



Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Ciencias económicas

Programa de Administración de empresas

Diplomado en desarrollo de habilidades de liderazgo para el emprendimiento e innovación.

El Enfoque Del Emprendedor Colombiano En Las Estrategias
Orientadas Al Crecimiento

Autor

Albert Isaac Daza Medina

4701015

est.albert.daza@unimilitar.edu.co

Diciembre 2022

EL ENFOQUE DEL EMPRENDEDOR COLOMBIANO EN LAS ESTRATEGIAS ORIENTADAS AL CRECIMIENTO

INTRODUCCION

A pesar de que el colombiano tiende a ser una persona innovadora y emprendedora, se presentan problemas al momento de dar fortalecimiento y crecimiento a una empresa o idea de negocio. Los negocios colombianos por lo general tienden al estancamiento y a simplemente sobrevivir, pero esto sucede porque los mercados actuales tienen exigencias desde diferentes dimensiones que el emprendedor desconoce y dificulta su proyección a largo plazo o para mayores ligas.

En Colombia aproximadamente el 70% de las pymes fracasan en sus primeros años de funcionamiento (Sabogal, 2018) y esto se debe principalmente a la falta de conocimiento sobre cómo mejorar el desempeño de las organizaciones, de la misma manera se postulan opciones de solución donde resaltan las estrategias orientadas a la productividad y este es un aspecto que va más allá de la capacidad de producir bienes o servicios o aumentar ventas.

Es por esto que se deben identificar aquellos aspectos que le permitan identificar al emprendedor su papel dentro de la actividad administrativa y empresarial, dando el correcto enfoque a su actividad para el mejoramiento de sus negocios mediante el acondicionamiento de aspectos personales y de influencia en los involucrados; desarrollando habilidades, capacidades, aptitudes y tomando interés y atención en lo que quieren los mercados. Para crecer se necesita mucho más que centrarse en un producto o servicio y es allí donde el enfoque del emprendedor debe ajustarse.

Se estructura una revisión de las condiciones y aspectos que definen la tarea administrativa del emprendedor, su papel en la organización junto a los enfoques que debe tener en cuenta para aumentar esa productividad y la probabilidad de éxito de la idea de negocio con base en los requerimientos actuales del propio mercado.

Esto debido a que la actividad ya no se conforma con el simple hecho de vender un producto o servicio, o que a pesar de tener gran valor, una buena idea no es suficiente para el logro de metas ni objetivos que puedan dirigir a una empresa al éxito y a sobrevivir competitivamente.

Se pretende identificar los aspectos más relevantes para el éxito en la ejecución de la idea de negocio y que a su vez el emprendedor necesita para poder desarrollar una empresa y velar por su crecimiento constante, lograr aumentar la cuota de mercado, la competitividad, la productividad y resultar en el desarrollo de una organización prospera.

Para ello se revisa de forma conectada las situaciones que se presentan y como cada aspecto se va relacionando dentro de la función del emprendedor considerando los factores personales e interpersonales que debe desarrollar o aprender para adquirir las habilidades y capacidades necesarias para una correcta ejecución que disminuya el riesgo, mejore la organización y mitigue de mejor manera la posibilidad de fracaso.

TESIS

Para tener un emprendimiento exitoso no basta con tener una buena idea y esfuerzo; el papel del emprendedor debe trascender más allá.

DESARROLLO

Según las revisiones hechas al emprendimiento colombiano, se establecen tres factores principales que pueden marcar la diferencia en el crecimiento, éxito o fracaso de un proyecto de este tipo; se tiene a la financiación, al nivel de ventas y al involucramiento de empleados como aspectos que deben permanecer en constante control y vigilancia en la ejecución de la idea de negocio (Romero, Haro, & Ramírez, 2017), esto debido a la forma de concebir negocios en el territorio nacional y la manera culturalmente establecida como correcta para ejecutar proyectos.

Es cierto que el nivel de ventas es un factor crucial e indispensable para el sostenimiento del negocio o emprendimiento, ya que es una de las principales maneras de dar soporte al recurso financiero de la empresa; recurso el cual debe estar controlado y se debe ejecutar de forma cuidadosa y rigurosa para dar crecimiento, evitar endeudamiento y disminuir el riesgo de quiebra. En el caso colombiano, estos tres aspectos han demostrado que son claves para la subsistencia de cualquier negocio (si se vende es rentable y si es rentable el negocio funciona) y para hacer frente a los problemas de competitividad apoyados en el involucramiento de los empleados donde las personas pueden evidenciar problemas y generar sentido de responsabilidad en los colaboradores.

