

Cavallero, Brenda

Creatividad y emprendimiento: una mirada hacia los emprendedores jóvenes del programa Rafaela Emprende

Licenciatura en Relaciones del Trabajo

Fecha: 27/2/2025

Obra bajo Licencia:  [Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Cita recomendada: Cavallero, B. (2025). *Creatividad y emprendimiento: una mirada hacia los emprendedores jóvenes del programa Rafaela Emprende* [Tesis de grado]. Universidad Nacional de Rafaela



UNIVERSIDAD NACIONAL DE RAFAELA
FACULTAD DE ESTADO, SOCIEDAD Y GOBIERNO
LICENCIATURA EN RELACIONES DEL TRABAJO

**Creatividad y Emprendimiento: una mirada hacia los
emprendedores jóvenes del programa Rafaela
Emprende**

TRABAJO FINAL DE GRADO

AUTORA: Cavallero, Brenda

DOCENTES: Delfini, Marcelo

Zenobi, María José

17 de febrero del 2025

Rafaela, Santa Fe



Dedicatorias y agradecimientos

En primer lugar, agradezco a mi Padre Eterno y a Jesús por permitirme llegar hasta acá y por darme la sabiduría para hacer esta tesis. Gracias por su amor incondicional y bondad. Sin Él, esta tesis no hubiera sido posible. Gracias por darme la oportunidad de superarme a mi misma y ver que lo pude lograr. A pesar de los obstáculos y dificultades, es gracias a Él que nunca me rendí. Su palabra dice en Jeremías 29 - 11: Porque yo sé los planes que tengo para ustedes, planes de bien y no de mal, para darles un futuro y una esperanza.

También quiero agradecer a mis padres espirituales Dina Ruta y Matías Barsanti por su apoyo, sus consejos, por haberme direccionado y guiado en esta etapa de mi vida. Son mi familia. Gracias por todo. Gracias a Gabriela Torres de Godoy por haberme impulsado a crecer, a seguir estudiando y por creer en mí. Esta tesis se la dedico a ustedes. Además, estoy agradecida con mis hermanos de la fe, que me ayudaron no sólo en la tesis, sino en el transcurso de la carrera, especialmente a Cecilia, Erica, Priscila, Florencia y Karen.

Por otro lado, le agradezco al docente Marcelo Delfini por haberme ayudado en cada etapa, por sus consejos, su paciencia y dedicación. También le doy gracias a los profesores y a todas las personas que forman parte de UNRaf, que me brindaron su ayuda y empatía.

Por último, agradezco a una de las encargadas del programa Rafaela Emprende, Paula Alexandroff por los datos proporcionados. También, a los emprendedores entrevistados por su colaboración y tiempo brindado.

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVOS	7
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES	7
EL FENÓMENO EMPRENDEDOR A TRAVÉS DEL TIEMPO	7
ANTECEDENTES EN ARGENTINA	10
ANTECEDENTES DE PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTOS EN RAFAELA	12
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	15
EMPRENDEDURISMO	15
Principales corrientes de investigación	17
Origen, conceptualización y tipos de emprendimiento	18
Etimología, conceptualización y perfil emprendedor	19
Factores del desarrollo emprendedor	21
El ecosistema emprendedor	21
CREATIVIDAD	22
Etimología, origen y aportes empíricos	22
Definiciones	23
Pensamiento divergente	25
Tipos de creatividad	27
Grados de creatividad y generación de ideas	27
LA RELACIÓN ENTRE LA CREATIVIDAD Y EL EMPRENDEDURISMO	29
INNOVACIÓN	30
ECONOMÍA CREATIVA	31
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	32
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	33
RESULTADOS SOBRE EL EMPRENDEDURISMO	34
RESULTADOS DE LA CREATIVIDAD	42
RESULTADOS DEL TEST DE USOS ALTERNATIVOS DE GUILFORD (1967)	46
Fluidez	47
Flexibilidad	48
Originalidad	50
Elaboración	53
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	60
LA IMPORTANCIA DE LA CREATIVIDAD	61
LA CREATIVIDAD EMPRENDEDORA COMO FACTOR CLAVE	62
TEST DE USOS ALTERNATIVOS DE GUILFORD (1967)	62
EL EMPRENDEDURISMO EN EL PROGRAMA “RAFAELA EMPRENDE”	63
EL PERFIL EMPRENDEDOR	64
EL EMPRENDIMIENTO COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO	66
EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y SU RELEVANCIA	67
BIBLIOGRAFÍA	69
APÉNDICES Y/O ANEXOS	75
ENTREVISTAS	75
MATRICES	76

