

¿Qué es para usted la Creatividad?

Describa que beneficios le genera el uso de la Creatividad a una empresa u organización.

¿Cuáles considera usted que deban ser las características de una persona emprendedora?

Introducción

La creatividad en la organización no se debe imponer, lo que se puede hacer es utilizar metodología de tipo mayéutica que nos permita descubrir la creatividad que todos tenemos pero que hemos inhibido. En los últimos años el dinamizador Mauro Rodríguez Estrada (1990), ha animado a seguir el camino para alcanzar el propio potencial creativo década uno de nosotros. Los seres humanos poseen un alto grado de necesidad de socializar, que influye en su comportamiento, al grado que la mayoría, lo único que quiere es desempeñar su rol de sujeto social. Para lograr integrarse en sociedad, con las actividades necesarias, le es imprescindible una forma de orientarse, aceptar qué es lo bueno y qué es lo malo.

En su etapa de aprendizaje la persona se limitara a estereotipos, para resolver sus necesidades biológicas y sociales, asumiendo determinados patrones y modelos de conducta, que le sirven de pauta para satisfacer esas necesidades y orientarse en el medio social. Normalmente, el individuo no debe buscar nada fuera de esos patrones y mucho menos crear otros nuevos, si no quiere ser rechazado. Así el individuo provisto de esas reglas, normas y modelos de interacción social se convierte en una personalidad social, sujeta a todas las actividades al nivel de civilización de su sociedad, que moldean su personalidad.

Creemos ver las cosas como son, pero en realidad lo que llega a nuestro cerebro es una enorme cantidad de impulsos originados por nuestras percepciones sensoriales, y lo que hacemos, además de seleccionarlás, es privilegiar algunas e impidiendo el acceso a la conciencia de otras. Eso significa que el mismo individuo que está buscando la imaginación (o la idea creativa) es quien debe explorar en su propia mente y trabajar en sí mismo para desarrollar sus propias habilidades de pensamiento y personalidad. La creatividad se está erigiendo como un elemento de vital

importancia para asegurar la competitividad de las regiones y las empresas. Ante la imposibilidad de competir en precios con algunas de las economías emergentes, las estrategias regionales han dado paso a una nueva ola de políticas de reforzamiento de las actividades basadas en el conocimiento y la I+D, en este orden de ideas responderemos las siguientes interrogantes:

¿Qué es para usted la Creatividad?

La creatividad es la capacidad de crear, de producir cosas nuevas y valiosas, es la capacidad inherente al cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. La actividad creativa debe ser intencionada y apuntar a un objetivo. En su materialización puede adoptar, entre otras formas la artística, la literaria o la científica, si bien, no es privativa de ningún área en particular. La creatividad es el principio básico para el mejoramiento de la inteligencia personal y del progreso de la sociedad y es también, una de las estrategias fundamentales de la evolución natural. Es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, por la adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta. Creatividad es la producción de una idea, un concepto, una creación o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisface tanto a su creador como a otros durante algún periodo. Todos nacemos con una capacidad creativa que luego puede ser estimulada o no. Como todas las capacidades humanas, la creatividad puede ser desarrollada y mejorada. Así, existen muchas técnicas para aumentar y desarrollar la capacidad creativa. Una de las más interesantes es la conocida como mapas mentales.

La creatividad, por su parte, es una herramienta que activa el proceso innovador por medio de la generación y desarrollo de ideas en el entorno empresarial. Asimismo, la creatividad es una facultad inherente a las personas, que se puede desarrollar de manera colectiva, y cuya utilización constituye una oportunidad para la mejora de la competitividad empresarial. Sin embargo, no siempre los equipos de trabajo de las organizaciones ni las estructuras de éstas utilizan modelos de trabajo que propicien su desarrollo. Anteriormente a las personas creativas se les llamaba genios, talentos, sabios, inventores y se les consideraba personas inspiradas por instancias divinas. Conviene ponerse de acuerdo en una única definición de los términos claves, propongo la siguiente definición de creatividad “capacidad de producir cosas nuevas y valiosas”. Al referirnos a “cosas” se toma en el sentido amplio, que incluye prácticamente todo, siguiendo un método, un estilo, una relación, una actitud, una idea objeto de creatividad. Cabe considerar las creaciones en forma, fondo y contenido. La creatividad en cuanto cualidad humana, es un hecho

psicológico y, por lo tanto, debe estudiarse el punto de vista de los sujetos implicados. El termino valor, alude distintos grados, es valioso para el circulo afectivo del sujeto creador, valioso para el medio social y valioso para la humanidad (fig.1

Fig. 1. Niveles eulerizados para valorar la creatividad



De la fig. 1, se puede deducir tres niveles de creación, que podríamos llamar:

- 1.-El nivel elemental o de interés personal y familiar.
- 2.-El nivel medio o de resonancia laboral y profesional.
- 3.-El nivel superior o de la creación trascendente y universal.

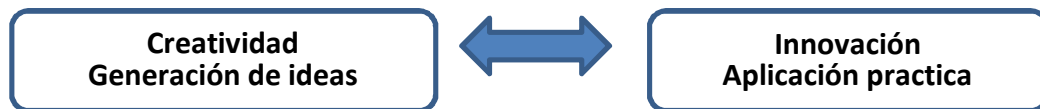
Toda persona normal puede aspirar a aportar contribuciones en los niveles 1 y 2, y probablemente la mayoría, con un entrenamiento serio en creatividad, logre llegar al nivel 3. En todo caso, no hay razón para restringir a nadie, “todo se puede hacer y todo se puede hacer creativamente”. La creatividad, es más que agudeza intelectual, es una actitud ante la vida, ante cualquier situación y aspecto de la vida. La identificación de los elementos clave de los casos más exitosos ha de permitir el desarrollo de herramientas para el fomento de la creatividad en las regiones participantes en los proyectos gerenciales.

El objetivo de este texto en este contexto es doble: por un lado, facilitar a los agentes públicos un instrumento para el fomento de la creatividad empresarial dirigida a la creación de empresas creativas o a la mejora de la competitividad de las existentes; y por otro lado, para las empresas o los potenciales emprendedores, introducir el concepto de creatividad en el ámbito de los negocios.

