



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 28- MARZO DE 2010

## “GUÍA RÁPIDA PARA EMPRENDEDORES”

AUTORÍA <b>LUCÍA RUEDA ROMERO</b>
TEMÁTICA <b>FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL, EMPRENDER</b>
ETAPA <b>FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA</b>

### Resumen

Artículo que expone de manera sencilla una serie de técnicas y consejos de utilidad para el desarrollo de una propia idea y la manera de materializarla en forma de empresa. Todos somos creativos, pero en muchas ocasiones somos nosotros mismos los que desechamos las ideas, únicas y genuinas, que se nos pasan por la cabeza. Debemos fomentar en nuestros alumnos de últimos ciclos educativos, sobre todo de Formación Profesional, la confianza en uno mismo para poder llevar a cabo dichas ideas, siendo éstas una alternativa en lo que se refiere a la inserción en el mercado laboral.

### Palabras clave

- Formación y Orientación Laboral.
- Formación Profesional.
- Mercado laboral.
- Emprender.
- Creatividad.
- Espíritu emprendedor.

### 1. INTRODUCCIÓN.

No hay nada tan creativo como nuestra propia mente. Nuestra mente está constantemente trabajando, incluso cuando dormimos está creando ideas, cuando estamos viendo una película en el cine, cuando estamos haciendo un examen, cuando hacemos la compra en el supermercado... podría decirse que no hay mayor fábrica de ideas que la mente humana.

Si contamos con todos contamos con este gran poder, el poder de la creatividad, ¿qué es más práctico que hacer uso del mismo?



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 28- MARZO DE 2010

Esta es la idea que debemos inculcar a nuestros alumnos de todas las edades y niveles educativos, pero sobre todo a los alumnos de los últimos ciclos educativos, en especial a los de Formación Profesional.

Nuestros alumnos de Formación Profesional están a un paso de insertarse en el mercado laboral, por lo tanto nuestra labor como profesores es incentivarles y plantearles la idea de que el emprender es una opción.

El mundo de hoy ofrece limitadas alternativas de empleo. Esto hace que el desarrollo del espíritu emprendedor sea más necesario para la generación de autoempleo y creación de empresas.

## 2. LA DIFERENCIA ENTRE EMPRENDER Y AUTOEMPLEARSE.

Una cosa es emprender y otra muy distinta es autoemplearse.

Cuando alguien decide emprender, busca crear una empresa, tiene una vocación de desarrollar una idea que se expanda en el futuro, de tal forma que cambie, mejore, llegue a dar empleo a otras personas, cree marca, etc.

Cuando alguien decide autoemplearse, lo que busca es crear un puesto de trabajo para sí mismo y algún otro socio. No tiene vocación de expansión ni de contratación de otras empresas.

## 3. ¡TENGO UNA IDEA!

“Los límites que tienen las personas, las empresas y las organizaciones para alcanzar el éxito están determinados por su apego a reproducir moldes”, tal como establecen Hernán Herrera y Daniel Brown.

Los seres humanos somos especialistas en reproducir la forma de trabajar de otros y hacerla nuestra, utilizamos toda nuestra pasión y lo que es peor, todo nuestro talento en hacer la mejor réplica del mejor molde que hayamos encontrado, buscando resultados, que por lo general nunca llegamos a obtener.

Este comportamiento nos lleva a sentirnos socialmente adaptados, intentando parecernos a aquellos que lograron sobresalir. Por ello Hernán Herrera y Daniel Brown establecen **tres leyes** que nos limitan en nuestra búsqueda del éxito:

- Ley del límite personal: si hago lo que siempre he hecho, nunca llegaré más allá de donde siempre he llegado.
- Ley del límite social: si hago lo que todos hacen, nunca llegaré más allá de donde todos llegan.
- Ley del límite superior: incluso, si hago lo mismo que el líder hace, nunca llegaré más allá de donde él ha llegado.

