

La creatividad en el ejercicio del
emprendimiento: sus aportes en la
construcción de una ventaja
competitiva



por: Iván Leonardo Medina Alvarado

LA CREATIVIDAD EN EL EJERCICIO DEL EMPRENDIMIENTO: SUS APORTES EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA

Iván Leonardo Medina Alvarado¹

Docente del programa de Maestría en Administración de Empresas MBA

Administración General

Módulo de especialización en emprendimiento

KMU Education Business School KMU EBS (Curacao)

In partnership with Middlesex University (London)

ivan.medina.alvarado@gmail.com

Resumen

Cuando se inician actividades de emprendimiento, quien emprende sin igual a dudas esta de cara al desconocimiento que conlleva el asumir el reto de desarrollar una actividad empresarial exitosa, es precisamente desde allí que este documento da a conocer la importancia de la competitividad desde su aporte en la

construcción de ideas creativas y fortalecer la ventaja competitiva de una organización.

A lo largo del estudio de la creatividad se abordan los obstáculos que se presenta al momento de desarrollar actividades creativas, de igual forma se comparten los bloqueos o situaciones que hacen que la creatividad sea limitada. La finalidad de compartir

¹ Administrador de Empresas (CUN – Colombia)

Especialista en gerencia del talento Humano y riesgos ocupacionales (UNITEC – Colombia)

Magister en Dirección y Administración de Empresas MBA (UNIR – España)

Doctorando en Educación PhD. (UBC – México)

- Docente de pregrado – Universidad Santo Tomás (USTA – Colombia)
- Docente de pregrado programa Administración de Empresas Fundación Universitaria del Área Andina (FUA – Colombia)
- Docente de posgrado Middlesex University London / KMU Education Business School (Curacao).
ivanmedina@ustadistancia.edu.co, imedina6@areandina.edu.co, ivan.medina.alvarado@gmail.com.

en este documento tanto los obstáculos como los bloqueos de la creatividad, radica en el impacto negativo que tienen estos elementos en la gestión de emprendiendo y como las actividades empresariales se ven involucradas cuando el emprendedor desea hacer frente a las diversas situaciones adversas que el entorno le presenta.

De los generación de ideas creativas le significa a las empresas asumir el reto de gestionar sus recursos, por esto el documento presenta algunas realidades que se viven en el contexto latinoamericano, que han hecho que el aumento en las iniciativas de emprender sea evidente, pero a la vez permite identificar como con el paso del tiempo se han hecho necesarias nuevas formas de pensar, para que los cambios sociales, culturales, políticos, entre otros; sea identificados como oportunidades de crecimiento y no como amenazas a la supervivencia, una realidad que se identifica en el documento está relacionada con la carencia de ecosistemas de emprendimiento, entendiéndose estos como alternativas de construcción colectiva de emprendimientos socialmente

responsable con impacto regional y visualización global.

Por último, se describen algunas técnicas usadas para favorecer la adecuada gestión de la creatividad en el interior de iniciativas de emprendimiento y de empresas que desean estar presentes en el mercado desde la construcción colectiva de la ventaja competitiva hasta la consolidación de valor agregado. Desde estas técnicas a lo largo del tiempo el ejercicio de emprendimiento ha encontrado una ventaja para hacer frente al mercado, con lo que se busca que quien desee emprender, tenga una idea clara de cómo fomentar la creatividad al interior de sus equipo de trabajo y como desde una perspectiva sistémica la motivación y participación llegan a ser un valor institucional que trasciende en el tiempo y se adquiere a la cultura organizacional del emprendimiento que se está gestionando.

Palabras clave. Emprendimiento, creatividad, ventaja competitiva, negocios, economía, empleo, desarrollo, innovación, producto, servicio.

Abstract

When undertaking entrepreneurship activities, whoever undertakes without equal doubt is facing the ignorance that entails taking on the challenge of developing a successful business activity, it is precisely from there that this document gives to know the importance of competitiveness since its contribution in the construction of creative ideas and strengthen the competitive advantage of an organization.