De manera instintiva, el término creatividad se ha vinculado de manera tradicional a la actividad artística o, más recientemente, gracias a ejemplos como los de empresas Apple o Google, a la innovación en sectores tecnológicos. En este último sentido, nuestra intuición no se encuentra desencaminada, ya que la creatividad y la innovación son dos conceptos que están asociados. Dicho de manera sencilla, la capacidad creativa se puede definir como la habilidad para generar de manera fácil ideas, alternativas y soluciones a un determinado problema. Teniendo en

cuenta esta definición, y colocándola en relación con el concepto de innovación, la creatividad representa el proceso de generación de ideas. De alguna manera es la inspiración que nos permite crear nuevas soluciones. Por su parte, la innovación es la capacidad de convertir estas ideas en algo aplicable, de darles sentido y valor dentro de un contexto hasta alcanzar un nivel de aceptación de la población (usuarios, clientes), fig.2.

Fig.2.Relacion Creatividad e Innovación

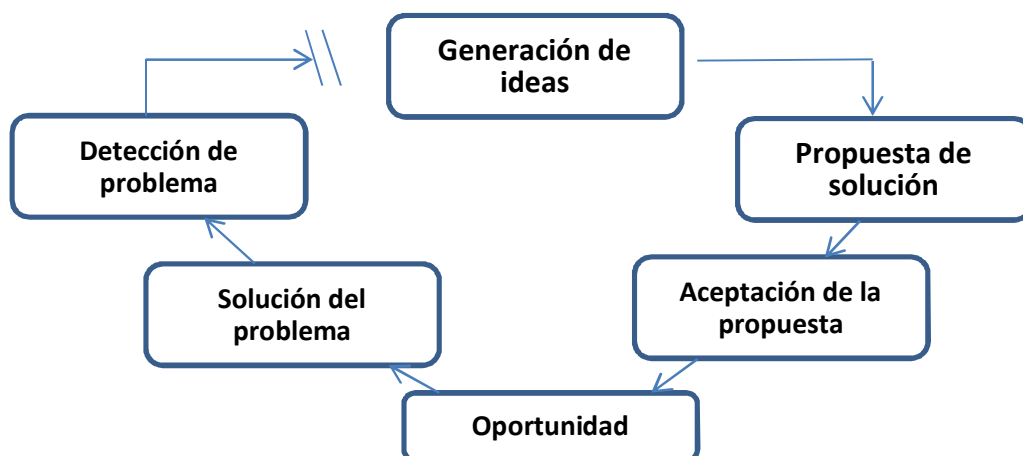


Así, en ocasiones podemos llegar a darnos cuenta de la Paradoja de la Creatividad: siendo una persona muy creativa, es decir, con gran capacidad de generar ideas, puede que a la vez sea poco innovadora y que sea incapaz de escoger de entre esas ideas las mejores y de aplicarlas de manera eficaz. Para superar esta incapacidad y para desarrollar el potencial creativo innato presente en todas las personas, se puede recurrir a técnicas que, como se verá más adelante pueden ser especialmente valiosas en el ámbito empresarial.

El proceso creativo

La generación de ideas y su utilización en forma de innovación, sigue un proceso cuyo análisis y aplicación facilita la solución de problemas y la formulación de estrategias de cambio que nos permita adaptarnos a una nueva situación (fig. 3). El proceso creativo sigue un esquema sencillo que comprende las siguientes fases:

Fig. 3. El proceso creativo



Fases del proceso creativo:

Fase I. Identificación y definición del problema. Se trata por tanto de utilizar la información existente en forma de datos estadísticos, opiniones,

necesidades, expectativas, objetivos, etc., para lo cual se puede recurrir a técnicas como los DAFO, el método Delphi, análisis morfológico.

Fase II. Generación y selección de ideas. Esta etapa constituye el núcleo creativo del proceso, ya que es en esta fase en la que se producen las ideas que servirán de base para el diseño de propuestas necesario para aportar una solución al problema o la situación creada.

Fase III. Consenso y puesta en marcha de la idea desarrollada. Una vez consensuada la solución definitiva, la puesta en marcha de las acciones necesarias para su implementación (establecimiento de hitos, personas responsables, presupuesto, etc.) permitirá que las ideas nacidas en el proceso creativo se conviertan en un proyecto concreto, es decir, en una innovación.

En el fondo el proceso creativo implica, una estructuración de la realidad, una desestructuración de la misma y una reestructuración en términos nuevos.

La actitud creativa

La creatividad, tal y como la hemos definido anteriormente, está dirigida a la búsqueda de alternativas a la situación existente o a la formulación de soluciones que den respuesta a problemas que se puedan presentar. La predisposición a encontrar nuevas soluciones y al cambio, se entiende que para la mejora, implica, además, la existencia de una actitud creativa.

La creatividad está relacionada con la utilización de mecanismos y métodos que no responden a esquemas y lógicas tradicionales. La complejización del entorno y de los problemas a los que nos enfrentamos requiere de nuevas ideas y, sobre todo, de nuevos enfoques

Describa que beneficios le genera el uso de la Creatividad a una empresa u organización.

La creatividad es beneficiosa para cualquier persona y edad, pero cuando se trata de edades tempranas, se potencia y desarrolla todas sus habilidades cognitivas, emotivas e instrumentales. La creatividad en los niños les ayudará a expresarse mejor y a desarrollar su pensamiento abstracto, teniendo mayor facilidad para resolver problemas mediante facultades creativas. En el otro extremo de la vida en el adulto se potencia la creatividad para su aprendizaje generalizado. Su autoestima se verá mejorada porque estimulará sus recursos propios creativos. Tendrá mejor conciencia de sí mismo. Potenciará la buena comunicación y la sociabilidad con los demás

porque tendrán mejor habilidad para expresar sus sentimientos y poder ser más receptivos con los pensamientos de los demás y preparándolo para el encuentro con la organización considerando un conjunto de beneficios, tales como:

1. Hacer lo que les gusta. Lo que obtengas de tu negocio en forma de satisfacción personal, ganancias económicas, estabilidad y placer será la suma de lo que pongas en él. Así que si no disfrutas lo que haces, esto se reflejará negativamente en tu negocio, lo que te conducirá al fracaso.