Sin embargo, la visión del involucramiento aun es bastante pequeña en los pequeños negocios colombianos y es allí donde el emprendedor y el papel que adquiere en el ámbito

empresarial deben tener un enfoque optimo, donde entienda que se involucran muchos más aspectos para lograr el crecimiento y buen desarrollo de los proyectos. El desarrollo de habilidades, aptitudes, capacidades y métodos de manejo de recursos es necesario para cambiar la perspectiva de lo que se entendería como autoempleo hacia lo que implica una empresa competitiva y exitosa.

En primer lugar se debe entender que los emprendedores buscan abrir camino en un proceso que les brinde mejores condiciones económicas a las que obtienen en u empleo con salario estable, por lo que muchas veces se entiende que es el resultado de una necesidad (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018) más que por una vocación.

Aunque se haga por sostenibilidad, crecimiento económico o vocación, el emprendedor no busca el fracaso sino por el contrario ser exitoso y para ello se ve obligado a entrar en el camino del empresario asumiendo los aspectos positivos, negativos y todas las condiciones que pone el mismo mercado; que ya no se conforma con la simple subsistencia sino que obliga a que toda empresa o proyecto crezca y se desarrolle para que sea capaz de competir de forma multifacética exigiendo que la persona a cargo (emprendedor) vea mucho más allá, se proyecte a largo plazo y busque el mejoramiento continuo.

Por eso el enfoque del verdadero emprendedor cambia y se vuelve más exigente cada día, ya que el papel trasciende los 3 factores mencionados anteriormente, pasando de los intereses del dueño a los del cliente aplicados a la idea de negocio y donde no es necesaria la acción directa en los procesos sino que el papel cambia a cumplir la función de cerebro dentro de la organización con el diseño e implementación de planes, estrategias y visiones.

Un punto de partida para un emprendedor es generar modelos de negocio innovadores que trasciendan hacia procesos de optimización, planeación pero sobre todo la forma en la que se debe llegar al cliente con el fin de satisfacer las necesidades o crearles unas nuevas para así poder influir en las decisiones y por ende en el mercado (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018) lo que resultaría en el desarrollo de una estrategia que logre tener influencia en la decisión; visión que estaría basada en los clientes buscando su satisfacción, su retención y que amplíe la cuota de mercado, indispensable para el crecimiento del negocio.

Los emprendimientos se pueden clasificar según su tipo como:

- Tradicional
- De innovación
- Comercial
- De servicios
- Tecnológico
- Profesional (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018)

Y a considerar el tipo de la idea de negocio, el emprendedor debe aprender de su entorno, entender las condiciones de su mercado y moverse de la forma más óptima para establecer su plan de emprendimiento que consta de:

1. Visualizar la oportunidad
2. Evaluar recursos disponibles
3. Consolidar fortalezas
4. Delimitar debilidades
5. Diseñar producto o servicio
6. Definir propuesta de valor
7. Elaborar prototipo o muestra
8. Probar la respuesta del mercado
9. Hacer ajustes con las sugerencias
10. Comenzar la venta
11. Organizar el nuevo negocio
12. Seguir emprendiendo

Así se puede establecer que el entorno puede definir el emprendedor y su forma de actuar, las condiciones a partir de las que surge motivaran el grado de innovación que se implante en las ideas, sin embargo las proyecciones deberán estar orientadas a la creación de valor para los clientes y trabajadores (en caso de requerirlo) (Bert & Logioia, 2020).

Siendo el cliente y la creación de valor la orientación para el emprendimiento, se desarrollan herramientas que permiten que el emprendedor obtenga información para la toma adecuada de decisiones. Estos procesos resaltan la importancia de áreas como de mercadeo (marketing) para la realización de estrategias basadas en los intereses y requerimientos de los mercados y en ciertos casos como puntos de innovación para implementar tendencias o nuevos

productos / servicios que llamen la atención de la demanda y así estimular al mercado para que ayude a crecer el negocio.

El marketing como fuente de información reduce la incertidumbre frente a los contextos y así la toma de decisiones se ajusta mejor a los perfiles del modelo de negocios y del emprendedor, punto clave para mantener la coherencia y la cohesión entre lo que se piensa, se quiere y se hace.

Para un correcto desarrollo como emprendedor se deben conocer las condiciones como las tendencias culturales y su forma para ponerlas en práctica en el campo de una organización para identificarlo bajo el análisis comportamental, psicológica, económica y la forma de desarrollar procesos (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018).

