

Introducción al Emprendurismo

INTRODUCCIÓN

Emprender es un acto creativo con una acción eficaz. Se puede afirmar este como el descubrimiento de una oportunidad, concepción del producto, servicio o proceso que satisfaga la necesidad detectada de forma que permita obtener un beneficio o puesta en marcha del mismo para convertirlo en resultados.

La palabra emprendedor proviene del vocablo francés "entrepreneur", y se podría traducir al español como pionero. Sinónimos de este término lo son: Emprendimiento, Iniciar, Arrancar, Aventurarse, Abordar, por mencionar las más comunes; sin embargo cuando pensamos en comenzar una actividad, negocio, tarea, etc., es casi imposible que este vaya relacionado con Riesgo, ya sea riesgo orientado a la dificultad que conlleva o al peligro por la falta de seguridad.

De ahí que Emprender algo no es una actividad sencilla, por esto el concepto clave para abordar el tema es referirse a emprender como aquella persona que toma el riesgo y la aventura de empezar algo. En el presente trabajo le abordaremos todos los temas vinculados a la actividad de Emprender, sus inicios, importancia, y todo lo referente a este.

INTRODUCCIÓN Y GENERALIDADES SOBRE EMPRENDEDURISMO

- CONCEPTO DE EMPRENDEDURISMO.

Según el autor Antonio César Amaru (Administración para Emprendedores), la persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor. La palabra emprendedor proviene del latín *impredere*, que significa "tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa, poner en ejecución". Tiene el mismo significado que la palabra francesa *entrepreneur*, que dio origen a la palabra inglesa *entrepreneurship*, la cual se utiliza para designar el comportamiento del emprendedor.

Es considerable mencionar algunas características que la mayoría de los teóricos modernos incorporan en sus definiciones de emprendedor. En lo respecta a cuál es el término correcto, emprendedurismo o emprendimiento. Cabe mencionar que en términos generales, toda persona de una u otra manera es una emprendedora, sin embargo hay personas más propensas a realizar actividades emprendedoras, de estas personas se dice que poseen cultura emprendedora. Cuando existen muchas personas en una sociedad que tienen dicha "cultura", estaríamos en presencia de una sociedad emprendedora. Podemos hablar entonces de "emprendimiento" como la actividad iniciada por el "emprendedor" con objetivos y medios para llevarlos adelante. Finalmente decimos "emprenedurismo" cuando hablamos de los estudios, las dinámicas sociales, las teorías, la herramienta, la política que tiene su foco en el emprendedor o en su actividad en general.

- ORIGENES DEL EMPRENDEDURISMO

El término *emprendedor* se deriva de la voz castellana *emprender*, que proviene del latín *in*, en, y *prendere*, coger o tomar, aplicándose originalmente -tanto en España como otros países- a lo que ahora serían llamados aventureros, principalmente militares, sentido que evolucionó posteriormente a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades de 1732, todavía con esas connotaciones, como: "La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua". Ese sentido y evolución está estrechamente relacionado con el vocablo francés *entrepreneur*, que aparece a principios del siglo XVI. Posteriormente, a principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes, caminos y los arquitectos.

Así, por ejemplo, L'Encyclopédie define el término *entrepreneur* como "se dice por lo general del que se encarga de una obra: se dice un emprendedor de manufacturas, un emprendedor de construcciones, un manufacturador, un albañil contratista."

La traducción de la frase anterior es difícil, dado que el sentido de las palabras ha cambiado, pero se ha sugerido que el sentido de la frase francesa, a diferencia de la hispana, que se relaciona con la persona que obtiene un contrato con otros y está a cargo de su ejecución, lo que en España se denominaba en aquellos tiempos "maestros de obra".

En 1755, Richard Cantillon cambia definitivamente ese sentido de la palabra, transformándola en "la voluntad o capacidad de enfrentar la incertidumbre". Cantillon postula que el resultado de toda actividad es incierto, implica un riesgo, y alguien tiene que asumirlo con la esperanza de recompensa en el futuro y utiliza el término "entrepreneur" para designar a ese individuo, con lo que su significado pasa a ser "tomador de riesgos", en lugar de ser alguien que tomaba un salario.

Posteriormente, en este sentido el concepto "entrepreneur" se generalizó, para identificar tomadores de riesgos económicos.

- ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL EMPRENDEDURISMO

Refiriéndonos a emprendedor como una persona tomadora de riesgo, sus antecedentes se remontan a la época de Cristóbal Colón, quien se lanzaba a la aventura de viajar al nuevo mundo, sin ninguna certeza de lo que su viaje le deparaba, e incluso sin saber si lograría volver.

El término emprendedor fue acuñado en la primera parte del siglo dieciocho, por el economista irlandés-francés Richard Cantillon, quien definió el término como "un agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto". Posteriormente, el también economista francés J.B. Say añadió a la definición de Cantillon que el emprendedor era también un líder que atraía a otras personas, con el objetivo de constituir organizaciones productivas.