Throughout the study of creativity the obstacles that arise when developing creative activities are addressed, in the same way they share the blocks or situations that make creativity limited. The purpose of sharing in this document both the obstacles and the blocks of creativity, lies in the negative impact that these elements have on the management of undertaking and how business activities are involved when the entrepreneur wishes to face the various adverse situations that the environment presents.

From the generation of creative ideas it means to the companies to assume the challenge of managing their

resources, for this the document presents some realities that are experienced in the Latin American context, which have made the increase in the initiatives of entrepreneurship evident, but At the same time, it allows us to identify how, over time, new ways of thinking have become necessary, in order for social, cultural, and political changes, among others; are identified as opportunities for growth and not as threats to survival, a reality that is identified in the document is related to the lack of entrepreneurship ecosystems, understood as alternatives for collective construction of socially responsible ventures with regional impact and global visualization.

Finally, some techniques used to promote the proper management of creativity within entrepreneurial initiatives and companies that want to be present in the market from the collective construction of competitive advantage to the consolidation of added value are described. From these techniques, over time, the entrepreneurial exercise has found an advantage to face the market, with what is sought that who wants to undertake, have a clear idea of how to encourage creativity within their team

and how From a systemic perspective, motivation and participation become an institutional value that transcends time and is acquired in the organizational culture of the enterprise that is being managed.

Keywords. Entrepreneurship, creativity, competitive advantage, business, economy, employment, development, innovation, product, service.

Introducción

El ejercicio del emprendimiento sin igual a dudas presenta múltiples opciones al momento de adelantar una acción encaminada al desarrollo de una actividad empresarial, ya sea que esta actividad esté relacionada con la puesta en marcha de estrategias encaminadas desde el proyecto de vida –entendiéndose a largo plazo– o solamente sean acciones a favor de desarrollar una actividad momentánea que se proyecte a corto plazo; desde esta mirada el emprendimiento le significa a un individuo tener que buscar una herramienta con la cual le favorezca directamente en esa labor de emprender, es por ello que la creatividad juega un rol

tan importante como necesario en las actividades del emprendimiento (Murcia, 2011).

Para comprender el papel que juega la competitividad, así como la incidencia que esta tiene a favor del ejercicio del emprendimiento, y a su vez la forma en que el emprendedor consolida su ventaja competitiva, es abordado desde la definición que se tiene del termino competitividad. “Posibilidad de formular nuevas iniciativas de acción que se pueden concentrar en ideas creativas” (Murcia, 2011, p. 40), es desde allí que la competitividad llega para aportar desde la creación constante de nuevas ideas por medio de herramientas que favorecen el incremento de una mentalidad disruptiva a favor de quien emprende.

Un elemento destacable de los procesos de creatividad, es cuando al desarrollar un emprendimiento se obtiene información para constantemente re-inventarse, logrando consolidar una imagen corporativa de gran impacto, pero para lograr esto se destaca el rol que juega un elemento trascendental del emprender como lo es la innovación; por esto que comúnmente

son presentadas ambas herramientas (creatividad e innovación) como un binomio desde el cual las organizaciones y quien desee obtener un crecimiento considerable, puede llegar a ser identificado como un referente de la realidad en la cual un emprendimiento se está desarrollando por el camino correcto.

Para Murcia (2011), el emprendimiento en conjunto con la creatividad e innovación le significa a un individuo la oportunidad de diferenciación necesaria para consolidar una ventaja competitiva, siendo esta última la verdadera razón por la cual toda organización puede afirmar que es aceptada en el mercado y con la cual puede hacer frente a los cambios que la economía actual presenta.

De igual forma, este documento presenta las implicaciones que han conllevado a que la creatividad no solamente tenga aplicación en el camino del emprendimiento, si no desde el mismo ejercicio empresarial, como lo comparte Schnarch (2008) quien describe la creatividad desde su utilidad y su aporte en la gestión empresarial, algo relevante del análisis que este autor

comparte en su obra, destaca el papel protagónico que le ha significado al emprendimiento la creatividad por si sola para posterior aunar esfuerzos en conjunto con la innovación.