En este aspecto es necesario tener en cuenta los paradigmas de la persona ya que estos son los que van a determinar la forma de comportarse y de tomar decisiones a partir de establecer la posición actual, la búsqueda de la posición futura (proyección) y como planea llegar a los objetivos que se planteó con base en la interpretación de las oportunidades y de en la forma en la que puede intervenir en los contextos para conservar la orientación de la idea de negocio. Así cada una de las dimensiones mencionadas anteriormente, entran a definir la acción del emprendedor y aquellas características sobre las que se debe trabajar para lograr un estado administrativo acorde al modelo de negocio que se tenga. Cada una de las perspectivas se menciona a continuación.

En el análisis comportamental se consideran aquellos emprendedores impulsivos (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018), que de forma emocional llevan a cabo procesos y toman decisiones sin generar mayor análisis sobre las opciones y circunstancias.

En el análisis psicológico se establecen aquellos emprendedores que son más racionales al tomar decisiones (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018) y que pueden seguir dos filiales como la que se basa en la disminución de riesgos y control, y los que basados en experiencias buscan formas de cambio y de obtener información para tomar decisiones. Sin embargo las dos filiales consideran crucial la información disponible con la que identifican la situación, las alternativas y establecer la viabilidad de las opciones y los beneficios de cada una.

En la perspectiva económica se consideran aquellos cuya gran motivación y horizonte para la toma de decisiones es exclusivamente la obtención de dinero (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018), presentando una alta capacidad estratégica y donde se evidencia la capacidad de rápida reacción aumentando la flexibilidad y la fácil adaptación al cambio.

Desde la perspectiva de procesos se entiende que el emprendedor es aquel que va orientado a la realización y crecimiento personal (Cano, Valencia Neto, & e.t, 2018), generando redes y procesos que buscan crear valor más allá del monetario, optando por el crecimiento del recurso humano y proyectando el crecimiento del negocio en diferentes ámbitos mientras se refuerzan habilidades y aptitudes propicias para un mejoramiento en el desempeño.

Sin embargo el emprendedor sin importar cuál sea su perspectiva, debe cumplir con una serie de condiciones y desarrollar habilidades importantes para el buen desempeño de su labor y para lograr el éxito de su idea de negocio. Estos aspectos son:

1. La capacidad para resolver problemas
2. La capacidad para trabajar largas jornadas
3. Capacidad comunicativa tanto en dialecto como en escucha
4. Trabajo en equipo
5. Curiosidad
6. Búsqueda de la capacitación contante (propia y ajena)
7. Habilidades sociales para la creación de redes de contactos
8. Liderazgo
9. Determinación
10. Adaptabilidad al cambio

Tratando algunas de estas habilidades y características de forma explicativa donde se resalten las que presentan mayor exigencia en el mercado actual y que de una u otra forma el desarrollo de estas puede ser más complejo por las dimensiones que requieren.

Así, para el crecimiento de un emprendimiento o proyecto empresarial se considera crucial e importante el desarrollo de competencias y habilidades basadas en el liderazgo y en la planeación estrategia con el fin de desarrollar iniciativa en el actuar (López-Lemus & Carranza, 2019)

Cuando se habla de liderazgo se entiende que es aquella condición que logra reunir las cualidades, capacidades y habilidades que favorecen el desarrollo, orientación y control de un equipo de trabajo, ayudando e influenciando el crecimiento común y al logro de objetivos (VISA, 2016). Guiar los comportamientos hacia la búsqueda de oportunidades y amenazas, proteger las ideas de innovación de forma contingente, mantener procesos lógicos para el fomento de estrategias (Beroska, Raúl, César, & Raúl, 2022). Esto se logra cuando, el líder logra establecer con su equipo lazos de seguridad y confianza mediante el acompañamiento a los procesos y a las personas con el ejemplo y con el uso de la comunicación asertiva, ya sea para la resolución de conflictos o para lograr inspirar al grupo de trabajo en lo referente a la generación de ideas y como las logra implementar con una recepción constante.

También el liderazgo debe ser acorde a las situaciones, donde el emprendedor debe conocer que tanto énfasis debe hacer sobre las tareas y sobre la dimensión socioemocional de sus colaboradores, variando entre las posiciones democráticas y autocráticas teniendo en cuenta la madurez de sus colaboradores y el enfoque de la función que está acompañando.

Sin embargo el líder no solo debe enfocarse en su equipo, sino también en sí mismo, ya que debe tener crecimiento en aspectos como el compromiso que adquiere con los procesos y con su propia ética y que a su vez debe ser constante y coherente con sus actos. La autenticidad, la adaptabilidad, flexibilidad, la tolerancia al fracaso, la comunicación asertiva mediante el hablar, escuchar, poner atención, adecuada postura corporal y por último la autoconfianza.

La autoconfianza es otra de las características indispensables para la buena gestión del emprendimiento y la búsqueda del éxito, ya que brinda determinación y decisión frente a los objetivos ayudando a afrontar problemas, conflictos, fracasos y miedos; esto debido a que brindará mayor claridad en el panorama para la toma de decisiones (Gómez, Aceituno, & García, 2022).