2. Tomarla seriamente. No puedes esperar ser efectivo y exitoso en los negocios a menos de que creas realmente en tu empresa y en los productos o servicios que vendes. Muchos emprendedores fallan al no tomar su trabajo en serio, lo que evita que se mantengan motivados.

3. Planear todo. Planear cualquier aspecto de tu negocio no sólo es algo que tienes que hacer, sino también construye hábitos que necesitas implementar y mantener como emprendedor. El acto de planear es tan importante porque requiere que analices cualquier situación del negocio, que investigues y reúnas información. Hacer un plan de negocios también tiene una segunda función: tener tus metas y cómo alcanzarlas en la teoría y práctica.

4. Manejar el dinero sabiamente. La esencia de todo negocio es el flujo de efectivo. Lo necesitas para adquirir inventario, pagar servicios y nómina, promover tu negocio, reparar y adquirir equipo, y pagarte a ti para que puedas seguir trabajando. Es por eso que los emprendedores deben ser sabios al administrar su dinero. Hay dos conceptos básicos que debemos entender: activos (el dinero que se recibe por concepto de ventas) y pasivos (gastos).

5. Pedir por la venta. Un emprendedor siempre debe recordar que cualquier actividad de marketing y publicidad es inútil, sin importar qué tan cara o creativa sea, si no consigue una cosa "pedir la venta". Esto no significa que no sea un gran activo de tu negocio o que no seas un buen vendedor o pubirrelacionista; sino que estas habilidades serán inútiles a menos de que pidas activamente a las personas que compren lo que vendes.

6. Recordar que todo se trata del cliente. El negocio no se trata de los productos o servicios que vendes, ni de los precios o de tu competencia. El negocio se trata de clientes. Después de todo, los clientes son los que deciden si triunfará o fracasará. Por eso, todo lo que hagas debe estar enfocado en el consumidor; de ahí que es tan importante que lo conozcas a la perfección.

7. Ser un buen auto-promotor (sin ser molesto). Uno de los grandes mitos sobre el éxito personal y empresarial, es que tus habilidades y beneficios serán descubiertos y

aceptados por las masas que harán filas para comprarte. ¿Pero cómo puede esto suceder si nadie sabe quién eres o qué vendes? La auto-promoción es una de las herramientas más beneficiosas, pero subestimadas, que los emprendedores tienen a su disposición.

8. Proyectar una imagen positiva del negocio. Tienes tan sólo unos minutos para dar una impresión positiva y memorable a las personas con las que deseas hacer negocios. Siempre debes dar una imagen profesional, aunque no tengas mucho presupuesto. Para impresionar a tus clientes apóyate en la creatividad y presta atención a cualquier detalle para dar la imagen que deseas.

9. Conocer a sus clientes. Una de las ventajas competitivas que los emprendedores tienen frente a los grandes competidores es que pueden ofrecer una atención personalizada. Se puede responder llamadas y conocer directamente a los clientes, lo que hará que confíen en ti.

10. Aprovechar la tecnología. Debes evitar dejarte sumergir demasiado por la alta tecnología, aunque sí debes aprender cómo obtener el máximo provecho de ella. Asegúrate mantenerte actualizado en este aspecto; recuerda que la mejor tecnología es la que te ayuda, no la que impresiona a los demás.

11. Tener un equipo es increíble. Nadie puede construir un negocio solo. Es una tarea que requiere de un equipo comprometido. Tu equipo puede incluir familiares, amigos, proveedores, alianzas de negocios, empleados, asociaciones y comunidad y sobre todo a tus clientes.

12. Darse a conocer como experto. Cuando tienes un problema que necesita solucionarse, ¿buscas el consejo de quien tenga mayor experiencia o de alguien que te ayude a resolverlo? Obviamente buscas la mejor asistencia que puedes recibir. Por eso, conforme más experto eres en tu negocio, más personas te buscarán, creándote mayores oportunidades de ventas y referencias.

13. Crear una ventaja competitiva. Un negocio debe tener bien definida su propuesta única de venta. Esto no es más que preguntarte: ¿Por qué alguien compraría tu producto o servicio en lugar de a la competencia? En otras palabras, qué aspecto te diferencia de tus competidores. Esto puede ser un servicio al cliente personalizado, ofrecer una garantía más amplia, mayor calidad, flexibilidad, mejor precio, entre otras.

14. Invertir en sí mismo. Los emprendedores más exitosos compran y leen libros, revistas, periódicos, sitios Web y publicaciones de su industria, sabiendo que estos recursos mejorarán su entendimiento del negocio. También hacen networking (red de contactos profesionales), con empresarios exitosos, asisten a seminarios y toman

cursos. Hacen esto porque saben que el aprendizaje es continuo y nunca dejan de invertir para crecer.

15. Sé accesible. En esta época todo se desea rápido y al momento. De la misma manera, debes facilitarles a las personas hacer negocios contigo, lo que significa que tienes que ser accesible y dar a conocer tus productos o servicios. Debes entregarles a los clientes lo que quieren, cuando quieren.

16. Construir una reputación sólida. Una buena reputación es uno de los mejores activos de un emprendedor. No es algo que puedas comprar; es algo que se ganas cumpliendo las promesas y manteniendo la consistencia como la clave para lograrlo. Sólo así los clientes confiarán en ti.

17. Vender beneficios. Mostrar las características de tu oferta es para novatos; vender los beneficios asociados con ellas es lo que consigue ventas y clientes. Por eso, la publicidad, la presentación de ventas y sitio web son vitales. Es ideal usar cada medio disponible para comunicarle a tu audiencia los beneficios de tus productos o servicios.

18. Involucrarse. Siempre intenta involucrarte con la comunidad que apoya tu negocio. Puedes hacer esto de muchas formas, como ofrecer voluntariados, hacer donaciones u organizar eventos para la comunidad. A las personas les gusta hacer negocios con gente que conocen y respetan.

19. Atraer atención. Los emprendedores no pueden perder tiempo, dinero ni energía haciendo actividades promocionales que buscan construir posicionamiento en el largo plazo, gracias a la exposición repetida. Si lo haces, probablemente te quedarás sin dinero antes de lograrlo. En lugar, haz acciones de promoción en las que puedas involucrarte y logren atraer la atención a tu negocio.

