

## **Nota Técnica No. 23**

# **APUNTES SOBRE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS**

### **Palabras clave**

Competencia, emprendimiento, emprendedor.

### **Generalidades**

Lo que sigue es un breve resumen de algunas de las competencias emprendedoras relevantes que presenta la literatura de emprendimiento. Este resumen ha sido elaborado siguiendo los escritos del libro "How to breed gazelles: Creating business for growth, de los autores Nikolay Dentchev, Kris Vander velpen y Edgar Izquierdo, publicado el año 2013 por la Editora Kluwer.

"El emprendimiento es el camino de explorar oportunidades y manejar el riesgo para crear valor para el lucro y/o el bien social." (Ajay Bam, University of California, Berkeley's Haas School of Business).

Es el proceso de crear algo nuevo con valor dedicando el tiempo y esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, psíquicos y sociales y recibiendo las recompensas de satisfacción monetaria y personal e independencia (Robert D. Hisrich, M. Peters, D.A. Shepperd).

### **Necesidad de logro**

De acuerdo con el Profesor McClelland, la necesidad de logro es una fuerza psicológica poderosa que subyace las acciones humanas, lo cual, en el caso de los emprendedores, es un factor que influencia el comportamiento emprendedor (McClelland, 1961). Esto es, los individuos con una gran necesidad de logro son más propensos a realizar una acción emprendedora, con base en su gran deseo de éxito.

### **Control de su propio destino**

Este concepto se refiere a la creencia generalizada de que una persona puede controlar su propio destino (Rotter, 1966). Los individuos que atribuyen a sí mismos el control de los eventos, se dice que tienen un locus de control interno; mientras que aquellos que lo hacen condicionando el control a fuerzas externas, tales como el azar, la suerte o el destino, se dicen tener un locus de control externo (Spector, 1992). Los emprendedores poseedores de un locus de control interno, muy probablemente, tratarán con más ímpetu de lograr el éxito si los comparamos con aquellos con un locus de control externo (Rotter, 1966).

- **Propensión a asumir riesgos**

Este rasgo de la personalidad es comúnmente visto en términos de la orientación de las personas hacia la toma de decisiones oportunas, en un contexto caracterizado por la incertidumbre (Koh, 1996). Específicamente, Brockhaus (1980, p. 513) define la propensión a asumir riesgos como la "probabilidad percibida de recibir recompensas asociadas con el éxito de una situación propuesta, lo cual es requerido por el individuo antes de someterse a las consecuencias asociadas con el fracaso; la situación alternativa proporciona menos recompensas así como también consecuencias menos severas que la situación propuesta."

- **Pasión (amar lo que uno hace)**

La pasión por lo que uno hace (Bricklin, 2001), conectada a la necesidad de logro, puede provenir de dos impulsores: el uno interno y el otro externo. Siendo interno, la pasión representa esa fuerza interna, entendida como la motivación intrínseca, y tiene que ver con lo que al individuo le interesa y le hace sentir gran entusiasmo. Esta motivación puede ser una forma de probar sus propias ideas, a través de un trabajo emocionante y desafiante, o satisfacer sus necesidades creativas. Por otro lado, si el impulso se da por los resultados que uno espera, la pasión puede caracterizarse por una motivación extrínseca; esto es, por ejemplo, tener la posibilidad de tomar sus propias decisiones, ser capaz de escoger sus propias tareas, y/o ser parte del proceso completo de desarrollo y crecimiento de su propio negocio.

- **Pensamiento innovador**

Como lo sostiene Schumpeter (1934), un ingrediente clave en el emprendimiento es el pensamiento innovador del individuo. En esta línea, la creatividad es el punto de inicio para la innovación, por lo cual la capacidad creativa juega un rol fundamental, pues permite a los emprendedores crear productos y servicios únicos e innovadores. Dada la importancia del pensamiento innovador de las personas, es pertinente destacar lo que anota Drucker (2002, p. 102): "En la innovación, como en cualquier otro esfuerzo, hay talento, ingenio y conocimiento... Si falta el sentido de urgencia, la perseverancia y el compromiso, entonces el talento, el ingenio y el conocimiento son en vano".

- **Reconocimiento de oportunidades**

El reconocimiento de oportunidades, en el ámbito de los negocios, se refiere al proceso permanente y dinámico que involucra la percepción de ideas promisorias y su desarrollo en el tiempo, lo cual puede terminar en la creación de un nuevo negocio o la mejora de uno ya existente (Hills y Shrader, 1998). En otras palabras, el reconocimiento de oportunidades implica la habilidad para identificar buenas ideas y luego transformarlas en conceptos de negocio que agreguen valor y generen utilidades (Lumpkin y Lichtenstein, 2005).