Con la autoconfianza, la toma de decisiones tendrá mayor determinación y esto permite generar pasos más sólidos y con disposición a los resultados. Esta claridad ayudara a gestionar de mejor manera las ideas y los conceptos para aplicar a procesos y procedimientos que resulten en planes de acción.

A pesar de ser una habilidad de gran importancia para los emprendedores, el liderazgo y la autoconfianza son solo unas de tantas y que debe estar ligada a procesos indispensables para la

ejecución correcta de plan de negocios, el cual debe tener un sentido y enfoque de estrategia y que se va consolidando y adquiriendo mayor robustez con factores como el error y la experiencia.

La experiencia marca grandes diferencias al momento de ejecutar un proyecto; esto beneficia a la persona al momento de identificar oportunidades, establecer relaciones sociales, tener iniciativa, detectar amenazas y corregir errores rápidamente (Gómez, Aceituno, & García, 2022). Esta a su vez brinda mayor agilidad y capacidad de respuesta ante diversas situaciones, reconocer riesgos y evitar fallos, es decir, reducir incertidumbre al momento de tomar decisiones y logrando mayor asertividad aplicando las ideas de forma correcta al crear, diseñar, corregir o implementar un plan.

La planeación estratégica consiste en generar objetivos y la táctica requerida dentro de un plazo de tiempo especificado y deben ser medibles y medidas en la ejecución del proyecto como factor de calidad (López-Lemus & Carranza, 2019) obligatorio en consideración en la administración actual

Dentro de la planeación estratégica se tienen tres enfoques principales que son: la corporativa, la comercial y la funcional. Cada una de ellas dando enfoque a un punto en específico sobre el cual se pretende trabajar y establecer objetivos, ya sea para establecer nuevos modelos de negocio, modificar elementos en ellos u optimizarlos (Quirola, Massuh, & Cruz, 2022)

La estrategia corporativa está basada en la introducción de un nuevo modelo de negocio, simplemente revisa su viabilidad y puesta en marcha, se descartan optimizaciones y procesos ágiles, su interés está enmarcado en el aprovechamiento del mercado y como penetrar en él mediante la asignación de recursos, creación de valor, búsqueda de sinergia o vínculos con otros negocios cercanos y de aprovechamiento y por último en la fase de búsqueda de valor diferencial. (Quirola, Massuh, & Cruz, 2022)

En la estrategia comercial se busca la adecuada interacción en el mercado y como obtener éxito en el mismo mediante el aprovechamiento de las herramientas que se dispone, enfocándose en la competencia y en cómo sacar el máximo provecho de las ventas basados en estudios de mercado para aprovechar el máximo de oportunidades en la cadena de valor, esta estrategia estará basada principalmente en la ejecución de presupuestos y cumplimiento de programas para dar fortaleza financiera. (Quirola, Massuh, & Cruz, 2022). Es por esto que en la actualidad, el

mercadeo es un área fundamental para la ejecución de cualquier negocio; el emprendedor debe ir de la mano con esta área para la toma de cualquier decisión.

Es por esto que factores adicionales como la resiliencia, la calma, la capacidad de aprender en la marcha y sobre todo las habilidades comerciales del emprendedor para la utilización de las herramientas de marketing, pueden marcar la diferencia al momento de la ejecución entre el éxito y las dificultades que pueden llegar hasta el fracaso (Gómez, Aceituno, & García, 2022). No solo permite el acceso a la información para disminuir la incertidumbre sino que desde el punto de vista estratégico forma parte crucial al momento de impactar un mercado y su aporte al crecimiento se verá reflejado en las ventas, que como se mencionó anteriormente es de gran importancia ya que es la forma de mantener vivo el negocio pero recordando que es solo uno de muchos factores que determinan la capacidad de crecimiento de una empresa, sin embargo el mejoramiento en el área de ventas reduce presión al administrador optimizando las condiciones para la toma de decisiones y generando posibilidad de inversión en otros ámbitos propios para innovación (factor competitivo diferencial de alta importancia).

La estrategia funcional pretende el mejoramiento de procesos internos que puedan apoyar las demás estrategias (Quirola, Massuh, & Cruz, 2022). La optimización de procesos, mejoramiento de herramientas, capacitaciones y actualizaciones que permiten mayor efectividad en el desempeño de los empleados y de la misma dirección, logrando reducción de tiempos, costos, lo cual sirve para mejorar la percepción y la experiencia del cliente con el negocio, es decir, la demanda se podrá fidelizar y los costos se pueden reducir, todo esto tiene como resultado beneficios y ganancias desde varios puntos de vista para las empresas.