20. Dominar el arte de la negociación. La habilidad de negociar efectivamente es una habilidad que todo emprendedor debe esforzarse por tener. En los negocios, se usa todos los días, todo el tiempo. Esto te ayudará a conseguir tratos ganar-ganar, que son la base de las relaciones duraderas.

21. Diseñar su espacio de trabajo para el éxito. Planea con cuidado el diseño de tu oficina, de manera que pueda asegurar el mejor desempeño y productividad, así como un espacio que te otorgue una imagen profesional.

22. Organizarse. La clave para mantenerte organizado no está en qué tipo de archivos tengas o qué tan limpio esté tu escritorio, sino en cómo administras tu negocio. Es establecer una rutina mediante la cual puedas conseguir las mejores condiciones posibles durante la jornada laboral. De hecho, debes desarrollar sistemas y rutinas para todas tus tareas. Pequeñas cosas como tener una agenda actualizada o una lista de pendientes pueden ayudarte.

23. Tomarse tiempo libre. La tentación de trabajar sobre reloj es muy real para los emprendedores. Después de todo, no tienes a un jefe que te diga a qué hora debes llegar o irte. Pero para rendir mejor es recomendable que te tomes descansos, días libres y vacaciones. Para que cumplas con ello agrégalos en tu calendario. Si sólo trabajas y nunca te diviertes se verá afectado tu humor, desempeño y hasta tu servicio al cliente.

24. Limitar el número de sombreros que usa. Es difícil que un emprendedor delegue, intenta hacer cuantas tareas sea posible y la habilidad de hacer multitasking (multitarea), es una característica común entre ellos. Sin embargo, debes pensar qué será lo mejor para tu negocio en el largo plazo y aprender a delegar responsabilidades.

25. Dar seguimiento constantemente. El contacto constante con clientes, prospectos y socios debe ser un mantra para cualquier emprendedor. Esto te ayudará a convertir prospectos en clientes, incrementar el valor de cada venta, conseguir que los compradores regresen y construir relaciones de negocios más sólidas.

Cuadro 1. Estudios centrados en un análisis de los beneficios de la creatividad en una organización;

El estudio Free the creative, realizado por iStock de Getty Images (un servicio de fotografía y video en línea), encuestó a 400 creativos.	Encontró que 60% tuvo "grandes ideas" en el último año, pero no tuvieron tiempo de desarrollarlas. El 75% dijo que necesitaban más "tiempo creativo", y 63% dijo que el tiempo se les iba en tareas rutinarias. Uno de cada cuatro podía destinar dos horas de trabajo creativo al día.
Estudio Creativity under the gun, dirigido por la profesora de la Escuela de Negocios de Harvard y experta en innovación, Teresa Amabile.	Las empresas rutinariamente matan la creatividad con plazos falsos o imposiblemente ajustados", alertó, lo que genera agotamiento y desconfianza. Este ejercicio examinó a nueve mil personas sometidas a un trabajo creativo por obligación, el cual se veía mermado cuando tenían que luchar contra reloj, o bien, cumplir metas imposibles. De acuerdo al reporte publicado en Harvard Bussines Review, en este análisis los sujetos de estudio trabajaban bajo una extrema presión de tiempo, se les ocurrían menos ideas nuevas. Y ya que pasaba la fecha límite, llegaban las ideas buenas.
Miguel Ángel Cué Rivas, director de Operaciones y Capital Humano de People Connection.	Fomentar la creatividad en las labores es fundamental para el buen funcionamiento de una organización, ya que permite incrementar la productividad, estimulando el desarrollo personal, atrayendo beneficios a los empleados y a la empresa

Es oportuno agregar según los resultados de estos estudios que trabajar en una empresa no es lo mismo que sentirse parte de ella. La tarea de los líderes de hoy es fomentar esa nueva cultura para atraer un beneficio mutuo

¿Cuáles considera usted que deban ser las características de una persona emprendedora?

El término Emprendedor es un derivado de la palabra francesa Entrepreneur, comúnmente usado para describir a un individuo que organiza y opera una o varias empresas, asumiendo cierto riesgo financiero en el emprendimiento. Fue definido por primera vez por el economista anglo francés Richard Cantillon como "la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende tomando decisiones acerca de obtención y uso de recursos, admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento".

Otros estudiosos han definido este término de distintas maneras, entre ellos:

Jean-Baptiste Say, 1803: Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

Joseph Alois Schumpeter, 1934: Los emprendedores son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.

Peter Drucker, 1964: Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende en emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

Howard Stevenson, 1975: El emprendedurismo es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente.

El término emprendedor deriva de la voz castellana emprender, que proviene del latín, coger o tomar, aplicándose originalmente ,tanto en España como en otros países, a los que entonces eran considerados aventureros, principalmente militares, término que posteriormente pasó a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en 1732, todavía con esa connotación se conserva hoy como: "La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua". Ese sentido conceptual evoluciono hasta principios del siglo XVI. Posteriormente, a principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes y caminos y a los arquitectos. Esa acepción perduró hasta comienzos del siglo XX y se puede resumir como la del propietario que maneja empresas y asume riesgo.

El término emprendedor actualmente se utiliza como un epíteto de moda para referirse a cualquier persona que trate de salir adelante o de brindar apoyo a otros (en este caso se le denomina emprendedor social), sin embargo, un término que aplica a quien inicia una panadería, a un abogado recién graduado que inaugure un despacho, un diseñador que trabaje desde su casa, un médico que instala un consultorio, un empresario que decide invertir en un nuevo proyecto, un humanista que funde una ONG para llevar agua a barrios pobres, un innovador con un nuevo producto para el mercado, un estudiante de preparatoria con una idea de negocios y un buhonero, debe tener características que los unan.

En el enfoque sobre la motivación de los emprendedores, se puede considerar que el énfasis fundamental está dando a la difusión y el desarrollo del espíritu emprendedor que tiene sus raíces en una multiplicidad de características externas y vinculadas a la organización entre las cuales es posible mencionar:

- El reconocimiento hacia un destacado rol de las pequeñas empresas en la creación de riqueza y trabajo.
- El notable aporte de las nuevas tecnologías a la generación de nuevos productos y empresas, con la consecuente deslocalización espacial de una importante parte de la actividad económica.
- Una vida laboral caracterizada por ciclos de trabajo asalariado, empleo por cuenta propia y desocupación.
- La orientación de las teorías económicas hacia factores humanos (capital humano) que afectan los procesos de crecimiento y desarrollo económico, por ejemplo, a partir de procesos de aprendizaje.