Resumen

El emprendedurismo es un fenómeno multidimensional que ha evolucionado a lo largo de los años. La permanencia, en el tiempo, de los emprendimientos depende de diversos factores. Entre ellos, la creatividad es una habilidad fundamental para generar ideas creativas, las cuales contribuyen al crecimiento y desarrollo de los mismos. En la actualidad, este fenómeno se vislumbra como una alternativa para abordar el desempleo y la informalidad. En este marco, el objetivo principal de la presente investigación fue estudiar la relación que existe entre la creatividad y la creación de los emprendimientos en los jóvenes del programa Rafaela Emprende. Al mismo tiempo, se buscó determinar la relevancia que tiene esta cualidad en los procesos de generación de ideas vinculadas a dicho fenómeno. De esta manera, el enfoque de la investigación fue cualitativo con un alcance explicativo, en dónde se efectuaron entrevistas semi-estructuradas para la recolección de la información y el Test de Usos Alternativos de Guilford (1967) para evaluar la misma en los emprendedores. Los resultados mostraron que, de la relación de ambas variables, surge la creatividad emprendedora, como una cualidad cognitiva y característica del perfil emprendedor. No obstante, se estableció que esta no es suficiente para emprender, ya que existen otras competencias necesarias como la perseverancia, la paciencia y la constancia. Además, se detectó que la visión, la motivación y el ecosistema emprendedor son componentes claves para la continuidad de los emprendimientos.

Palabras Clave: Creatividad, Emprendedurismo, Creatividad Emprendedora, Emprendimiento creativo, Rafaela Emprende

Abstract

Entrepreneurship is a multidimensional phenomenon that has evolved over the years. The permanence, over time, of ventures depends on various factors. Among them, creativity is a fundamental ability to generate creative ideas, which contribute to their growth and development. Currently, this phenomenon is seen as an alternative to address unemployment and informality. In this framework, the main objective of this research was to study the relationship that exists between creativity and the creation of entrepreneurship in young people in the Rafaela Emprende program. At the same time, we sought to determine the relevance that this quality has in the processes of generating ideas linked to said phenomenon. In this way, the research approach was qualitative with an explanatory scope, where semi-structured interviews were carried out to collect the information and the Guilford Alternative Uses Test (1967) to evaluate it in the entrepreneurs. The results showed that, from the relationship of both variables, entrepreneurial creativity emerges, as a cognitive quality and characteristic of the entrepreneurial profile. However, it was established that this is not enough to undertake, since there are other necessary skills such as perseverance, patience and perseverance. In addition, it was detected that vision, motivation and the entrepreneurial ecosystem are key components for the continuity of ventures.

Key Words: Creativity, Entrepreneurship, Entrepreneurial Creativity, Creative Entrepreneurship, Rafaela Emprende

Introducción

En los últimos años, los estudios sobre el emprendedurismo se han multiplicado en virtud de los cambios operados en el mundo del trabajo, en el cual, la idea de tener una ocupación ya no se acota al hecho de ser asalariado. El cambio de paradigma, los avances tecnológicos, las innovaciones y las nuevas formas de pensar el trabajo permitieron que existan más personas que se animan a emprender, como forma de inserción al mercado laboral. Para los autores Duarte y Ruiz Tibana (2009), la educación y el empleo son derechos fundamentales para todos los ciudadanos, ya que ambos garantizan las condiciones necesarias y esenciales para una vida digna así como facilitan el desarrollo social y económico de un país, brindando equidad, bienestar y oportunidades que permitan el desarrollo humano (p. 326). De esta manera, existen múltiples autores que sostienen que, el emprendedurismo genera nuevas formas de trabajo, lo cual promueve no sólo el desarrollo local y regional, sino también el humano, contribuyendo el progreso económico y social de las personas. Bajo esta misma línea, las grandes empresas que existen hoy en día fueron pequeños emprendimientos, que con el tiempo, se convirtieron en lo que hoy son. Esto se puede evidenciar en los testimonios de los grandes empresarios que cuentan cómo nacieron sus negocios, tanto a nivel mundial como nacional, regional y local.