La creatividad como aliado del emprendedor

Los cambios que día a día se viven en la sociedad y las implicaciones que estos llevan, determinan que el ejercicio del emprendimiento requiera construir una sólida ventaja competitiva y es precisamente allí donde la creatividad aporta directamente, porque le faculta al emprendedor en generar constantemente ideas que le pueden aportar desde dos perspectivas (Murcia, 2011): La consolidación de su idea de negocio y desde la sobrevivencia de la misma en el mercado; en esta última es que se concentra el presente escrito. Ahora bien, la creatividad como es indicado por Schnarch (2008) no solo proyecta su aporte en la generación de la idea de negocio misma, si no que adquiere relevancia porque aporta en la consolidación de la ventaja competitiva desde la cual el emprendimiento llega a proyectarse en un mediano y largo plazo.

Cuando se están generando diálogos alrededor del emprendimiento, siempre se llega a conversar sobre la sobrevivencia del emprendimiento y en múltiples ocasiones se plantea que un emprendimiento requiere estar dotado

de un plan estratégico desde el cual se gestionen rutas de acción, conocidas como planes de acción que son vistos como elementos de sobrevivencia, para Murcia (2011), la creatividad es tan importante que es el elemento con el cual el emprendedor logra sobrevivir y hacer frente al cambio, el cual a la vez siempre está presente en los planes estratégicos y rutas de acción, y es que la creatividad al estar presente en las actividades humanas hace que al contextualizar el emprendimiento en el ámbito empresarial, este logre destacarse por ser una actividad con cierto grado de originalidad, con la cual la propuesta de valor adquiere mucha mayor relevancia no sólo para con el contexto en el cual se está desarrollando, sino que trasciende al contexto que impacta con el paso del tiempo.

Para Murcia (2011), la creatividad se fundamenta en dos pilares sobre los cuales su impacto se ve reflejado en las actividades de emprendimiento y de gestión empresarial, estos pilares son: Pensamientos nuevos en lo esencial (condición necesaria pero no suficiente) y los Pensamientos útiles y aplicables, a

partir de los cuales la forma de pensar y dimensionar a una idea de negocio adquiere relevancia, porque no se concentra únicamente en la solución de la necesidad inmediata, sino que permite ampliar el impacto de la misma a nuevas formas de suplir necesidades a partir de una misma idea, tal es el caso de emprendimientos que en un primera etapa fueron ideados para suplir una necesidad o un conjunto limitado de necesidades y con el paso del tiempo y la gestión de clientes, se logra incursionar en mercados nuevos que le representan mejor desempeño y más alto impacto.

Un aspecto que no se puede desconocer es el aporte que desde la creatividad se tiene, cuando un producto o servicio requiere ser mejorado, actualizado o sencillamente mejorar su propuesta de valor; y es que el aporte que la creatividad genera en esta mejora, implica que el emprendedor identifique situaciones adversas y a favor que el mercado ofrece para. Adquirir conocimiento y hacer el mejor uso del mismo; todo encaminado al mejoramiento de gestión de valor agregado, es por esto que lo menciona Torrent-Sellens (2013), que un

emprendimiento puede adquirir mayor valor agregado cuando la creatividad le suministra periódicamente nuevas alternativas de hacer frente al mercado y aprovechar las dificultades que el mismo le presenta para generar procesos de aprendizaje, recordando que el aprendizaje percibido desde el entorno, se replica en equipos de trabajo de dos formas (Murcia, 2011): como aprendizaje individual y aprendizaje colectivo.

Como la propuesta de valor no es aislada de las dificultades que el entorno presenta, es muy importante tener claridad que la creatividad si bien aporta significativamente, también tiene algunos obstáculos o barreras que impiden que un emprendimiento llegue a ser exitoso, por esto es prioritario conocer estos obstáculos, los cuales se catalogan en de dos formas: Perspectiva personal y perspectiva empresarial (Murcia, 2011):

a) Perspectiva personal

Desde esta perspectiva, el emprendedor encuentra obstáculos que son originados desde su propia forma de comportarse y desarrollar sus

actividades, por lo tanto es un patrón que es interno e involucra netamente su concepción íntima, comprende los siguientes obstáculos:

1. En primera instancia, se ubica el *desconocimiento* que se tiene respecto a algo que se desea mejorar, y es que cuando no se conoce ampliamente la idea de emprendimiento con la cual se iniciará una actividad de empresarial o el mercado en al cual se desea tener impacto, afecta que la creatividad adquiera su valor como aliado estratégico, generando todo lo contrario, esta se proyecta para sí como una dificultad porque se está de cara a dos situaciones: 1) Cambiar por completo la escenario del emprendimiento y llevarlo al fracaso, y 2) Implementar acciones de emprendimiento que a futuro no son coherentes con la realidad del mercado y del mismo emprendimiento.