Las oportunidades son "aquellas situaciones en las cuales nuevos productos, servicios, materiales y métodos organizacionales pueden introducirse y venderse a un valor mayor que su costo de producción" (Shane y Venkataraman, 2000, p.220). Las buenas ideas no son, por sí solas, buenas oportunidades que puedan aprovecharse. Antes de que una idea pueda considerarse como una oportunidad de negocio, tiene que pasar por un diligente proceso de evaluación. Esa es la razón por la cual las oportunidades, para ser consideradas como tal, deben tener la cualidad de ser atractivas, duraderas y oportunas, ancladas en productos y servicios que crean o añadan valor a sus compradores y usuarios finales (Timmons, 1990).

- **Tolerancia a la ambigüedad**

La presencia de una situación ambigua se da cuando existe una falta de información suficiente en un escenario de toma de decisión (Koh, 1996). En ese caso, se refleja una tolerancia a la ambigüedad en la manera cómo una persona percibe una situación dada y organiza la información disponible para afrontarla.

- **Desarrollo de redes de contacto**

En términos muy simples, el desarrollo de redes de contacto tiene que ver con el desarrollo de vínculos y relaciones con otras personas. Una definición más precisa considera las interacciones entre los nodos (actores) que intervienen y las conexiones (díadas) entre estos nodos en una estructura de red (Walker, 1988). Específicamente, cada nodo es cualquiera de los actores en una red, quienes pueden ser personas individuales (emprendedores) u organizaciones (empresas, universidades, etc.); mientras que las díadas son las posibles conexiones entre dos pares de actores (Walker, 1988; Witt, 2004). Aspectos muy relevantes en el desarrollo y uso eficaz de una red de contactos pueden visualizarse al responder las siguientes preguntas: ¿A qué información y recursos puede usted acceder a través de su red de contacto? ¿Cómo se podría intercambiar estos flujos de información y recursos? ¿Cuánto es el tiempo y esfuerzo involucrados en el desarrollo y mantenimiento de sus contactos personales?

- **Comunicación efectiva**

La comunicación efectiva con otras personas es de gran importancia en el sentido que facilita la interacción con las partes interesadas en un entorno emprendedor y se puede definir como el intercambio de información, opiniones e ideas entre las personas, así como también el convencer y motivar a otros por medio de la expresión oral y escrita o mediante cualquier otra forma de expresión. Dado que pasamos, aproximadamente el 80 por ciento de nuestra vida cotidiana comunicándonos con otras personas, tenemos que compartir información de una manera u otra (Roebuck, 2012).

Esto implica que una persona envía el contenido deseado y otra lo recibe. Cuando este contenido es entendido por la persona receptora de la manera que se esperaba, consideramos que la comunicación ha sido efectiva.

## Referencias

- BRICKLIN, D. 2001. Natural-born entrepreneur. *Harvard Business Review*, 79, 53-59.
- BROCKHAUS, R. H., SR. 1980. Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23, 509-520.
- DRUCKER, P. F. 2002. The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 80, 95-102.
- HILLS, G. E., AND SHRADER, R.C. 1998. Successful entrepreneurs' insights into opportunity recognition, Boston, Babson College.
- KOH, H. C. 1996. Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: a study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11, 12-26.
- LUMPKIN, G. T. AND LICHTENSTEIN, B.B. 2005. The role of organizational learning in the opportunity recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 451-472.
- MCCLELLAND, D. C. 1961. *The Achieving Society*, Princeton, NY, Van Nostrand.
- ROEBUCK, D. B. 2012. *Communication strategies for today's managerial leader*, New York, Business Expert Press.
- ROTTER, J. B. 1966. Generalized expectancies for internal versus external locus of control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80, 1-28.
- SCHUMPETER, J. 1934. *The theory of economic development*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- SHANE, S. & VENKATARAMAN, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- SPECTOR, P. 1992. Behavior in organizations as a function of locus of control. *Psychological Bulletin*, 91, 482-497.
- TIMMONS, J. A. 1990. *New Business opportunities*, Acton, MA, Brick House.
- WALKER, G. 1988. Network analysis for cooperative interfirm relationships. In: CONTRACTOR, F. & LORANGE, P. (eds.) *Comparative strategies in international business*. Lexington: Rowman & Littlefield.
- WITT, P. 2004. Entrepreneurs' networks and the success of start-ups. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16, 391-412.