Comité Central del Partido Comunista de Cuba. (2016). Actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el periodo 2016-2021. In Partido Comunista de Cuba (Ed.). La Habana, Cuba.
- Drucaroff, S., & Kantis, H. (2009). Emprendimiento corporativo en América Latina. Washington: fomin & bid. Drucker, P. (1985). Purposeful Innovation and the Seven Sources for Innovative Opportunity. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles, 30-36.
- Economía, A. (2016). Estos son los principales problemas de los peruanos al emprender., from <http://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/estos-son-losprincipales-problemas-de-los-peruanos-al-emprender>
- Investinspain. (2021). España, una economía competitiva y abierta. 2021, from <https://www.investinspain.org/es/innovacion>
- Márquez, F. A. A. R. I. E. B. N. R. L. R. (2020). Intraemprendimiento como elemento fundamental en las organizaciones del siglo XXI (Vol. 41 no. 1).
- Riera, J., & Soler, T. (2017). Impulso.
- Saénz-Diez, R. Emprendimiento Corporativo (Vol. 2): Universidad Pontificia Comillas ICADE.
- Sharma-Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the defiitional issues in the field of corporate entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice.

Torrallas Blázquez, A. d. L. (2018). Tecnología para la gestión del emprendimiento como competencia del capital humano. (Tesis en opción al título de Doctor en Ciencias Técnicas), Unviersidad de Holguín, Holguín.

Vásquez, M. A. T. D.-A. G. (2008). Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. (Doctorado), Universidad de los Andes, Bogotá