Para emprender es preciso tener disciplina, ser perseverante y buscar la excelencia, pero para tener éxito necesitamos mucho más que todo eso.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 28- MARZO DE 2010

Generalmente hablamos de diseñar nuestras carreras profesionales, nuestras empresas y negocios, incluso diseñar nuestras propias vidas, dándole al término “diseñar” un significado erróneo, pues lo que solemos hacer es simplemente copiar moldes atractivos que admiramos. Lejos de esto, el término “diseñar” significar crear, proyectar, algo nuevo que aun no existe. Por lo tanto para emprender debemos centrar nuestra atención en “eso” que deseamos crear, proyectar, hacer real, que aun no existe.

Nuestra educación y nuestra cultura nos imponen una serie de normas, como por ejemplo la de que para conseguir lo que nos dará la felicidad debemos hacer enormes esfuerzos, un sacrificio. Lo que por otro lado supone, que cuanto más grandes sean nuestros anhelos más grandes serán los sacrificios, y mayor será el tiempo que debemos emplear para lograr nuestro propósito.

Más allá de las creencias, lo cierto es que hay cientos o tal vez miles de personas que son capaces de obtener resultados asombrosos en poco tiempo. Por lo tanto, es real, el éxito a corto plazo existe. A pesar de todo esto, debemos tener claro que no existe éxito sin trabajo, disciplina y perseverancia, y que lo importante de lograr el éxito, no sólo es lograrlo, sino mantenerlo y esto no se consigue con otra fórmula mágica que con la del esfuerzo, la perseverancia y el trabajo duro.

#### 4. ÉXITO = SER DIFERENTE.

“Dos caminos se bifurcaban en un bosque, yo tomé el menos transitado, y eso creo la diferencia” (Robert Frost).

El éxito de las grandes empresas radica en su diferencia, por mucho parecido que usted pueda sacarle a dos empresas aparentemente iguales, si ambas están en la cresta de la ola, es porque algo diferente ofrecen.

Las oportunidades de negocio están en los segmentos de mercado a los que no se dirige nadie, cuyas necesidades no están cubiertas.

Hoy en día, los consumidores parten de la base de que casi todos los productos y servicios son de calidad. La calidad básica está prácticamente asegurada, tanto por los Estados y sus exhaustivos controles de calidad como por los mismos protagonistas del mercado. La existencia de competidores en el mercado hace subir el listón, las exigencias de los compradores por lo tanto son mayores y ante esto, las empresas establecen unas calidades tan elevadas que en ocasiones son difíciles de superar.

La calidad es tan sólo el pase de entrada en el mercado, en mercados competitivos no es la clave del éxito.

Por lo tanto, si todos hacen lo mismo ¿dónde están las grandes ventajas?

Como establecen Hernán Herrera y Daniel Brown, “**hoy la palabra clave para competir no es mejor, sino DISTINTO.** Distinto significa una oveja negra, verde o rosa dentro de un rebaño de hermosas ovejas blancas”.

Ser distinto tiene sus ventajas, pero también tiene sus riesgos.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 28- MARZO DE 2010

Las ventajas de ser distinto es que se evitan las comparaciones, se facilita el reconocimiento, es más fácil impactar en el mercado...

Los riesgos de ser distintos son en definitiva que habrá gente que ame lo que hacemos, habrá gente a la que le resulte indiferente y por otro lado, habrá gente que odie lo que hacemos. Por lo tanto, para lograr el éxito debemos centrar nuestra atención en destacar positivamente en el mercado.

Diversos autores coinciden en que para llegar a los clientes debemos mirar el mundo a través de otro cristal, el cristal de la psicología para poder entender lo que realmente mueve a las personas.

Cuando las personas tienen cubiertas una serie de necesidades básicas (las fisiológicas, de seguridad, etc. definidas por A. Maslow) empiezan a surgir nuevas necesidades, que podríamos llamar más superfluas, que las empresas tienen el "deber" de cubrir. Es en estos casos cuando las empresas no sólo son meras vendedoras de productos o servicios, sino que pasan a convertirse en vendedoras de sentimientos y sensaciones.