También se llama emprendedora a la persona que decide por igual la creación de otros tipos de organizaciones o instituciones no necesariamente comerciales, como las cívicas, las sociales o las políticas. Esto es debido a que el acto de emprender en sí no sólo es característico del mundo de los negocios o el comercio, sino que es transversal a la sociedad del siglo XXI. Un caso de emprendimiento "mixto" puede ser denominado social que busca generar beneficios económicos a la par de tener un enfoque desarrollado en potenciar el bienestar humano que trascienda lo económico y beneficie también a la sociedad en su conjunto.

La cultura emprendedora es un conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona, para gestionar un proyecto concreto o su rumbo profesional. La cultura emprendedora está ligada a la iniciativa y acción. El poseerla, ayuda:

- Por un lado, a saber lanzar nuevos proyectos propios con autonomía, con capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas;
- Por otro lado, a saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía.

La falta de educación emprendedora (o educación en emprendimiento) es una de las causas de que no exista cultura emprendedora. Por lo que para promover el espíritu emprendedor, y de esta manera las actitudes, habilidades y, por lo tanto, dicha cultura emprendedora, se debe enseñar a emprender desde la educación primaria, que es lo que prevé la ley.

Se pueden fomentar determinadas competencias del emprendedor como rasgos distintivos, tales como ; la capacidad de resolver problemas, de analizar, planificar, evaluar y tomar decisiones, de asumir responsabilidades, de cooperar, de trabajar en equipo, de comprometerse en nuevos papeles, de desarrollar la confianza en uno mismo, de aprender a pensar de modo crítico e independiente, de ser más creativo e innovador y con más iniciativa personal, de prepararse para asumir y limitar el riesgo. Por ello, para lograr unificar criterios en torno a sus características , hago esta propuesta de cuatro (4) características genéricas mínimas y comunes que se deben cumplir para poder identificar a una persona dentro de la categoría de emprendedor, y la complemento con dos (2) rasgos adicionales (características instrumentales) que debe tener para poder acceder al carácter emprendedor que la sociedad necesita o requiere. Estas características genéricas mínimas se describen como:

1. Hacer: Un emprendedor no es quien tiene una idea de negocio, o un deseo de hacerlo, sino quien invierte tiempo y dinero en el desarrollo de una actividad con fines económicos o sociales. Por ello, la realización de un modelo de negocio, un plan, la presentación del mismo, la búsqueda de socios, pueden entenderse como etapas previas necesarias, como la creación de un plano pero no es la construcción. Un emprendedor hace su negocio, lo lleva de la idea a la realidad.

2. Empezar: El emprendimiento no se mide por la edad del emprendedor, sino por la del propio emprendimiento. Me explico, si se tiene un proyecto funcionando y progresando, digamos unos cinco años continuos, más que de emprendedor hablaríamos de empresario, ya que su emprendimiento se ha convertido en un proyecto consolidado. Un emprendedor es el término aplicado a la persona que se encuentra en una etapa inicial de una actividad comercial o social, donde la

posibilidad que la misma no logre sobrevivir sus primeros cinco años es muy superior a que lo logre.

3. Riesgo: Un emprendedor siempre asume una posibilidad importante de perder su inversión, ya que asume la posibilidad del fracaso de su proyecto, a diferencia de un empleado, que cambia esta posibilidad por la seguridad de un ingreso mensual o quincenal. Un emprendedor no puede saber si el emprendimiento será exitoso, por lo cual siempre existirá la posibilidad alta de fracasar en el mismo en la etapa inicial, obligando a cerrar su proyecto en un tiempo menor al necesario para recuperar lo inicialmente invertido.

4. Decisión: Un emprendedor debe tener capacidad de elegir, no puede entenderse como tal a una persona que no tiene trabajo actualmente y decide ser buhonero y vender en la calle de manera ilegal, como un emprendedor en potencia, ya que lo que hace es buscar un medio de sobrevivencia. Un emprendedor debe poder decidir serlo, por ello, debe reposar en su voluntad iniciar un emprendimiento, escoger esta opción sobre la del obtener un empleo o trabajar para otro. No es emprendedor quien lo considera un medio de sobrevivencia hasta conseguir un empleo.

Adicional a las cuatro características genéricas mínimas comunes anteriores, le hemos agregado dos (2), para obtener el carácter emprendedor que como sociedad necesitamos y por ello, debe estimular y apoyar:

5. Innovación: No importa si lo novedoso reposa en el producto, en la forma de venderlo, en el cliente o incluso, en la zona donde se ha decidido ejecutar el emprendimiento. Un emprendedor debe aportar un valor a la sociedad, basado en cubrir necesidades que antes no se estuvieran cubriendo o que lo eran de forma insuficiente. La innovación es lo que permite crear una panadería para celíacos, un gimnasio para la tercera edad (de 55 años en adelante), o una tintorería ecológica. El emprendedor ideal es el que crea algo diferente, aunque emplee los elementos comunes que otros usan. Repetir una fórmula ya probada, en la misma región o ciudad, si bien puede mejorar la oferta para nosotros como consumidores, no aporta valor real a la sociedad, por lo cual las políticas para estimular al emprendimiento deberían estar orientadas a estimular el primer tipo de emprendedor (el innovador) sobre el segundo (estimulador).

6. Empleo: Un emprendimiento normalmente crea en una primera etapa un sistema basado en empleados "cero", en el cual los socios o el emprendedor sólo puede obtener ganancias de sueños y esperanza, por ello es entendible que en una etapa inicial (o de creación del proyecto) sea complicado obtener empleados sin que se tenga o el capital o el ingreso para ello, por lo cual, un elemento intrínseco de un

emprendimiento es que el mismo esté planificado para que pueda producir más empleos que el del mismo emprendedor o sus socios (aunque en una primera etapa no puedan aún hacerlo), esto para lograr separar el concepto de emprendedor de dos categorías con la cual se confunden muy a menudo: freelance (o autónomo) y autoempleo. Un emprendimiento que no contemple la creación de fuentes de trabajo directas, difícilmente pueda llamarse de esa forma, por lo cual, un emprendedor debe entenderse como alguien que aporte fuentes de empleo a la sociedad, más allá del suyo.