2. El *temor al cambio*, es un obstáculo más que impide que la creatividad pueda aportar en un emprendimiento, para hacer frente a esto, se debe recordar que el emprendedor debe estar en constante búsqueda de individuos que le aporten en su actividad empresarial, por esto el cambio se convierte en un oportunidad con la cual el emprendedor puede consolidar su idea de negocio ajustándola a los situaciones que la sociedad, la economía y el mismo mercado, presentan; allí es donde la creatividad le representa al emprendedor un camino de oportunidades donde retroalimenta su idea de negocio y encuentra planes de acción desde los cuales perfecciona sus estrategias de sobrevivencia para así ampliar el espacio en el cual tiene impacto.

Cuando el cambio desde la perceptiva del emprendedor no resulta ser un aliado, o se cree es un impedimento para la

adecuada gestión del ejercicio de emprender, significa que el sujeto que emprende ha dejado de ver su entorno como el conjunto de posibilidades, para ahora verlo como un escenario hostil y alejado de aprendizajes significativos, por supuesto se confirma que ha dejado de utilizar la creatividad a favor y se ha limitado a centrarse en la inmediatez.

3. La creatividad encuentra en las *zonas de confort* un obstáculo enorme, el cual impide que las nuevas ideas y la generación de ideas creativas alrededor de una actividad empresarial le aporten a la construcción de una ventaja competitiva; el impacto negativo que las zonas de confort tienen en los emprendimientos hacen que muchos de estos fracasen en cualquier momento de su ejecución, tal es el caso de múltiples situaciones en las que un emprendimiento a pesar de llevar varios años en el mercado, tener reconocimiento y cierta

aceptación; lleguen a desaparecer y perder su ventaja competitiva, siendo absorbido por el mercado. Es allí donde según indica Schnarch (2008), que la creatividad no puede ser un elemento momentáneo, o ser considerado una etapa del proceso de emprendimiento, todo lo contrario, la creatividad es una herramienta que le permite en todo momento al emprendedor destacarse en el mercado y bajo ninguna circunstancia debe estar relacionada pequeñas acciones por tiempos cortos.

Las zonas de confort se generan como situaciones de bienestar momentáneo, en las cuales desde un primer análisis, el emprendedor o el sujeto que está en medio de ellas, considera este bienestar como situaciones favorecedoras, pero luego revisar las estrategias de planeación, se evidencia que estos momentos de confort alejan el cumplimiento de los objetivos y metas propuestos.

4. Recordando que el emprendedor como individuo con una iniciativa innata hacia comprender su entorno de una forma diferente (Torrent-Sellens, 2013), cuenta con ciertas características que le favorecen en su proceso de emprender, es por ello que el *autoestima* se presenta como un aspecto incidente en el actuar del emprendedor, por lo tanto quien emprende, debe saber manejar su autoestima, de forma que tenga la suficiente capacidad de analizarse para sí mismo y pueda controlar situaciones adversas en las que el autoestima disminuye, generando con esto una barrera que impide que la creatividad pueda ser un elemento en beneficio de una actividad empresarial.

Cuando los niveles de autoestima disminuyen en un emprendedor, este inicia una etapa crítica en la cual el emprendimiento comienza a perder la identidad y

sello único que el emprendedor con el paso del tiempo le fue imprimiendo, por esto la creatividad resulta limitada, ya que el emprendedor no cuenta con una razón para aprovechar las situaciones del entorno siendo estas tanto benéficas como adversas, para luego transformarlas como oportunidades de aprendizaje, si no que permite que las dificultades del entorno le afecten a tal punto que este no puede continuar su actividad empresarial y las estrategias que se hubiesen planteado hasta entonces no puedan continuar su curso.