Parece increíble en lo que un perfume es capaz de convertirnos. Una empresa vendedora de perfume nos transmite que usando el perfume que ella vende nos vamos a transformar, vamos a ser más atractivos, más sexys, triunfadores, más jóvenes, glamurosos, poderosos, etc. Y nada más lejos de la realidad, si despertamos de ese mundo de ensueño en el que la publicidad de perfumes nos envuelve podremos comprobar que seguimos siendo los mismos de siempre, con perfume o sin perfume. Y, ¿cuál es el perfume que más se vende en Navidad? El que evoca un sentimiento más profundo, y no necesariamente el que mejor fragancia tenga.

Podemos analizar otro ejemplo para dejar claro este concepto. En nuestra cultura la higiene personal es algo muy importante a la hora de ser socialmente aceptado. Esto está siendo una ventaja a explotar por parte de muchísimas empresas. Observemos por ejemplo un artículo tan cotidiano como puede ser un champú. En el mercado existen cientos de variedades de champú, pero seguramente a todos se nos venga a la mente una marca en concreto. La marca Pantene. ¿Qué diferencia este champú de otro champú? Químicamente no se diferencian en casi nada, porque no dejan de ser un champú... pero en lo que al factor psicológico se refiere... cuando compras champú Pantene estás comprando "pelo Pantene". Y "pelo Pantene" no es otra cosa que "un pelo brillante, sano, etc."

Por lo tanto, al igual que sucede en las relaciones personales, las relaciones de negocios están influidas por subjetividades creadas por las emociones. Debemos por lo tanto buscar aquellos elementos que son valiosos para las personas, de acuerdo con sus motivaciones, pasiones y valores para producir algo sobresaliente, único y atractivo.

## 5. LA MOTIVACIÓN.

Llegados a este punto nos encontramos con la primera piedra en el camino.

Ya tenemos una idea, una idea que es distinta de las demás.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 28- MARZO DE 2010

Sin embargo, la idea no puede ser el detonante que nos lleve a emprender un negocio. La idea es el objeto del negocio, pero nunca es un motivo válido. La idea es un vehículo para la actividad emprendedora pero nunca un motivo sólido y duradero.

Fernando Trías de Bes enumera una lista, a la que denomina “los lamentables motivos del emprendedor”, en la que aparecen muchos de los innumerables motivos que pueden llevar a una persona a justificar una aventura empresarial, entre los que destacan los siguientes:

- Estar en paro y tener que salir adelante.
- Odiar al jefe.
- Odiar la empresa.
- No depender de ningún jefe.
- Compatibilizar la vida personal con la profesional.
- Tener libertad de horario.
- Hacerse rico, dar un pelotazo.
- Etc.

Este autor considera estos motivos como “huídas hacia delante” de una situación personal o profesional que amarga y deprime a mucha gente.

Juan José Nieto lo expresó con mayor claridad: “Cuando son las circunstancias las que obligan, estamos ante un emprendedor carambola. Ahí se dan tremendas historias de fracasos e ilusiones rotas. Pero en fin, de todo se aprende...”.

Debemos entonces distinguir entre lo que es un motivo y lo que es una motivación.

Un motivo es un detonante, una causa. Otra cosa es la motivación, que hace referencia a la ilusión, al deseo profundo de emprender. El motivo que provoca la decisión de emprender no es tan relevante como que exista una verdadera ilusión por hacerlo.

Felip Artejo dijo: “Sin ilusión sólo se conseguirá el éxito con mucha suerte (estar en el momento adecuado en el sitio adecuado)”.

## **6. LA MADERA DEL EMPRENDEDOR.**

Algo que todo emprendedor debe tener muy claro para poder calificarse a sí mismo de emprendedor es que emprender no es una acción puntual. emprender es una forma de vida. El verdadero emprendedor necesita la incertidumbre.