Estas estrategias son aplicables para el mejoramiento y la innovación del negocio, hacer las cosas de forma diferente y mejor ayuda a mejorar la percepción de marca tomando ventaja competitiva y siendo de mejor recordación o por lo menos llamar la atención de los clientes ya sean antiguos o nuevos. Así, este aspecto apuesta por la permanencia del negocio en el tiempo mediante la actualización, mejora, adaptación o nuevos modelos de negocios mejorando la competitividad.

Cuando una empresa o proyecto apuesta por la innovación puede tener un cierto grado de certeza al crecimiento, sin embargo esta debe ser invertida en los puntos adecuados y más primordiales que pueden estar organizados por grado de importancia en producto o servicio,

procesos y entrega al cliente, sin embargo la inversión a la innovación de la mano de obra debe ser revisada con base en el fin que se tenga, ya que aunque pueda aumentar la productividad en el largo plazo también puede ralentizar o afectar los procesos de crecimiento (Díaz-Hincapié, Melgarejo-Molina, & Vera-Colina, 2021), es por esto que se debe ver al negocio como un todo y no cada área por aparte sin esperar repercusiones en otra; de ahí la sinergia es necesaria y revisar los cambios que se hagan como impactan las áreas y como preparar cada una para evitar problemas futuros, esto son medidas de contingencia.

Es importante entender que es de gran importancia la relación, cohesión y coherencia entre el emprendedor y el cliente objetivo; la base para una correcta sinergia entre estas partes es el marketing, donde se obtienen los lineamientos para el desarrollo de las estrategias mediante la comprensión y conocimiento sobre los consumidores buscando el posicionamiento en un mercado que le genere fortaleza en el mismo (Mauricio, 2014). Como se mencionó anteriormente al brindar bastante información aprovechable en los objetivos principales, se pueden hacer las modificaciones necesarias con la previsión de problemas y los beneficios que también pueden traer.

Y a pesar de tener como aspecto fuerte el mercadeo orientado a mejorar las ventas para dar fortalecimiento y crecimiento del emprendimiento, se debe recordar que el emprendedor debe tener siempre en cuenta la orientación al mercado. Todo aquello que se realice y que brinde resultados al cliente externo debe estar orientado al mercado, lo que busca el cliente seguido de la coordinación interna para dar un buen desempeño en términos competitivos. (Lázaro, Gutiérrez, & Fondevila-Gascón, 2021) Lo que resultara en efectos positivos para la supervivencia y crecimiento en los mercados y allí es donde los proyectos emprendedores deben enfocar sus decisiones y adaptar las estrategias según sea su interés y conveniencia de tal manera que puedan ser tan flexibles e innovadoras como el mercado al que se orientaron lo exija y poder reaccionar de forma efectiva

Al tener en cuenta toda la globalidad que debe entender el emprendedor con base en la estrategia que debe planear de forma sinérgica, el liderazgo, la innovación, las habilidades blandas, el análisis de información, el uso de herramientas como el marketing y otras adicional a los temas de crecimiento y desarrollo personal como la automotivación, se debe llevar esos

conceptos a la administración de recursos disponibles a partir de su modelo de negocio y oportunidades.

Estas habilidades a las que se hace referencia, están orientadas al buen manejo de los recursos que dispone el emprendedor (materiales, humanos, intelectuales y financieros) y como poder obtener el mayor provecho de cada uno, reconociendo la importancia y utilidad.

Es por esto que se debe considerar el talento humano como un aspecto importante para el crecimiento empresarial y como parte del éxito, ya que de su desempeño se derivan los resultados como la productividad organizacional, procesos de mejoramiento y desarrollo de ideas. En el caso del emprendedor se puede entender como una autogestión de personal invitando a la innovación y la adaptación a entornos cambiantes aplicando en el mismo y en el caso de contar con equipos de trabajo, la inteligencia emocional donde se consideran las reacciones, la motivación, la frustración, la tolerancia a la presión entre otros; orientados con la cultura organizacional (Rodríguez-Bravo, 2021).

El manejo del talento humano requiere aspectos que les permita y obligue el crecimiento en el personal de trabajo considerando que necesitan estar permanentemente motivados para obtener la máxima eficiencia y establecer la determinación para evitar desvíos en los procesos que se deriven en problemas o errores. Para esto el emprendedor o empresario debe servir de inspiración partiendo de herramientas como:

- Fuerzas
- Deseos
- Emociones
- Sentimientos
- Liderazgo y auto liderazgo
- Considerar el momento causa (de ocurrencia o inspiración)

Obteniendo como resultado influenciar el comportamiento y aportando a la cultura organizacional logrando aspectos como:

- Rendimiento Y Productividad
- Mejorar En Los Puestos
- Mayor Eficacia

- Sensación De Pertenencia
- Generación De Ideas

Por esto se establece dentro del liderazgo y del crecimiento el involucrar a los colaboradores antes de reprimirlos, suele ser más provechoso dar participación y que la generación de ideas derive en beneficios para clima laboral, innovación, solución de problemas y mejoramiento continuo.