b) Perspectiva empresarial

Cuando el emprendimiento se ha involucrado en el mercado y está siendo liderado por un sujeto desde una actividad empresarial, le presenta las siguientes dificultades que impiden que la creatividad pueda aportar positivamente en el ejercicio empresarial y comprende los siguientes obstáculos:

1. Los *ambientes poco propicios* conllevan que un emprendimiento no encuentre un escenario acorde en el cual se pueda ejecutar la idea de negocio con la cual sea concebido, como problemática de este obstáculo, se tiene que la creatividad se ve limitada desde su aporte en la generación de nuevas ideas, y esto conlleva que los procesos de planeación estratégica a generar planes de escape y no busquen propiciar elementos a favor de la construcción de una ventaja competitiva.

Para Schnarch (2008), la incidencia de un entorno adecuado en el emprendimiento resulta ser tan relevante que en las primeras etapas, las cuales comprenden: Validación de la idea de negocio, ejecución de pruebas piloto y posterior puesta en marcha, que le aportan para que este llegue a ser exitoso o no en un mediado plazo. Desde los procesos de emprendimiento los ambientes propicios le significan

al emprendimiento que este sea lo suficientemente coherente que pueda trascender a la generación de valor.

Cuando se revisan los aportes que han hecho expertos en temas de emprendimiento, cobra importancia la forma en que los ambientes inciden para con el éxito del mismo y es precisamente allí cuando en el contexto latinoamericano, los entornos adecuados son una pieza fundamental de desarrollo económico como de crisis económica (Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, 2014).

En Latinoamérica son relevantes los esfuerzos que han hecho algunos gobiernos para que los entornos de emprendimiento sea favorables y desde políticas públicas se ha tratado de tener incidencia, salvo que en muchas ocasiones no se ha encontrado la suficiente coherencia institucional para favorecer este

impacto positivo esperado (Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, 2014).

2. La *inseguridad en el liderazgo* ha hecho que el emprendedor visto como el sujeto que emprende y que a la vez dirige su emprendimiento, tenga dificultad para ejercer la dirección del emprendimiento que está ejecutando. El liderazgo es tan importante como necesario en la actividad de emprender y la actividad empresarial, al comprender que el liderazgo le favorece al emprendedor para que este pueda gestionar su equipo de trabajo y reafirmar un pilar del emprendimiento, que es el trabajo en equipo.

Si bien es cierto que un emprendimiento llevado a cabo por un individuo sólo, le acarrea dificultades y seguramente impedimentos, también le genera impedimentos a los procesos de creatividad, porque la generación de ideas creativas

desde una visión egocéntrica, sólo trae para sí desconocimiento del equipo de trabajo y conflictos al interior de una actividad empresarial.

Cuando se analiza esta situación en el contexto latinoamericano, se describen aspectos de total incidencia en el éxito de algunos emprendimientos y se comprende porque en algunos países el fomento al emprendimiento es en realidad una acción a favor de quien desea emprender y en muchos otros es simplemente un conjunto de acciones aisladas que conllevan a encontrar resultados parcializados y poco benéficos (Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, 2014).

3. Los *sistemas tradicionales*, le significan un obstáculo a quien emprende, porque la creatividad se limita a generar ideas poco acertadas y en muchas ocasiones relacionadas con ideas de emprendimiento de poco impacto social y económico.

Cuando se analiza el aporte que hace Murcia (2011) en relación a la coherencia que debe existir entre la educación, la empresa y el estado, se visualiza una coherente relación entre la forma de pensar y la forma en que las nuevas generaciones se han educado y se están educando; ante esto la realidad latinoamericana demuestra una preocupante situación, en la cual al educación tradicional aun es evidente en un 80% de los países que confirman la parte central y sur del continente americano.

Si bien, no está mal tener como referente a los sistemas tradicionales de la economía, educación, infraestructura, gobierno, entre otros; si es necesario que los gobiernos y entornos en los que se adelanta iniciativas de emprendimiento puedan tener una mentalidad abierta al cambio y que el tradicionalismo no ahogue las nuevas formas de emprender.

