

## Lección 30: Ahhhh... ¡ya tengo todo para hacer lo que quiera!

Autor: Elder Flores Durán

Palabras: 3500

### Índice

Relación de la economía con el emprendimiento

Las perspectivas futuras

Glosario

Referencias

En la presente lección, quiero que puedas reflexionar y a la vez que te sientas orgulloso que hemos llegado a la culminación de un módulo, que espero pueda servirte de mucho en la vida. El propósito principal del módulo de Economía y Emprendedurismo, básicamente radica en hacer que las personas que lo tomen, puedan abrir los ojos a un mundo que está expectante de qué ofrecen.

Tu con los conocimientos adquiridos, puedes ser un excelente trabajador, que sabrá como cooperar con su empresa y sus jefes, compañeros y demás personal que trabaja allí y cumplir con la misión y visión de la empresa.

Así como puedes llegar a ser un excelente emprendedor que se arriesgue a ver lo que otros no ven. Oportunidades ocultas que las personas no han vislumbrado, TU podrás llegar a ser el ente de cambio que las aproveche.

Espero que con este módulo puedas decir “Ahhhh... ¡ya tengo todo para hacer lo que quiera! Y te puedas realizar como individuo en la vida.

### Relación de la economía con el emprendimiento

La ciencia económica tiene una gama bastante amplia para ofrecer al emprendedor, tanto en la propia función de lo que hace, como en la forma que le conviene organizar su emprendimiento, asignar tareas y responsabilidades, motivar a sus colaboradores y desarrollar una cultura basada en los valores que destacan la iniciativa y la responsabilidad individual.

Con este análisis se concluye que existe un sinnúmero de recursos disponibles y que es importante conocer cómo se organiza el mercado para aprovecharlos, coordinando las tareas, funciones y el conocimiento disperso entre un gran número de personas, quienes presentan habilidades diferentes.

A mí en lo personal, me gusta leer e investigar mucho acerca de personas que dan algunos pasos al frente de lo que uno está haciendo. Investigué al presidente de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, siendo una de las más prestigiosas del mundo y considerada como un centro de la más alta preparación para muchos emprendedores y administradores de empresas, por lo cual cito, a continuación lo que dice este personaje acerca de la estructura de las organizaciones:

*La idea de la descentralización ha demostrado consistentemente su mérito en este mundo cada vez más acelerado de difusión de la información e intercambio global. Los economistas discuten acerca del modo en que funciona una economía moderna, pero casi todos concuerdan en que la mejor función para un gobierno es la de proveer los incentivos económicos en vez de algún tipo de coordinación directa. La visión comunista fue rechazada. La visión socialista de que el gobierno dirige y es dueño de los modos de producción está desacreditada. En gran medida, la idea de que el gobierno pueda escoger roles y comandar la economía es, en el mejor de los casos, anticuada, y en el peor, anti productiva.*

*También las empresas han evolucionado mucho desde la jerárquica Ford Motor Company de los años veinte, en la que trabajaba un gran número de personas que desempeñaba tareas repetitivas de una manera precisa y rápida para lograr objetivos consistentes. En realidad, la razón por la cual la historia ha favorecido la descentralización es porque la centralización inhibe el desarrollo y el flujo de ideas. Y las ideas son la divisa de la economía del siglo XXI.*

Esto es realmente iluminador, luego de todo lo aprendido, y nuestro citado intelectual, se establece una teoría con las siguientes razones, que desprenden desde la perspectiva de la Universidad:

1. Los activos más importantes de una universidad no son sus edificios, sino las personas que la componen y los conocimientos que poseen.
2. Es una organización descentralizada, pues le da a esas personas ciertas orientaciones generales y recursos. Así mismo, les permite investigar en los temas que estima más importantes.

Existen aspectos de la universidad que las empresas podrían envidiar. Al analizar minuciosamente, son instituciones extraordinariamente duraderas: la misma Universidad de Harvard fue creada en 1636, la Universidad de Bolonia, fundada en 1088, o las de París y Oxford, creadas menos de un siglo después. Son extremadamente exitosas: cada vez hay más y con mayor número de estudiantes. En el mundo desarrollado, aproximadamente 39 millones de personas realizan algún curso universitario. Cada vez enseñan más disciplinas. En la Universidad de la

Hamburguesa de McDonald's son avanzadas las clases en tecnología alimentaria y catering y esas clases también las proveen actualmente muchas universidades modernas.