Por ello, para definir qué es un emprendedor, debemos tomar en cuenta las características enumeradas, así podemos entender que un emprendedor es: "aquel sujeto que por su propia decisión asume un riesgo para crear un proceso con el cual se procure lograr la satisfacción de alguna necesidad en la sociedad, y que preferiblemente lo logre por medio de la innovación y la creación de fuentes de trabajo". Adicionalmente a las características señaladas, es posible mencionar algunas razones por las que una persona decide convertirse en emprendedor:

Porque ser emprendedor te da Independencia. Al convertirte en emprendedor se lleva las riendas del negocio y se toman decisiones sobre su rumbo del negocio, lo cual, aunque implica un riesgo, no te va a limitar cuando se detectas una oportunidad en tu trabajo y de la condición de poseer un jefe con ideas fijas y que no le gusta el cambio.

Porque ser emprendedor te da Libertad. Eres tu propio jefe, no se necesitan permisos especiales y puedes organizarte para balancear tu vida y compartir con tus seres queridos, tal vez un día decidas trabajar en la tarde para asistir al festival de tu hijo. Cabe resaltar que al inicio de tu negocio debes dedicarle más tiempo, pero cuando el negocio crece y se establece, puedes tomar poco a poco, días libres y salir de vacaciones.

Porque ser emprendedor te permite hacer lo que más te gusta. Una de las características del ser un emprendedor exitoso es hacer lo que te apasiona, pues el hacer tu trabajo con gusto se ve reflejado en el trabajo final y tus clientes lo notan, por lo que es parte importante de que tengas éxito.

Porque ser emprendedor te da mejores ingresos económicos. El nivel de ingresos no está determinado por un tabulador ni se depende de un jefe para tener un aumento de sueldo, por el contrario el nivel de ingresos crece al mismo tiempo que lo hace el negocio.

Porque ser emprendedor te permite realizarte y sentirte orgulloso de ti mismo. Al dedicarnos a lo que nos gusta obtendremos la satisfacción y el sentimiento de

realización que siempre se busca en la vida. Alcanzar los sueños otorga orgullo en la consecución de las cosas logradas.

Porque ser emprendedor te permite contribuir a mejorar la sociedad que te rodea y hacer de tu ciudad y país un lugar mejor para vivir. Al realizar tu trabajo con amor, brindando servicios y productos de calidad, ayudas a tu comunidad. Sobre todo si con tu negocio das solución a problemáticas de tu ciudad.

Porque ser emprendedor te da seguridad. Al ser dueño de tu negocio, no corres el riesgo de ser despedido. Como puedes observar, hay muchas ventajas para tomar la decisión y convertirse en un emprendedor, busca un emprendimiento que te guste al mismo tiempo que ayude a cubrir una necesidad actual y emprende el vuelo sin temor.

Diez características básicas que comparten los emprendedores. Decálogo de una persona emprendedora.

Ser emprendedor es algo más que un empleo. Ser emprendedor es una actitud, una forma de vida. En la actual situación que comparten las ciudades y países, son muchos los que recomiendan apostar por el emprendimiento para lograr la obtención de medios para la vida. Por supuesto, no es un camino fácil, requiere de mucho esfuerzo y trabajo diario, pero si sale bien puede aportar grandes beneficios, no solo monetarios. Puede otorgar una gran libertad, permitírnos la oportunidad de no tener jefe más allá de nosotros mismos, entre otras ventajas. Sin embargo, también hay que tener en cuenta que existe una contraparte negativa: los riesgos son mayores y la incertidumbre se instala en nuestra vida casi definitivamente. Con esos ingredientes en la balanza, al final, la clave está en la persona, que es el eje del proyecto. Por eso, antes de lanzarse a la aventura emprendedora, merece la pena preguntarse si tenemos mentalidad de emprendedor o si ¿Cumple alguna de las siguientes características?

1.-Compromiso. Cuando iniciamos nuestra aventura emprendedora debemos tener claro nuestro compromiso con la idea misma, para que todo salga bien. La perseverancia y la determinación es una de las características que marcan la diferencia, si un proyecto llega a buen puerto o no. Compromiso también para ser capaz de centrarse en el proyecto sin distracciones.

2.-Iniciativa. Para un emprendedor es básica la iniciativa, ser capaz de lanzarse a un negocio. Todos los grandes empresarios se han destacado, entre otras cosas, por su iniciativa. Es el caso de Steve Jobs, no finalizo su carrera pero fue capaz de lanzar su propia empresa con ideas novedosas y que podrían ser alcanzadas., incluso

cambio el paradigma tecnológico del momento cuando dio un revés al principio de adaptar el ser humano al PC; por otro que fue adaptar la PC al ser humano.

3.-Resolución. La vida de un emprendedor va a estar marcada por la toma de decisiones constantes. Desde que se decide iniciar la empresa, se estará constantemente resolviendo problemas, por lo que se debe estar preparado para ello.

4.-Creatividad e innovación. Un emprendedor debe tener buenas ideas que le permitan crear productos o servicios con los que comerciar. No solo se trata de inventar cosas, sino que también es posible darle nuevos o distintos usos a productos que ya existen, buscando la diferenciación. Por ello es importante tratar de innovar constantemente, en busca de nuevos productos que nos permitan sobrevivir o crecer.

5.-Optimismo. El emprendedor debe ser optimista y confiar en sí mismo. Ser positivo es básico para atraer el éxito y lidiar con los numerosos problemas que se van a presentar en su negocio.

6.-Trabajo en equipo. Una persona sola no va a alcanzar el éxito. Es básico obtener el apoyo de empleados y compañeros, por lo que es imprescindible ser capaz de potenciar el trabajo en equipo y elegir a las mejores personas para nuestro proyecto. Además, debemos ser capaces de mantener la armonía en nuestra plantilla.

7.-Saber escuchar. Para emprender hay que tener claro que no existe la verdad absoluta. Hay que ser capaz de escuchar a los demás para aprender y mejorar: tanto a clientes como compañeros, rivales o expertos.