Para Latinoamérica el tradicionalismo ha impactado negativamente los procesos de creatividad, porque le ha representado limitar espacios propicios de aprendizaje para impactar los emprendimientos que se adelanta desde universidades, instituciones gubernamentales e individuos por cuenta propia (Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, 2014); con esto se puede comprender porque los ecosistemas de emprendimiento en el continente americano a excepción de los Estados Unidos es tan limitado.

Como se ha analizado, la creatividad la significa un aporte más que destacado para quien emprende y concentra su aporte en gran manera en la forma en que puede hacer frente al mercado, a las adversidades de económicas no estables y de igual forma la creatividad le ayuda a quien emprende para que este no limite su emprendimiento y constantemente el impacto que este tiene puede ser mayor;

ahora bien, no se puede desconocer que hay situaciones que generan bloqueos en los procesos de creatividad, entendidos estos como situaciones en las que la creatividad se paraliza y no puede continuar aportando en el emprender, no significa que se retroceda, pero si significa que se deja a un lado la intención de generar ideas creativas continuamente (Murcia, 2011), por esto a continuación se presentan los bloqueos que detienen y limitan los procesos de creatividad.

En una primera instancia se presentan los bloqueos que la creatividad tiene a *nivel personal*, entendidos estos como las situaciones que impactan negativamente a quien emprende y como son desarrollados desde una perspectiva individual que a futuro afectan la actividad empresarial; en una segunda instancia se presentan los bloqueos a *nivel empresarial*, estos bloqueos llevan a inhibir la creatividad vista desde el ejercicio de emprendimiento y la actividad empresarial, como resultado de estos bloqueos se tienen los siguientes impactos negativos en el emprendimiento: Poco impacto social y económico, disminución en el valor

agregado y poca relevancia de la ventaja competitiva.

Para analizar estos bloqueos, a continuación se describe su incidencia.

A nivel personal.

1. Un primer bloqueo es la *pereza*, si bien existen muchas definiciones de pereza y para muchos contextos es asociado a otras palabras como es el caso de: ocio, negligencia, inacción, entre otros; en el contexto del emprendimiento para Murcia (2011), hace relación al conjunto de actividades que impiden una constante tendencia hacia el movimiento e impide acciones a favor del cambio. Entendido de esta forma, la pereza le significa a un emprendedor una limitación a los procesos de creatividad, porque le fomenta una tendencia hacia la concepción del entorno como un escenario inalcanzable y poco susceptible para participar.

Cuando se analizan los aportes de Torrent-Sellens (2013), se logra visualizar que el emprendimiento en algunas ocasiones al encontrarse limitado por acciones que son similares a la pereza, es necesario generar actividades de choque desde las cuales la mentalidad disruptiva nuevamente tenga su papel protagónico en los mecanismos de actuar del emprendedor.

2. Las *actividades rutinarias* con otros tipo de bloqueo a la creatividad y son un elemento que afecta negativamente porque no facilitan que el emprendedor pueda llegar a generar ideas creativas alrededor de su emprendimiento, logrando con esto que las actividades empresariales y de emprendimiento tengan un impacto limitado al corto plazo.

Para Murcia (2011), las actividades rutinarias tienen un impacto igual o aun mayor que zonas de confort estudiadas en las

barreras a la competitividad, y radica su impacto porque la impiden a quien emprende visualizar nuevas formas de generar conocimiento, las actividades rutinarias le significan a quien emprende una limitación a la aceptación del cambio como una oportunidad de crecimiento y hace que el emprendedor cuando se encuentra inmerso en actividades rutinarias, no puede encontrar iniciativas de crecimiento empresarial y la ventaja competitiva se ve limitada.

3. Los *convencionalismos* impactan negativamente los procesos de creatividad, porque hacen que el emprendimiento se limite a desarrollar ideas de negocio bajo las mismas premisas que un mercado ha determinado hacerlo, bloqueando la creatividad porque desde los convencionalismos, se crea una falsa idea en generar desde los procesos de emprendimiento, ideas de negocio con enfoques

centrados en el corto plazo y muy pocas veces en el mediano plazo, por supuesto no se proyectan para el largo plazo.