Continuando con los recursos, se establece que el desarrollo empresarial puede estar impulsado actualmente por la vinculación de tecnología en especial para la comunicación (recursos materiales aplicables a cualquier modelo de negocio); haciendo referencia a los beneficios que pueden traer a la optimización de procesos tanto internos como externos. Esta vinculación de los empleados a medios digitales para la comunicación y orientados hacia el mejoramiento del comercio (Gutiérrez, Kajat, Sernaqué, & Hidalgo, 2022). Con lo anterior aumenta la productividad y la gestión de funciones brindando mayor capacidad competitiva en los mercados al ofrecer mayor velocidad y calidad de respuesta y las cuales al enfocarse en el cliente se deriva en el mejoramiento de la respuesta frente a ventas y atención ganando fortaleza en el mercado

Por consiguiente, se debe tener en cuenta que a pesar del enfoque que tenga la idea de negocio es indiscutible que el factor financiero es determinante en la vida de una empresa. Se recomienda que una organización tenga la capacidad de adquirir activos financieros que facilitan y permiten la capitalización de la empresa, dando sostenibilidad al emprendimiento y dando cierto grado de seguridad para apostar por el crecimiento (Malquín & Trujillo., 2020).

En cuanto a los recursos intelectuales, se tienen a las ideas, estructuras mentales, estrategias y las habilidades que requiere un emprendedor, es importante identificar y desarrollar aquellas que le permiten observar, detallar y entender fácilmente el entorno donde se desempeña; la capacidad de reconocer oportunidades, retos, necesidades a partir de las cuales puede generar ideas de valor aprovechando la creatividad y la capacidad para aprender de errores (Armuña, Arenal, Ramos, & Feijóo, 2022).

CONCLUSIONES

Es importante entender que el actuar de un verdadero emprendedor está basado en la vocación que se tiene por ser empresario y lo que conlleva dicho título, ya que esto le permite afrontar de mejor manera todos los obstáculos y desafíos que se encuentra en el desarrollo de la idea de negocio y en la competencia. Para lograr un buen resultado es evidente que se requiere encontrar la sinergia entre diferentes factores del entorno, habilidades, capacidades, conocimientos, aptitudes y pensamientos, los cuales al juntarlos deriva una actividad empresarial optima y con tendencia al crecimiento.

El enfoque que un buen emprendedor debe tener en un negocio para su crecimiento y para su buen desarrollo se mueven en varias dimensiones, ya que debe atender al negocio, a las personas involucradas en el emprendimiento y de hecho a sí mismo. Con esto se logró consolidar un listado de características que encaminan al emprendedor al éxito.

Cuando se tienen buenas ideas, estas adquieren valor cuando se llevan a la práctica, no sirve si se quedan como una simple idea, sin embargo muchas veces es común encontrar miedo e incertidumbre en los posibles emprendedores para arriesgarse y ejecutar un modelo de negocio. Así, es muy importante que la persona logre llevar a la acción sus ideas y decisiones, que logre implementar lo que considera y que sea capaz de llevar el ritmo del mercado.

La proactividad está relacionada con la capacidad de llevar a la acción, pero este aspecto no solo va dirigido a arriesgarse sino que debe mantener la iniciativa y la participación activa en todo momento para la revisión de los procesos de su emprendimiento y la toma de decisiones.

El emprendedor debe ser una persona muy analítica y perceptiva para lograr identificar los cambios que se presentan en el entorno, lo que le permite reaccionar antes de generar problemas significativos y donde se refleja la capacidad de adaptarse a nuevas condiciones y a entender las condiciones cambiantes que le impone el mercado; de ahí que deba ser flexible y ágil en las respuestas de las diferentes situaciones, que sumado a la disponibilidad de información y su respectivo entendimiento le permite solucionar problemas en las diferentes áreas de su negocio. Estas decisiones deben ser tomadas con confianza en el presunto resultado y con conocimiento de que representa de alguna manera un riesgo al presentar cierto grado de incertidumbre (nunca se cuenta con la información total necesaria) pero se evita el miedo a cometer errores y por ende a quedar en un estado estacionario donde se estancan los planes y el desarrollo de estrategias.