Emprender no es dar de alta una sociedad en el Registro Mercantil y todos los procesos y papeleos que ello conlleva. Como dijimos antes, emprender es una forma de enfrentarse al mundo. El verdadero emprendedor disfruta con el “qué pasará mañana”, lo incierto por lo tanto procura un especial placer.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 28- MARZO DE 2010

Hay gente que prefiere la seguridad, la rutina, no es ni mejor ni peor, es otra forma de ver la vida. Simplemente, lo que diferencia a estas personas de las otras, es que cuando estas personas montan un negocio se estrellan.

Una realidad que todos vamos asumiendo conforme vamos cumpliendo años es que el mundo, de por sí, es incierto. Nadie nos asegura lo que va a ocurrir mañana. Y en lo que a los “no emprendedores” se refiere, es simplemente que no a todo el mundo le gusta sentir eso en su piel cada mañana al despertarse.

Jorge Wagensberg escribió: “La felicidad requiere que el futuro sea incierto”. Pues el emprendedor lo requiere aún más.

## 7. “NO HAY ÉXITO SIN ERROR”.

“No hay éxito sin error”. Así de contundentes se muestran los autores del libro “El error positivo”, Rafael Galán y Javier Escudero, que mantienen que la experiencia palpable es que todas las empresas que vemos en lo más alto del mundo empresarial han tenido que superar fallos, errores y fracasos.

En la vida, no podemos elegir las cartas que se nos reparten, pero sí podemos elegir cómo vamos a jugarlas.

En el mundo empresarial como en la vida, existen momentos duros que nos hacen más difícil alcanzar la meta que deseamos, sin embargo, ante una dificultad tenemos dos opciones, una de ellas dar marcha atrás, volver por el camino que hemos venido y pensar que saltar ese obstáculo es imposible y la otra, la más difícil, es mirarla de frente y superarla.

Los emprendedores escogen la segunda, aprenden que en lugar de debilitarles, les hará más fuertes para afrontar retos futuros.

Esa mentalidad que todo emprendedor debe grabarse a fuego en la mente es la que le debe dar el impulso para seguir adelante, con ganas de probar cosas nuevas y seguir innovando.

Un fallo muy común entre los emprendedores cuando se encuentran ante una dificultad es pensar que pueden superarla, e intentar una y otra vez, utilizando los mismos medios que les hicieron fracasar, conseguir su objetivo.

Una cosa es la lucha que todo emprendedor debe tener para superarse y otra cosa es la obstinación.

El emprendedor debe luchar por superar las dificultades y los fracasos, pero no de manera obstinada, puesto que con esto, lo único que conseguirá será perder tiempo, dinero y motivación.

El emprendedor debe tener clara cuál es la meta que desea alcanzar, pero el camino que le lleve hasta ella no tiene que estar fijado de antemano. Si el camino que se eligió en un primer momento no es el adecuado, deben buscarse nuevas formas, se debe innovar y probar cosas nuevas.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 28- MARZO DE 2010

La mejor forma de asegurarse de que no se cometen los mismos errores una y otra vez es reconocerlos, intentar imaginar cuáles fueron las causas originales, solucionarlas y repetir continuamente este proceso.

Según Blackwell y Trzesniewski, hay dos tipos de personas: aquellas cuya confianza en sí mismos se quiebra con los errores, porque atribuyen el error a una falta de habilidad, y evitan los retos, ya que es habitual cometer errores cuando se afrontan nuevos desafíos y aquellas personas que creen que los errores ofrecen oportunidades, que quieren aprender por encima de cualquier otra cosa y creen que si trabajan más, consiguen más.

Desde que nacemos el error forma parte de nuestra vida, de la misma manera que forma parte el miedo, y es precisamente el miedo la barrera que dificulta nuestro ascenso hacia el éxito.

La verdadera clave está en que por mucho que se quiera esconder u olvidar, el fracaso coexiste con el éxito.