Las cultura de muchos países latinoamericanos han hecho que el convencionalismo se vea reflejado en las formas de pensar de las nuevas generaciones y vista esta problemática desde organismos internacionales, es necesario el fomentar la mentalidad disruptiva en los contextos empresariales, desde políticas educativas hasta políticas públicas con visión global (Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, 2014).

4. Por último, desde esta perspectiva personal, el temor al cambio nuevamente sobre relevancia, porque nuevamente es concebido como un patrón que limita la capacidad de gestionar constantemente ideas creativas, impidiendo la gestión adecuada de la ventaja competitiva.

A nivel empresarial:

1. Un primer bloqueo que se presenta es el *entorno laboral tenso*, con este bloqueo el emprendedor que está desarrollando una actividad empresarial se ve enfrentado a fomentar espacios de trabajo y ecosistemas laborales rodeados iniciativas de participación y comunicación bidireccional, entendiéndose esta última, como el tipo de comunicación que permite que los grupos de trabajo puedan intercambiar experiencias e incrementar su sentido de pertenencia para con las organizaciones en la que hacen parte.

Cuando Schnarch (2008), estudia los grupos de trabajo en los que la creatividad es gestionada adecuadamente, destaca que el líder en este caso el emprendedor, tiene una función más que vital, porque es quien debe conocer todo su equipo de trabajo y de forma individual saber gestionar los

temores y habilidades que tienen para que se vea alineado cada proyecto de vida con el direccionamiento estratégico de la organización; por supuesto esto no resulta una tarea nada fácil, pero los procesos de creatividad y la continua gestión de la creatividad logran para el emprendimiento, aportar en la delimitación de barreras y hacer frente a los obstáculos del entorno en equipo.

2. Como segundo bloqueo se presenta el *temor al fracaso* y es que el emprendedor quien lidera la gestión empresarial de su emprendimiento, puede llegar a generar para sí dificultades que el entorno, con las cuales el equipo de trabajo va a recibir desorientación respecto a la meta que la empresa se ha fijado para el mediano y largo plazo.

El temor al fracaso es una situación que le compete gestionar el emprendedor, y radica su importancia porque la

creatividad es la que le ayuda al emprendedor a identificar nuevas alternativas para manejar la información que le presenta a su equipo de trabajo y con un adecuado plan de gestión del fracaso, no sólo él sino que su equipo de trabajo logra sobre llevar las situaciones adversas.

3. La *inmediatez*, bloquea de la creatividad que afecta al emprendimiento y a quien emprende, porque como lo afirma Schnarch (2008), al analizar el panorama en el cual intercambia información el emprendedor, cuando la cautela no está presente en las decisiones que se toman, como resultado se tienen fracasos que impiden el curso adecuado del emprendimiento. Así como la planeación estratégica permite visualizar las posibilidades que puede llegar a darse desde la generación de diversos escenarios, la inmediatez consigue todo lo contrario, como lo es. Aumentar el nivel de

incertidumbre, reducir el nivel de asertividad e incrementar el nivel de error.

4. Como último bloqueo, se presenta el poco *estimulo la creatividad*, siendo este un función asociada al emprendedor quien lidera todo los procesos estratégicos del emprendimiento. Este bloqueo se presenta cuando un individuo que ha decidido emprender asume los siguientes posiciones: Concentra la creatividad únicamente para sí, o limita la creatividad de su equipo de trabajo; ambas situaciones hacen que el emprendimiento llegue a ser visto como un mecanismo momentáneo para hacer frente a las dificultades, desconociendo la creatividad debe estar presente en la cultura organizacional de la actividad empresarial para que no sea un elementos asilado de la planeación estratégica, sino una promesa de valor.

Si bien, hasta ahora se ha dado a conocer que el rol que tiene la creatividad es prioritario en las actividades de emprendimiento, también es claro que la creatividad se debe gestionar y para llegar a promover la creatividad de forma asertiva en medio de las actividades de emprendimiento y empresariales, a continuación de describen las técnicas que favorecen la creatividad desde el aporte de esta en la ventaja competitiva (Murcia, 2011):

- Brainstorming o Lluvia o tormenta de ideas.

Es una técnica muy usada en los procesos de emprendimiento y con el paso del tiempo a pesar de haber sido usada primeramente en intervenciones sociales, ha logrado posicionarse en uno de los más altos lugares, respecto a su uso en todo el contexto empresarial.