De la autoconfianza y la capacidad de resolver errores se desarrollan habilidades de consultoría que permiten que el emprendedor adquiera experiencia y comprenda mejor la dinámica de los mercados y como las necesidades de la empresa obligan a la movilización de recursos para su funcionamiento óptimo. La experiencia le dará el conocimiento de cuál es la manera óptima de la movilización y el emprendedor lo aplicara a partir del aprendizaje que obtuvo a partir de la experiencia.

La visión a futuro es un factor importante porque le da al negocio una orientación constante y a partir de allí se genera toda la estructura para el diseño de planes con base en esos objetivos aspirados y allí se plantean los planes de acción, se definen las prioridades y todos los procesos necesarios para cumplir las metas. Esto es importante ya que es lo que marca a dónde quiere llegar el negocio y como lo va a hacer, sin embargo debe existir determinación en esas visiones para lograr dar una continuidad a las estrategias.

El emprendedor debe hacer de los errores un hecho de aprendizaje y saber que hacen parte de todo proceso; por eso la perseverancia y la resiliencia marca muchas veces la diferencia entre un negocio exitoso y uno que fracasa. Se debe tener la capacidad para sobreponerse a las dificultades y motivarse para continuar con lo planeado en la búsqueda constante de los objetivos, adicional a que sirve de ejemplo para el personal que trabaje en el negocio y mostrar la importancia de desarrollar estos aspectos en ellos.

También se plantea que la forma más eficiente de desarrollar todas las habilidades (no solo en forma personal sino también en los colaboradores) es el liderazgo, el cual tiene gran importancia al servir como guía, apoyo, y dirección a todo su equipo de trabajo acompañándolos en los procesos y las capacitaciones que requiera el negocio para mejorar la productividad; este factor implica el orden en la organización y la buena orientación a objetivos. Además se debe desarrollar conservando y manejando permanentemente la ética y la sostenibilidad, ayudando a marcar pautas de comportamiento en los trabajadores.

Sin embargo debe aprender a revisar aspectos externos y como optimizar el manejo de los recursos que dispone en su actividad empresarial y que se mencionaron en el desarrollo de la tesis.

El primer recurso a revisar es el talento humano y su manejo, se debe considerar que el trabajo en equipo es fundamental y requiere de involucrar a las personas para que su participación

brinde valor a los procesos y a las decisiones que se tomen, también a las ideas que surjan para la innovación; es importante que las personas que trabajen en el negocio se sientan valoradas y que se reconozca su opinión y su esfuerzo; ya que tenerlos en cuenta ayuda a generar un sentido de pertenencia en la organización, permitiendo obtener el mayor beneficio y productividad del empleado. También es importante ser empático con las situaciones de los trabajadores para cuidar su desempeño y condiciones temporales (problemas, situaciones familiares, emociones, etc.), así se evitan mayores conflictos o bajas en la productividad y mejorara el clima organizacional mientras se motiva a la persona según lo requiera. Se debe velar por el desarrollo de inteligencia emocional entre los colaboradores para ayudarlos a crecer y obligándolos a buscar la evolución y el mejoramiento constante, con el fin de lograr desarrollar al máximo las capacidades y mantener la solidez y robustez en los equipos.

En lo referente a los clientes y al mercado, el emprendedor debe tener el principio de la calidad como bandera para sus procesos, ya que ofrecer productos o servicios impecables brinda seguridad al consumidor y esto es muy importante para tener buenas relaciones con el cliente mejorando el posicionamiento en el mercado.

Se debe adquirir la habilidad para identificar oportunidades en los mercados, haciendo referencia a cómo crear valor en los productos o servicios que se ofrecen marcando un punto diferencial que aporte a la competitividad de la empresa, también detectar cuales son las necesidades que aún no están satisfechas y como podría solicitar ese aspecto en un mercado específico; por ultimo considerar las oportunidades que significan retos para el empresario ya que por lo general estos son los que generan mayor aprendizaje y beneficios en caso de llevarlos a buen término. La creatividad es un factor muy importante e indispensable para dar solución a los requerimientos del mercado de una forma distinta y que a su vez pueden estar sustentados y apoyados por información obtenida mediante herramientas como el marketing, ayudando a disminuir el riesgo y la incertidumbre sobre los mercados a los cuales se aspira impactar o que ya se están impactando.

El marketing es una herramienta de gran importancia para el emprendedor actual ya que aparte de brindar información (como se mencionó anteriormente) también permite crear estrategias para la movilidad dentro de los mercados y para el mejoramiento de los resultados en áreas como ventas. Una buena estrategia de marketing puede mejorar el posicionamiento de

marca y aumentar la demanda del producto o servicio que se está ofreciendo, el cual al soportarlo con el aumento de la capacidad productiva brinda mejores utilidades y robustez al aspecto financiero.