## Las perspectivas futuras

Los profesores Robert Laubacher y Thomas Malone, coordinadores de las tareas de investigación del MIT<sup>1</sup> desarrollaron una iniciativa que llamaron "Inventando las organizaciones del siglo XXI". Como conclusión de sus tareas, elaboraron dos escenarios como visiones de posibles formas de organización futura: "**las redes cambiantes de pequeñas empresas**" y los multicomprendivos "**países virtuales**".

Imagínate que las empresas que van a ser las que les brinden los servicios y productos a tus hijos NI SI QUIERA SE HAN INVENTADO... esto quiere decir que ¡o te animas o te animas! Muchas veces uno cree que el mercado está saturado, pero la verdad es que siempre está en constante movimiento y siempre hay oportunidad para ingresar.

### Redes cambiantes de pequeñas empresas

Modelo de organización basado en grupos autónomos de una a diez personas, organizados como contratistas independientes o pequeñas empresas, vinculadas por redes, que se unen en combinaciones temporales de diversos proyectos y se separan una vez que el trabajo ha sido realizado.

Un ejemplo de este tipo de organización es la industria del cine. En ésta, la declinación de los grandes estudios en los años cincuenta dio pie a la generación de un nuevo sistema: grandes conglomerados financian y distribuyen las películas, pero la responsabilidad de su producción se trasladó a un grupo de pequeñas empresas que participan de ese proyecto en particular, para luego asociarse con otras empresas en proyectos diferentes.

### Países virtuales

El escenario de los países virtuales, considera la estructura de un enorme conglomerado global con actividades en casi todas las industrias, como los *keiretsus* japoneses de la actualidad (conglomerados que incluyen grandes empresas industriales, bancos, servicios), que dan a sus miembros trabajo permanente y a sus familias, servicios de educación, salud y otros, hasta tal punto que su sentido de pertenencia se relaciona más con la empresa que con su propio país de origen. Los empleados de estas organizaciones serían también sus dueños por medio de los fondos de pensiones, de las opciones de acciones u otros mecanismos.

---

<sup>1</sup> El Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT por las iniciales de su nombre en idioma inglés, Massachusetts Institute of Technology) es una universidad privada localizada en Cambridge, Massachusetts (Estados Unidos).

No atendiendo a la gran diferencia en cuestión de organización de los dos escenarios anteriormente presentados, desde el punto de vista del análisis económico, tienen un importante punto en común, ya que las dos estructuras deberían basarse en mecanismos de mercado para coordinar sus actividades: en el primer caso podemos deducir que se trata de mercados externos y en el segundo, de mercados internos.

Esto vuelve a subrayar la importancia de las enseñanzas que el mercado puede darnos para analizar el funcionamiento de las organizaciones.

Una conclusión que se ve reforzada en un informe de la revista *Business Week*. Con motivo del nuevo milenio, la revista se preguntó cuál sería la “Corporación del siglo XXI”, y arribó a las siguientes conclusiones:

*Debe estar **basada en un constante cambio, no en la estabilidad**; organizada alrededor de **redes**, no de jerarquías rígidas; construida sobre **alianzas y asociaciones** cambiantes, no sobre la autosuficiencia; y construida sobre **ventajas tecnológicas**, no sobre ladrillos y cemento.*

*Pocas empresas intentarán dominar todas las disciplinas necesarias para producir y comercializar sus productos; más bien **subcontratarán** – desde la investigación y el desarrollo hasta la manufactura – a proveedores externos, quienes pueden realizar estas tareas con **mayor eficiencia**.*

*Todos estos participantes estarán conectados directamente en formas que van a hacer difícil o casi imposible para observadores externos conocer dónde comienza una empresa y dónde termina. Los **límites** de la **empresa** no solamente serán fluidos o borrosos sino, en muchos casos, **difíciles de definir**.*

*La empresa del siglo XXI **no** tendrá una **forma ideal**. Algunas serán completamente **virtuales**, totalmente **dependientes** para su supervivencia de **redes de proveedores, fabricantes y distribuidores**. Otras lo serán menos. Algunas de las más exitosas serán muy pequeñas y especializadas; otras serán enormes en tamaño, diversidad y complejidad. Algunas empresas no durarán más que el tiempo que toma a un nuevo producto o tecnología llegar al mercado.*

El presidente de la Universidad de Harvard, Lawrence Summers afirma: “Lo más importante de las universidades estadounidenses es que son lugares donde reina la autoridad de las ideas, en lugar que la idea de autoridad”.

En toda organización también reina la autoridad de las ideas: la del emprendedor, la de los administradores, la de los empleados. Llevar adelante un emprendimiento y dirigir una organización no es tarea sencilla, hacen falta buenas ideas. Como las organizaciones son fenómenos complejos, será útil buscar ideas en muy diversas disciplinas.