Su importancia radica en el fomento que tiende desde el uso que hace a la imaginación creativa, porque logra que cada individuo que participa en ella, pueda presentar múltiples propuestas o soluciones a realidades que involucran a un equipo de trabajo. Las lluvias de ideas,

permiten que a partir de una problemática particular se generen espacios de participación y formación de conocimiento colectivo. Visto desde esta perspectiva el aporte que se da desde esta herramienta de promoción de la creatividad y el fortalecimiento de ventaja competitiva es muy alto, porque no sólo logra involucrar a todo un equipo de trabajo, sino que consigue que de forma sistémica la participación en escenarios creativos sea participativa.

- Palabras al azar o asociación libre.

Esta técnica fomenta considerablemente la creatividad, porque desde allí los individuos que participan pueden incorporar nuevas ideas a favor de mejoramiento de procesos, generación de alianzas, identificación de alternativas, entre otros.

Un elemento por destacar desde esta técnica, es la forma en que el emprender consigue que su equipo de trabajo asuma diversas posiciones, desempeñe roles y la generación de conocimiento así como asimilación del

aprendizaje sea mucho mejor, cuando se evalúa el impacto que este tiene con la ventaja competitiva se destaca que el equipo que ha participado en la gestión de esta, es el que mejor la conoce y quien mejor ejerce seguimiento continuo.

- Pensar y decidir

En muchos países latinoamericanos esta técnica aun no es usada, pero no porque no sea relevante sino porque se desconoce su utilidad en el contexto empresarial; ahora bien, su aporte en los procesos de creatividad consiguen que quien participa genera una idea empresarial sobre la cual plantea múltiples opciones para que esta puede ser exitosa. Esta técnica fundamenta sus aportes a través del juego de roles, y la presentación de escenarios participativos.

Como la participación es individual y posteriormente colectiva, hace que los individuos que participen construyan colectivamente la ventaja competitiva, destacando que esta técnica favorece dos aspectos destacables como son: Potencial creativo y la capacidad de concentración.

- Sinéctica

Esta técnica no tiene mucho conocimiento en el entorno empresarial, pero ha logrado adquirir protagonismo en los últimos años porque a través de analogías logra que los equipos de trabajos en los que se aplica, generen asociación de términos y conceptualmente permite que todo el equipo de trabajo maneje las mismas opciones de interacción para con sus compañeros.

El aporte a la ventaja competitiva, está dado por el nivel de liderazgo que tiene el emprendedor que la aplica esta técnica, porque hace que cada individuo pueda dimensionar el impacto de la misma desde adelante de la organización hacia afuera y viceversa; para hacer uso de esta técnica los problemas se presentan bajo nuevos aspectos, favoreciendo que el equipo de trabajo no se concentre únicamente en el problemas si no en diversas situaciones que se dan alrededor del mismo.

- Pensamiento lateral

Por último, se cuenta con la técnica de pensamiento lateral la cual asume una labor trascendental en las organizaciones que hacen uso de esta, porque que fija para sí como objetivo, que la creatividad sea identificada como un elemento de la cultura organizacional, del cual a futuro se genera un hábito en el interior de toda la organización sin discriminación de nivel jerárquico.

Luego de adelantar este recorrido, en el cual se analiza la incidencia de la creatividad a favor de las actividades de emprendimiento y a su vez en la construcción de una ventaja competitiva, se logra concluir que la creatividad es tan trascendental como necesaria en todos los procesos de emprendimiento, porque le significa al emprendedor una herramienta para sobrevivir en el mercado y le aparta en la generación de valor.

Referencias bibliográficas

- Corporación de Fomento de la Producción, Corfo. (2014). *Emprendimiento en Chile. Hacia un modelo de segmentación*. Santiago de Chile: Corporación de Fomento de la Producción, Corfo.
- Murcia, H. (2011). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Schnarch, A. (2008). *Creatividad aplicada: cómo estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal, grupal y empresarial*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Torrent-Sellens, J. (2013). *Emprendimiento innovador y microempresas en red*. Barcelona: Editorial UOC.