8.-Tolerancia al fracaso. Nuestro pensamiento tiene que estar siempre enfocado en conseguir el logro, pero hay que ser consciente de que el fracaso está muy presente en la vida del emprendedor. Hay que tratar de aprender de nuestros errores, que nos hagan mejores. En el pensamiento de algunos gerentes existe la creencia que "el primer negocio rentable se logra tras dos fracasos".

9.-Visión. No existe negocio de ningún tipo sin una visión previa. Los emprendedores son capaces de ver más allá del resto, de tener siempre en mente el modelo de negocio.

10.-Pasión. Los emprendedores se entregan a su proyecto con total dedicación para tratar de alcanzar los objetivos marcados. Para ello, es imprescindible adorar la actividad emprendida, sentir pasión.

Hay que ser conscientes de que el convertirse en emprendedor trae consigo el nacimiento de una serie de obligaciones, y el hecho de asumir determinados riesgos. No todas las personas poseen las cualidades y los conocimientos suficientes para crear una empresa y dirigirla posteriormente (aunque los conocimientos pueden llegar

a adquirirse). Los emprendedores que aplican sus capacidades a la creación de empresas y negocios no son siempre personas perfectas, sus defectos y virtudes son muchos. Comenzar un negocio es difícil y es muy importante que se determine temprano si tiene lo que se requiere para el éxito. Es mejor descubrir ahora qué cualidades necesita antes de que sea demasiado tarde (cuadro 2, malla funcional para el emprendedor).

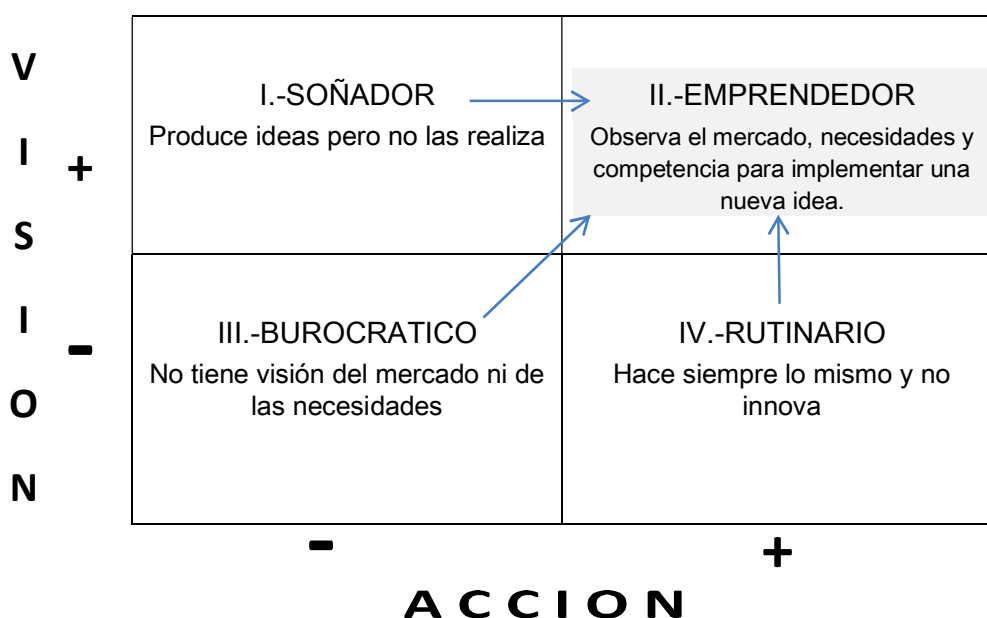
Cuadro 2. Sinóptico de las características de una persona emprendedora.

Espíritu emprendedor	Cultura emprendedora	Motivación emprendedora
1.-Pasion	1.-Pasion	1.-Compromiso
2.-Vision	2.-Vision	2.-Iniciativa
3.-Liderazgo	3.-Capacidad de aprendizaje	3.-Resolucion
4.-Persistencia	4.-Busqueda de logros	4.-Creatividad e innovación
5.-Organización	5.-Determinacion y coraje	5.-Optimismo
6.-Confianza	6.-Persistencia	6.-Trabajo en equipo
7.-Determinacion	7.-Sentido de oportunidad	7.-Saber escuchar
8.-Astucia	8.-Trabajo en equipo	8.-Tolerancia al fracaso
9.-Trabajo en equipo	9.-Autoestima	9.-Vision
10.-Creatividad	10.-Asertividad	10.-Pasion
	11.-Creatividad e innovación	
	12.-Organizacion	
Competencias del emprendedor Razones para ser emprendedor Decálogo del emprendedor		

Los emprendedores son personas que toman decisiones en un entramado (permuta) de oportunidades con cualidades, habilidades que los conducen a la acción y creen que pueden controlar su destino, por tanto es difícil establecer un solo perfil emprendedor (cuadro 2). Inicialmente y frecuentemente están motivados por el espíritu de independencia, lo cual los conduce al éxito. En ellos se nota autoestima elevada, orientación al logro de resultados y saben correr riesgos. La mente del emprendedor está cargada de pensamiento positivo y persistencia. Confieso mi falta de perspicacia por el tema, pero después de explorar un conjunto de posiciones sobre el emprendimiento me puse a pensar ¿cuál importante fue y es, esta condición para todo gerente exitoso? También he llegado a la conclusión de que no existe un prototipo único de emprendedor. Partiendo de una premisa personal, “a cada uno de nosotros le debe gustar lo que uno hace”, debe tener pasión por lo que identifique como propio. Se debe tener iniciativa y reconocer la iniciativa de los demás. Un emprendedor debe

estar dispuesto a arriesgar más y recibir menos hoy, con la esperanza de arriesgar menos y recibir más mañana. El emprendedor es capaz de enfrentar eficazmente los desafíos que presenta el cambio constante, así como satisfacer a los clientes por sobre lo que la competencia ofrece, y promover un enriquecimiento del que todos ganan. Un emprendedor tiene un sentido de compromiso y responsabilidad social y el cambio es parte de su naturaleza; busca adelantarse al tiempo y tiene interés en agregarle valor a lo ya existente, mejorar e innovar continuamente no sólo significa tener ideas brillantes, sino que requiere ponerlas en práctica (acción); optando por un grado de compromiso con ellas (ideas, acción y visión), fig. 4.