Las ideas que TU tengas, coméntalas necesariamente con tu círculo familiar más cercano a ti, ya que puede ser que alguien se apropie de tu idea y tu ya no puedas desarrollarla como querías. A lo que voy es que el mercado, los consumidores para ser más exactos, están esperando lo que TU vas a pensar y ponerlo en marcha.

¡NUNCA es demasiado TARDE para INICIAR un PROYECTO!

En un suplemento llamado *Efectivo* del diario de circulación nacional *Prensa Libre*, leí “El decálogo de la Creatividad” que puede resumirse de una manera esquemática y bastante sencilla.

1. No hay que castigar el fracaso, porque puede desanimar al equipo de trabajo.
2. Evite que su negocio sea estático, es preferible ser innovador.
3. Procure cambiar continuamente su forma de ver las situaciones.
4. Busque siempre el equilibrio dentro de una empresa: innovadores y ejecutores.
5. Saber delegar, como muestra de confianza. No se puede hacer todo solo.
6. Creatividad y diversidad caminan de la mano: debe haber mentes que piensen diferente.
7. Es conveniente buscar y ubicar las áreas débiles de la empresa para arreglarlas.
8. Es útil compartir la visión del emprendimiento e involucrar al equipo en los planes.
9. Conviene festejar el éxito del trabajo y recompensar las victorias de los colaboradores.
10. Ser positivos frente a los retos: el comportamiento influye en la actitud.

Ahora quiero que puedas leer el siguiente reportaje y luego lo contextualicemos con la presente lección:

**La creatividad es inventar experimentando, creciendo, tomando riesgos, rompiendo reglas, cometiendo errores, y divirtiéndose.**

- Mary Lou Cook

Desgraciadamente, la creatividad tiene sus rivales y entre los más grandes se encuentran la comodidad y la duda. Estos rivales nos impiden consciente e inconscientemente usar la creatividad para cualquier tarea o solución.

Usted sabrá cuando la comodidad o esa familiaridad con la rutina se instalen en su

oficina. Escuchará frases como: "de esta manera se hizo siempre". La duda en cambio no siempre habla en voz alta, sino que prefiere "susurrarnos" frases como: "no soy una persona creativa", o "nunca hice esto antes".

Si desea tener éxito y ser innovador en su trabajo, usted tiene que abandonar la comodidad y la duda; y puede reemplazarlas por estas diez maneras de incrementar la creatividad:

1. Comprométase con la creatividad: Elija conscientemente incrementar su energía y atención para encontrar diferentes maneras de ser creativo. Busque la manera de agregar interés a sus eventos de todos los días. Permita que cada uno en su trabajo, conozca que la creatividad es la norma y no la excepción: que es esperada y recompensada.

2. Confíe en que existen muchas soluciones: Busque siempre nuevas maneras de hacer las cosas que ya hace. Todo (desde organizar su lugar de trabajo, hasta responder los pedidos) puede mejorar, al buscar distintas soluciones a desafíos corrientes.

3. Haga lugar para la creatividad en cada proceso: Si usted continúa haciendo algo de la misma manera, continuará obteniendo el mismo resultado. Realice un ejercicio de pensamiento creativo cada vez que le sea posible. Tenga en cuenta estas siete ideas para movilizar su mente:

**Asociación:** Es lo que sucede cuando usted asocia un cuchillo con un tenedor, un chaleco salvavidas con un bote, o un cassette con un grabador.

**Combinación:** Unir ideas para formar una nueva idea. Como cuando dos o más compañías se juntan para lanzar una oferta especial a sus clientes.

**Adaptación:** Modificar una idea existente. Por ejemplo si usted anuncia novedades de su negocio vía email a sus actuales clientes, puede adaptar esta idea y aplicarla a sus anteriores clientes y también a los probables.

**Sustitución:** Reemplazar una cosa por otra. Sustituya un frío presupuesto por fax, por otro enviado en una fina carpeta... o un ceño fruncido por una sonrisa!

**Magnificación:** Hacer algo más grande. Si su cartel atrae clientes, pruebe hacerlo el doble de grande y vea qué sucede...

**Minimización:** Hacer algo más chico. Si usted está contento con su nuevo catálogo de ventas que acaba de lanzar, vea que sucede cuando lo hace del tamaño de bolsillo.

**Reordenamiento:** Poner las cosas en un orden diferente. Eche una mirada al trabajo que acaba de redactar y analice si sería mejor comenzar con otro párrafo.