Famosos economistas ingleses, como Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, interpretaron el término como "Gerentes de negocios". Sin embargo, posteriormente, ellos llegaron a la conclusión de que ser empresario no requería de habilidad extraordinaria alguna, y que habían subvalorado el significado que en francés tenía el concepto de emprendedor. Esta afirmación era bastante radical, pues ahora sabemos perfectamente que para ser empresario se requiere de muchas habilidades. Sin embargo, en la actualidad también sabemos que se puede ser empresario sin necesariamente ser un emprendedor. El ejemplo más claro sería el de una persona que hereda una empresa, sin ella haber realizado acción emprendedora alguna para su desarrollo.

Volviendo a la historia económica, en 1890, Alfred Marshall, otro economista británico, reconoció formalmente en su libro, Tratado de Principios Económicos, la importancia de los emprendedores en los procesos productivos. Marshall consideraba que son cuatro los factores necesarios para la producción: tierra, trabajo, capital y organización. Según este teórico, el emprendedor es quien al organizar creativamente los otros tres factores, tierra, trabajo y capital, crea nuevos productos o bien mejora los planes de producción de los actuales. También añade que el emprendedor tiene un profundo conocimiento de la industria en que se desenvuelve, es un líder natural y posee la habilidad de prever los cambios futuros en la oferta y la demanda. También gusta de tomar acciones riesgosas, aún con total ausencia de información.

Coincidiendo con Stuart Mill, Alfred Marshall considera las habilidades asociadas con los emprendedores son tan grandes y numerosas, que muy pocas personas pueden mostrarlas en un alto grado. Marshall considera también que las habilidades para ser un emprendedor pueden ser adquiridas, algo que hasta ese momento nadie consideraba. Marshall también afirma lo siguiente: "Todos los emprendedores poseen características similares, pero a la vez

todos son diferentes y su éxito está en dependencia de las situaciones económicas en las cuales desarrollan sus esfuerzos."

Según ha transcurrido el tiempo, otros economistas han quitado o aumentado atributos que a su criterio caracterizan a los emprendedores, sin ponerse de acuerdo en ello. Pero en lo que sí hay una gran coincidencia es en que los emprendedores son un elemento necesario para el crecimiento económico, y que son grandes tomadores de riesgos, cuando consideran que hay una buena oportunidad para obtener utilidades. Adicionalmente a los que enfatizan la toma de riesgos como principal característica de los emprendedores, hay otra corriente que destaca su carácter innovador.

El economista norteamericano Harvey Leibenstein, añade por su parte que la característica insoslayable de todo emprendedor es la de ser "llenador de vacíos", en el sentido que tienen la habilidad de descubrir dónde está fallando el mercado para desarrollar nuevos bienes o procesos que el mercado demanda y no se le está supliendo. Es ahí donde los emprendedores conectan diferentes mercados, combinan diferentes elementos y generan productos innovadores que satisfacen demandas insuficientemente satisfechas.

Empresario innovador

El economista austriaco-norteamericano Joseph Schumpeter pone en un lugar central al emprendedor cuando habla del empresario innovador, que es quien al innovar en cualquiera de los aspectos empresariales, introduce nueva dinámica al desarrollo económico de la sociedad. Podríamos decir que a partir de Schumpeter el concepto de emprendedor toma mayor auge y aplicación. Es durante el desarrollo de la economía en sus diversos momentos que se llegó a construir un concepto, que en lo general define a los emprendedores como: tomadores de riesgos, coordinadores, organizadores, llenadores de vacíos, líderes, innovadores o imitadores creativos.1.5 IMPORTANCIA Y ROL DEL EMPRENDEDURISMO.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la "estabilidad" económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, mas aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo

pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

- Determinar el nivel de relación existente entre el empresario, el emprendedor y el gerente.
- Analizar la conceptualización y universalidad de las incubadoras de empresas.

1.6 CÓMO ENCONTRAR IDEAS DE NEGOCIOS

Se pueden encontrar muchas formas de desarrollar una nueva idea para un producto o servicio. Sin embargo a la mayoría de las personas se le hace difícil crear nuevos conceptos. Algunas de las formas posibles se detallan a continuación:

- Reconocer una necesidad: Muchos pequeños negocios comenzaron porque el empresario reconoció una necesidad en el mercado que no estaba siendo satisfecha.
- Investigar las tendencias: Verificar cuál es el estilo de vida de una comunidad, región o país; como se orientan las modas, los gustos de las personas. Averiguar cómo se destinan los ingresos de la población a los diferentes tipos de gastos.
- Mejorar los productos actuales: Hay muchos productos que están en el mercado desde hace años y no han sufrido ninguna modificación. Se puede tratar de desarrollar innovaciones o mejoras que permitan ampliar la demanda o generar nuevas oportunidades comerciales. Cambio en el envase, tamaño, gusto, etc.
- Tratar de estar informado: Las ocupaciones de la vida normal bloquean nuestra capacidad de inventiva y tampoco nos da tiempo para estar informado. Muchas veces la observación de determinados fenómenos de la naturaleza nos abre el camino para encontrar una idea de negocio. El creador del Velcro se inspiró en los "abrojos" de los cardos.
- Identificar las cualidades propias: ¿Qué me gusta hacer? ¿Qué se hacer? ¿Cuáles son mis habilidades más destacadas?
- Intercambiar ideas: En reuniones familiares, de amigos o conocidos, se pueden encontrar elementos que permitan desarrollar un proyecto empresario.
- En cursos, seminarios y conferencias donde participen empresarios y profesionales, es una buena oportunidad para encontrar referencias y experiencias de distintos tipos de emprendimientos.
- Hay publicaciones especializadas en negocios, tanto nacionales como extranjeras, que pueden ser una fuente de inspiración para encontrar ideas.

Tormenta de ideas (Brainstorming)

Es una de las tantas técnicas que se utilizan para la generación de ideas de negocios.

El objetivo de esta técnica es estimular a un grupo de personas para que produzcan ideas originales y con rapidez.

Se puede emplear también para resolver otro tipo de temas. Por ejemplo: un problema de marketing (desarrollar un nuevo producto), de diseño (cómo hacer más funcional un envase) o administrativo (como mejorar el sistema de facturación y cobranza). También se puede utilizar para cuestiones más específicas como la marca de un producto, el texto de un aviso publicitario, etc.

Se reúne un grupo de personas que pueden ser los socios potenciales, amigos o familiares. Se les informa el propósito de la reunión, que en este caso consiste en aportar ideas para un

emprendimiento. Se puede acotar el marco de referencia en cuanto al sector de la actividad, por ejemplo: industria, comercio, servicio, agricultura.

Hay que evitar que participen personas autoritarias o que pueden inhibir a los participantes. El éxito de esta técnica depende principalmente de la libertad para expresar las ideas.

Los grupos generalmente no deben superar las seis personas. Cuanto más heterogéneo (en edades, sexo, actividad, etc.) mejor.

Reglas que deben darse a conocer:

- Se prohíbe toda crítica.
- Toda idea es bienvenida.
- Cuanto más fantástica, original o curiosa mejor. Muchas ideas que provocaron cambios profundos en cuanto a innovaciones y tecnologías provienen de estas técnicas. Hay que dejar de lado el pensamiento "racional" y utilizar el pensamiento "lateral" o desenvuelto.
- Todos deben aportar la mayor cantidad de ideas.
- Toda idea es del grupo y no de la persona que la exprese.
- Hay que establecer un límite de tiempo.

Se designa una persona para escribir las ideas que surjan.

Quién actúa como moderador puede utilizar alguna lista de nombres que sirvan de "disparadores" para que los participantes comiencen a soltar ideas.

Por ejemplo: Ropa, Taller, Comida, Banco, Cuadro, etc.

Cada participante se toma unos diez minutos para anotar en una ficha o tarjeta las ideas que se les ocurren. Luego se expresan y las ideas se anotan tratando de clasificarlas por rubro para un mejor ordenamiento.

¿Cómo elegir la mejor?

Decidir es optar por una alternativa para dejar de lado las demás. Aquí se corre el riesgo de descartar ideas que pueden ser muy bien recibidas por el mercado o elegir aquella que no tenga éxito.

Para minimizar el riesgo implícito en la elección se pueden descartar en primera instancia, posibles negocios por razones personales (necesidad de trasladarse a otro lugar, dinero insuficiente), razones comerciales (no se puede competir con el líder), hay demasiados emprendimientos del mismo rubro (la tendencia del mercado va en otra dirección).

Para seleccionar las ideas más factibles, es necesario evaluar algunos aspectos tales como: dimensión del mercado, monto de la inversión inicial, proveedores, acceso a tecnologías, competidores actuales y potenciales, afinidad del negocio con los intereses personales, etc.

En el proceso de decantación de ideas, se pueden tomar dos que sean las más factibles de realizar y cotejarlas entre sí.

Mediante el siguiente ejemplo se puede ilustrar la forma de evaluar una alternativa de negocio para alguien que desea realizar una actividad por cuenta propia y tiene que decidir entre un negocio de "restaurante" y un "geriátrico".

CONCLUSIÓN: Como se ha hecho mención las nuevas tecnologías han estado evolucionando a pasados agigantados, por lo que este trabajo se realizó con el propósito de analizar cómo es que

estás han beneficiado y a la vez afectado a las empresas, trayendo consigo ahorros en diferentes áreas. Las empresas que no están actualizadas en este ámbito corren el riesgo de quedar obsoletas, en bajo desarrollo y a la vez darán una baja calidad en el servicio.

En conclusión el uso de la tecnología ha tenido ventajas y desventajas para las empresas, no obstante, hay que saber aprovechar lo que tenemos y seguirá avanzando de la tecnología para el beneficio de nuestro país y de uno mismo.