Fig. 4. Matriz Visión - Acción para el emprendedor



El emprendedor como gerente posee la visión de percibir las oportunidades y llevarlas a cabo. El espíritu emprendedor estará enfocado en la continua creatividad, análisis para alcanzar su propuesta. Posee además una secuencia definida (metodología emprendedora, fig. 5): Empatizar – Definir – Idear – Prototipo – Testear. El emprendedor a través de la observación, empatiza e interactúa con el entorno y los clientes. De esta forma conoce las necesidades reales y adapta sus ideas o plantea otra diferente mediante los siguientes pasos;

1er Paso; empatizar con los posibles clientes y descubrir necesidades (Mapa de empatía), colocándose en la piel del cliente y plantearse las preguntas generadoras:

¿Qué escuchar? ¿Qué le cuentan sus amigos? ¿Qué piensa? ¿Qué hace?

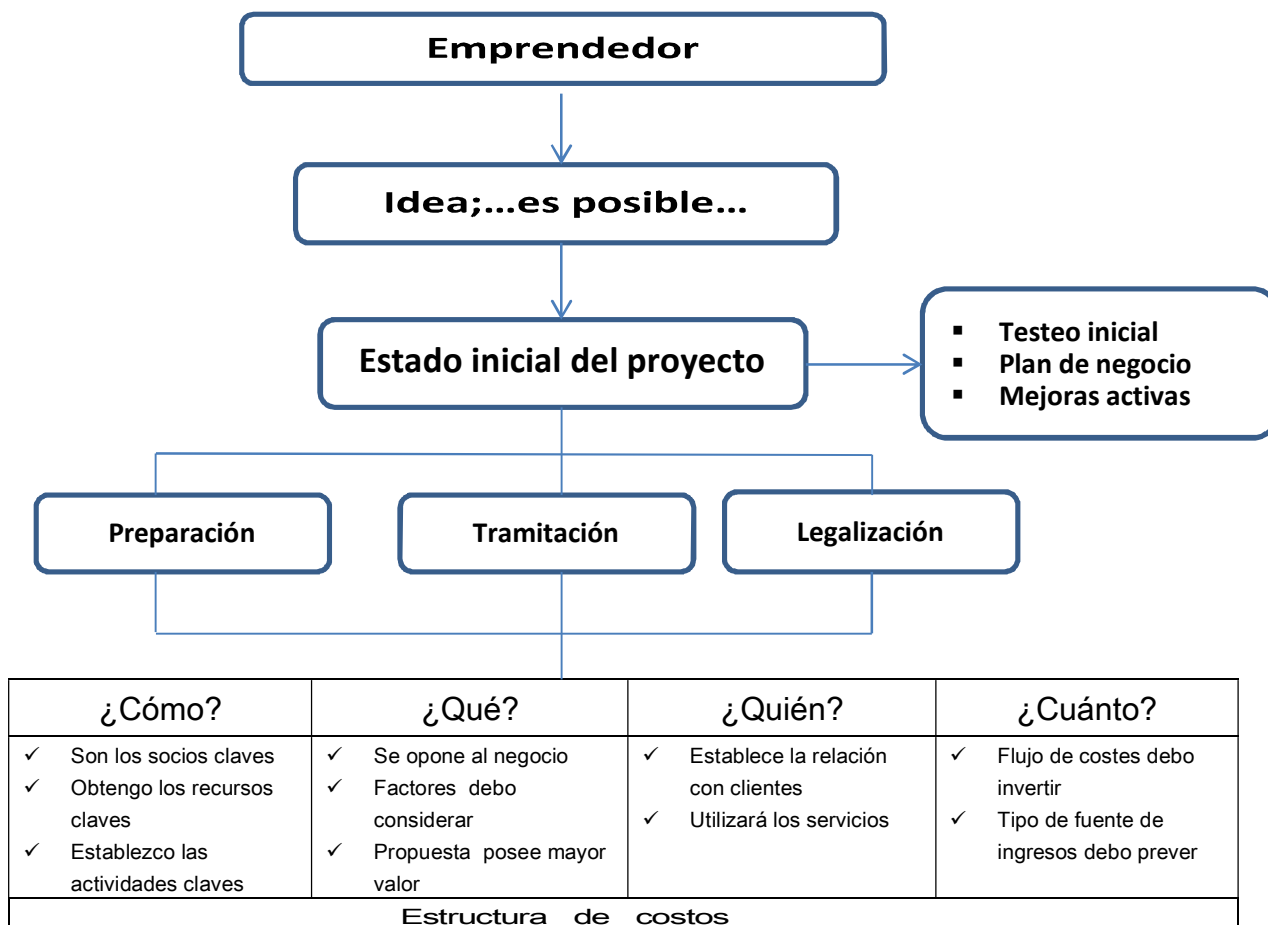
¿Qué siente? ¿Qué dice? ¿Cuáles son las actividades? ¿Cómo es el entorno?

¿Cuáles son los miedos? ¿Cuáles son las necesidades?

Con esta información que se obtiene el emprendedor puede plantear un reto y generar ideas y desarrollar posibles soluciones.

2do Paso; se avanza creando prototipos de las ideas, para obtener puntos de vistas. A partir de estas ideas desarrollar un Modelo de negocio (fig. 5).

Fig. 5. Camino integral del emprendedor



Un emprendedor coloca la idea y la convierte en negocio, sin embargo existe un conjunto de cualidades que se deben tener presente:

- 1.-Tener objetivos y metas claras; todo negocio debe ser realista, alcanzable y medible.
- 2.-No intimidarse por la gravedad del problema; reconocer y tener como visión el éxito.
- 3.-Premisas básicas; estudiar los perfiles de éxito y definir lo que busca.
- 4.-Elaborar un plan de marketing.

De acuerdo con estas iniciativas para emprender coinciden 5 atributos que se deben reunir, a continuación se resumen;

- 1.-Ser tolerante para tomar decisión efectiva en tiempos de incertidumbre y ambigüedad. Enfrentar con tranquilidad el cambio y verlo como una oportunidad.

- 2.-Compartir el riesgo. El riesgo compartido reivindica el éxito.
- 3.-No dudar y confiar en la idea y negocio.
- 4.-Conformar equipos y reconocer que no es propio pensar que un enfoque se crea por sí mismo. Contrastar activamente y compartir responsabilidad.
- 5.-Aprender del error.