4. Hágase preguntas: Su cerebro crece con el ejercicio, y la mejor manera de ejercitarlo es haciendo preguntas. Utilice preguntas con sus clientes. Puede ser una simple pregunta o un cuestionario, pero hágalo periódicamente. Algunas buenas preguntas son:

¿Cómo podría hacer esto de manera diferente?

¿Cómo sería más fácil?

¿Qué haría una gran diferencia?

¿Cómo soy percibido?

5. Tome notas: Anotar incrementa su atención y retención de ideas, le permite trabajar con ellas más tarde. Tome notas de todas las ideas (las que puede usar inmediatamente y las que no). Pero tan importante como anotar sus ideas, es releerlas periódicamente.
6. Sea curioso: Es necesario para seguir creciendo. Encuentre oportunidades para expandir sus habilidades. Concurra a seminarios, escuche cassettes o suscríbese a diferentes tipos de publicaciones. Nunca dude en invertir tiempo con expertos, siempre cosechará su recompensa.
7. Reconozca el riesgo como una opción viable: Es una opción que siempre está presente para solucionar desafíos. A través del riesgo, usted puede expandir su experiencia y construir su autoconfianza.
8. Tenga un tiempo libre creativo: Planifique y agende su recreación. Tómese 20 minutos de "mini-vacaciones" cada día, para rejuvenecerse. Camine, siéntese a descansar, o relájese a su manera. Descubrirá que las ideas creativas se hacen mucho más presentes en esos momentos... y no cuando está en su escritorio.
9. Encuentre cada día la manera de ser creativo y divertirse: Diversión es sinónimo de creatividad y suelen ir juntas, como las frutillas con crema. Existe mucho lugar para la diversión en su lugar de trabajo: puede festejar cumpleaños, ascensos, logros del equipo, nuevos clientes, etc.
10. Espere el éxito: Cuando usted comenzó su compromiso con la creatividad, también anticipó resultados positivos. Su optimismo abrirá las puertas a la creatividad y le traerá muchas recompensas.

*"El eje competitivo en las décadas a venir estará sostenido por aquellos individuos y compañías que entren en una nueva vida, dirigiendo fuentes de inspiración, creatividad y vitalidad"*

- Carol Osborne -

Incrementar la creatividad es lo que hará la diferencia entre el éxito, o la mediocridad de su negocio. En definitiva, es la creatividad lo que separa a aquellos profesionales que sólo sobreviven... de aquellos que prosperan!

Con el artículo anterior, podemos concluir que el emprendedor puede convertirse en una figura central en el crecimiento y éxito de un negocio. Los altos directivos de las corporaciones constantemente se plantean la mejor manera de fomentar la creatividad y el espíritu innovador de sus colaboradores internos.

Siempre existirán complicaciones, por lo que el emprendedor debe conocer cuándo comienza un proyecto y que se debe hacer. Es decir, debe conocer cómo manejar el “poder de la información” ya que a veces resulta difícil pero de ello depende el éxito del proyecto.

A continuación los fallos más comunes de un emprendedor:

1. **Vender lo que el emprendedor quiere:** se debe investigar lo que la gente quiere, no dejarse guiar por los gustos propios. Se debe invertir para conocer las necesidades de los clientes potenciales.
  - a. **No son solamente para satisfacer mis necesidades, sino que realmente tenemos que aprender a conocer al mercado.**
2. **Plan de negocios no escrito:** cuando una compañía tiene problemas financieros necesita un plan escrito para atraer inversionistas. Esto permite ver más allá y no perder la dirección elegida.
  - a. **Desde el inicio se tienen que trazar metas y DEJARLAS por ESCRITO.**
3. **No conocer sus fortalezas:** antes de diversificar productos o servicios, deben conocerse las fortalezas para concentrarse en ellas, y de ser necesario, reenfocar el negocio.
  - a. **El reenfoque del negocio es algo vital en momentos de crisis, debido a que quién mejor que el emprendedor para conocer el rumbo de su empresa.**
4. **No saber y no preguntar:** no atreverse a preguntar, por temor a originar pensamientos de incompetencia es un error. Aprender a pedir ayuda para que el negocio prospere es un desafío.
  - a. **Siempre se tiene que ser lo suficientemente humilde para reconocer errores, pero con la misma salir adelante.**
5. **No formarse antes de comenzar:** es necesario capacitarse para dirigir la empresa. Hoy en día, no puede ponerse como excusa la falta de información o dificultad para acceder a la misma.
  - a. **La formación es VITAL para poder llevar a la práctica la teoría, es por eso que te felicito, ya que este módulo lo has aprovechado de manera estupenda y tu manera de ver las cosas CAMBIÓ (es una REALIDAD).**
6. **Un presupuesto real:** al inicio se incrementan los gastos. La falta de un presupuesto realista mantiene a las empresas estancadas por largo tiempo.
  - a. **Los números SIEMPRE nos dicen algo, por lo tanto tenemos que tener un presupuesto en lo que seamos conscientes de los ingresos y egresos de nuestra compañía.**
7. **Mantener efectivo:** contar con efectivo suficiente es necesario. Hacer préstamos es inevitable de no disponer de liquidez inmediata.