El segundo recurso es el material, que en el caso del emprendedor hace referencia a la implementación de herramientas tecnológicas que permiten una mejora en la gestión con optimización, sostenibilidad y disminución en los costos. La adopción de nuevas tecnologías también es necesaria para mejorar la competitividad y como medio de innovación (aspecto también altamente valorado en los mercados).

El tercer recurso hace referencia a los manejos financieros, lo que obliga que el emprendedor tenga conocimientos sobre finanzas para el sostenimiento del negocio en caso de temporadas de crisis (mantener caja para el sostenimiento de un periodo de tiempo que se considere mensualmente), para el desarrollo de presupuesto que permite una evaluación más certera de cada proyecto, también para realizar inversiones de forma valiosa y que aporten al crecimiento empresarial de forma sostenible y proyectada y en el caso de ser necesario, obtener financiamiento que ayude al negocio y que no afecte el resultado final de la actividad llevándola al fracaso.

Estos aspectos hacen que el emprendedor tenga un manejo mejor orientado a su empresa, evita la generación de problemas graves (que se pueden evitar), y le permite siempre saber hacia dónde dirigir el negocio con menor riesgo y mayor probabilidad de alcanzar el éxito.

Referencias

Armuña, C., Arenal, A., Ramos, S., & Feijóo, C. (2022). Emprendimiento como competencia clave: retos generacionales en un nuevo escenario. *RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*.

Beroska, R. S., Raúl, R. I., César, H. S., & Raúl, P. N. (2022). Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina. *Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*.

Bert, I. N., & Logioia, D. C. (2020). Innovación y Emprendimiento Empresarial: Dos Caras de una Misma Moneda. *ciencia y tecnologia*. Obtenido de

<http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/288>

Cano, G. E., Valencia Neto, M. E., & e.t. (2018). Perspectivas del emprendimiento empresarial en el siglo xxi. *MIKARIMIN Revista Multidisciplinaria*. Recuperado el 12 de 12 de 2022, de <https://dialnet-unirioja-es.ezproxy.umng.edu.co/servlet/articulo?codigo=8605563>

Díaz-Hincapié, F. I., Melgarejo-Molina, Z. A., & Vera-Colina, M. A. (2021). Relación entre innovación y crecimiento empresarial en la pyme de la industria de alimentos y bebidas de Bogotá, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*.

Gómez, J. P., Aceituno, P. A., & García, M. C. (2022). Educación para el emprendimiento: un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro. *Revista de Marketing y Publicidad. CEF*.

Gutiérrez, J. E., Kajat, J. U., Sernaqué, D. C., & Hidalgo, D. E. (2022). : Economía digital y desarrollo empresarial. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.

Lázaro, J., Gutiérrez, Ó., & Fondevila-Gascón, J.-F. (2021). INFLUENCIA DE LA COLABORACIÓN ENTRE LAS ÁREAS DE VENTAS Y MARKETING EN LOS RESULTADOS DE LAS EMPRESAS EN UN ENTORNO DE ORIENTACIÓN AL MERCADO. *Revista de Estudios Empresariales*.

López-Lemus, J. A., & Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las. *Nova Scientia*.

Malquín, D. M., & Trujillo., J. G. (2020). Modelo de gestión financiera para el fortalecimiento del proceso de sostenibilidad y crecimiento de las pymes en la ciudad de Tulcán. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.

Mauricio, O. V. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte.

Quirola, K. G., Massuh, E. M., & Cruz, P. A. (2022). Importancia de la planificación estratégica para el crecimiento empresarial. *RECIMUNDO Saberes del Conocimiento*.

Rodríguez-Bravo, A. (2021). Estudio de Modelos de Gestión en Instituciones para el Crecimiento Empresarial. *Dominio de las Ciencias*.

Romero, M. C., Haro, M. d., & Ramírez, E. (2017). *El Estado Colombiano Y El Emprendimiento Empresarial*. Bogotá: Criterio Libre.

Sabogal, J. (30 de octubre de 2018). *El 70% de las 'pymes' en Colombia fracasan en los primeros cinco años*. Obtenido de RCN Radio:
<https://www.rcnradio.com/economia/el-70-de-las-pymes-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-cinco-anos>

UNIVA (2022). Diplomado en desarrollo de habilidades de liderazgo para el emprendimiento e innovación. México.

VISA. (4 de julio de 2016). *La importancia del liderazgo empresarial*. Obtenido de VISA: <https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notasy-recursos/liderazgo/la-importancia-del-liderazgoempresarial.html#:~:text=Una%20persona%20que%20practica%20el,a%20metas%20y%20objetivos%20espec%C3%ADficos>.