Del error positivo, tal como Rafael Galán y Javier escudero establecen, pueden extraerse siete lecciones:

1. “Se aprende con los aciertos. Cuando nos equivocamos, aprendemos lecciones valiosas”.
2. “No siempre los errores son fracasos”.
3. “Los errores se pueden gestionar”.
4. “Hay errores que no son errores, aunque todo el mundo crea que lo son”.
5. “Los errores te ayudan a estar más alerta, a no bajar la guardia”.
6. “El error exige, a veces, volver a empezar... y no pasa nada”.
7. “Se aprende lecciones de los errores de los demás”.

Como sostiene Jeffrey Pfeffer, Profesor de Teoría de la Organización en la Universidad de Stanford, “las empresas son muy parecidas a los niños. Ninguna de ellas nace sabiendo lo que necesita saber, y relativamente pocas nacen siendo inteligentes. La mayoría adquiere la inteligencia aprendiendo de tareas y habilidades básicas, dominándolas y después continuando con otras habilidades más avanzadas que pueden aplicarse a problemas y tareas de mayor dificultad. “

La actitud positiva frente al error es lo que diferencia a las empresas de éxito de aquellas que no lo alcanzan. El error es inherente al ser humano, de manera que el que sea capaz de alcanzar su meta será porque ha sabido convertir el error en una ventaja competitiva y en una oportunidad de crecimiento.

## 8. CONCLUSIÓN.

Conocemos el caso de diversos empresarios del panorama actual que llegaron a lo más alto incluso sin tener conocimientos técnicos sobre empresas ni títulos universitarios que los respaldasen. Estos empresarios tenían algo más valioso: su motivación y confianza en ellos mismos.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 28- MARZO DE 2010

Ninguno de ellos tenía la certeza de que iba a llegar a donde ha llegado, porque muchos de los que en algún momento de la historia decidieron lanzarse al vacío provistos de una idea, nunca llegaron a buen puerto.

Debemos recordar siempre que nada es imposible, porque cuando se demuestra al mundo que puede conseguirse, deja de serlo. Pero también debemos ser realistas, no vivir en un mundo utópico, ya que los sueños no se cumplen por sí solos. Los sueños se cumplen cuando hay alguien detrás que los empuja a hacerse realidad, cuando hay alguien dispuesto a luchar por ellos cuando las causas parecen perdidas y cuando ese alguien sabe que será él/ella quien lo logrará.

Es necesario fomentar el espíritu emprendedor en nuestros alumnos, porque crear es una de las actividades más importantes de las personas. Esta capacidad de crear ha permitido a la Humanidad mejorar y crecer, avanzar, desarrollarse, transformarse.

En definitiva, lo que debemos inculcar en nuestros alumnos podría resumirse en las siguientes citas célebres:

“Nunca emprenderíamos nada si quisiéramos asegurar por anticipado el éxito de nuestra empresa”

*Napoleón Bonaparte*

“Mi grandeza no reside en no haber caído nunca, sino en haberme levantado siempre”

*Napoleón Bonaparte*

## 9. BIBLIOGRAFÍA.

- Herrera, H. y Brown, D. (2006). *La guía del emprendedor*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Trías de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Urbano, D. (2008). *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Pérez-Orive Carceller, J.F. (2004). *El gran empujón: la aventura de emprender y montarse por libre*. Madrid: Pirámide.
- Nueno, P. (2007). *Cartas a un joven emprendedor*. Barcelona: Crítica.

Autoría

▪ Nombre y Apellidos: Lucía Rueda Romero

C/ Recogidas N° 45 - 6ªA 18005 Granada [csifrevistad@gmail.com](mailto:csifrevistad@gmail.com)





ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 28- MARZO DE 2010

- Centro, localidad, provincia: Almería
- E-mail: [lucia.ruedaromero@gmail.com](mailto:lucia.ruedaromero@gmail.com)