- a. **Mantener fluidez y sana la economía de la empresa es una necesidad básica para poder tener a flote tu empresa, NO TE COMPROMETAS CON ASUNTOS O COMPROMISOS QUE NO PUEDAS CUMPLIR.**
- 8. No tener plan de mercadeo:** debe incluir tamaño del mercado, participación que se espera alcanzar, información sobre la competencia, presupuesto y cronograma para la campaña.
  - a. **La publicidad y el saber cómo vender mi producto a la sociedad es algo que es básico conocerlo desde el principio.**
- 9. No asignar presupuesto de publicidad:** la publicidad ayuda. No hay que escatimar recursos para ello.
  - a. **Este va unido con lo anterior, ya que tenemos que destinar fondos y capital necesario para poder llegar a financiar una excelente campaña de publicidad para que nuestro producto sea conocido.**
- 10. No delegar:** delegar funciones representa la diferencia entre crecer y quedarse estancado. Contratar y entrenar empleados hace que el jefe pueda dedicar su tiempo a prioridades y descansar eventualmente (cuando lo necesite)..
  - a. **Siempre tienes que hacerle tiempo a tus trabajadores y a tu empresa, ya que de ti depende que la visión que una vez nació como un sueño, pueda llegar a ser una realidad tangible.**

Las razones del fracaso pueden provenir de: un mal manejo del flujo de efectivo; los cobros o ingresos de dinero de las nuevas empresas no concuerdan con los períodos de pago de obligaciones; ausencia de controles; carencia de controles en cuanto a manejo de impuestos, aspectos legales y financieros; razones incorrectas para emprender; los emprendimientos que surgen solamente por “hacer algo”, por “pasar el tiempo” o “mientras encuentro trabajo” son los primeros que fracasan; enamorarse del producto; y por último querer vender un producto o servicio sin conocer procedimientos de producción y sin conocer las posibilidades reales de ventas con éxito.

Ahora tienes más claro el camino para algún día ser el futuro emprendedor, sí... esa persona dotada de cualidades especiales, que visualiza oportunidades, que es creativa, que no ve problemas donde otros los ven, que busca soluciones, que toma decisiones, que no se queda esperando que le ofrezcan, sino al contrario ofrece. El objetivo es que puedas llegar a realizarte como persona y así ser de bendición para los demás.

## FELICIDAD NO ES HACER LO QUE UNO QUIERE, SINO AMAR LO QUE UNO HACE

Jean Paul Sartre

### Glosario

**Asignar.** Destinar a un uso determinado, designar.

**Autónomos.** Que goza de autonomía (independencia y capacidad de autogobierno)

**Cambiantes.** Que cambia a menudo.

**Complejidad.** Dificultad, calidad de difícil o complicado.

**Concuerdan.** Estar de acuerdo.

**Conglomerados.** Masa formada por fragmentos de diversas rocas o sustancias minerales unidos por un cemento.

**Desafío.** Incitación a la competencia.

**Descentralización.** Traspaso de competencias y servicios de la Administración central a corporaciones locales o regionales.

**Difusión.** Propagación, extensión, expansión.

**Disperso.** Disgregado, diseminado.

**Diversidad.** Variedad, diferencia.

**Jerárquica.** Organización y categorías o grados de importancia entre diversas personas o cosas.

**Liquidez.** Cualidad del activo o capital financiero para transformarse fácilmente en dinero efectivo.

**Manufactura.** Fabricar o producir con medios mecánicos.

**Minuciosamente.** Detallista, cuidadosa hasta en los menores detalles.

**Roles.** Papel que desempeña una persona o grupo en cualquier actividad.

### Referencias

Lawrence H. Summers, La autoridad de las ideas, 2003

Martín Krause, Economía para emprendedores, 2004

<http://www.humanamente.org/web/index.php/contenidos/d-organizacional/74-decalogo-creatividad>