En este contexto, la presente investigación busca establecer cómo la creatividad influye en la generación de ideas para crear emprendimientos creativos y sostenibles a largo plazo. Por lo que es “fundamental construir escenarios cooperativos capaces de generar alternativas productivas múltiples; generar y fomentar una cultura emprendedora fundamentada en el desarrollo de competencias que despierten la creatividad” (Ovalles - Toledo et al., 2018, p. 3).

A través del Relevamiento Socioeconómico del año 2023, llevado a cabo por el Instituto de Capacitación y Estudios para el Desarrollo Local (ICEDel), de la ciudad de Rafaela, se analizó la composición de la Población Económicamente Activa (PEA) y se encontró que la tasa de desocupación fue del 6,7%. El mismo relevamiento arroja que son los jóvenes quienes presentan mayores dificultades para acceder a un puesto de trabajo, siendo el 69,1% menores de 30 años, el 29,4% no cuentan con estudios secundarios completos y el 27,9% buscan trabajo hace más de 1 año. Por otra parte, existen ciertos factores que restringen la inserción de los jóvenes rafaelinos al mercado laboral, como la falta de oportunidades y de experiencia laboral, la rotación de los puestos de trabajo, la desmotivación a la hora de seguir una propuesta formativa, entre otros. Por ende, es fundamental implementar nuevas y efectivas estrategias para enfrentar la problemática de la informalidad y el desempleo.

En este marco, se viene desarrollando el programa Rafaela Emprende en la ciudad de Rafaela. Este programa representa una política de empleo, cuyo objetivo es fomentar la cultura emprendedora en Rafaela y la región e impulsar la creación de emprendimientos productivos. Dicho programa presenta un abordaje integral, el cual tiene un sistema de monitoreo mediante tutores, mentores y asistentes técnicos, quienes permiten una asistencia personalizada al emprendimiento. Además, el mismo brinda un plan de capacitación a los emprendedores y vinculan los emprendimientos con distintas fuentes de financiamiento. Por otra parte, la edad de las personas que participan es variada, siendo esta a partir de los 21

años en adelante. En este sentido, en el presente trabajo, se considera estudiar la temática alrededor de aquellos jóvenes que se encuentren entre los 21 y 30 años de edad.

En virtud de lo expuesto, resulta fundamental estudiar cómo este programa desarrolla y potencia las habilidades en los futuros emprendedores, especialmente la creatividad. Este es un constructo complejo y subjetivo pero presenta muchas definiciones. En términos generales, es una habilidad interna que las personas tienen, en diferentes grados, ya que es inherente a la naturaleza humana.

Vigotsky (1981) consideraba que la creatividad existe potencialmente en todos los seres humanos, y es susceptible de desarrollar, o sea, que no es privativa de los genios, sino que está presente en cualquier ser humano que imagine, transforme o cree algo por insignificante que sea. (Peñaherrera León & Cobos Alvarado, 2012, p. 239)

Por lo que, de acuerdo a diferentes autores y estudiosos del tema, ser una persona creativa conlleva un proceso cognitivo de generación de ideas y de una posterior creación. Los creadores más importantes de la historia de la humanidad, como lo fueron Leonardo Da Vinci, Thomas Edison, Benjamín Franklin, Nikola Tesla, entre otros, antes de crear sus respectivos inventos, sus creaciones estuvieron primero en sus mentes.

Según lo que han dicho los diversos autores, la idea latente en sus concepciones de creatividad, está relacionada con la capacidad de crear, de pensar, de ser productivo y para que una persona tenga dichas capacidades se requiere de la capacidad de generar ideas, y no solo ideas, sino que además sean novedosas. (Latorre, 2011, p. 9)

Por lo tanto, tiene que existir una idea creativa previa para poder crear. Los proyectos más importantes que las personas generan y concretan, la mayoría nacen desde una idea creativa. Para la mayoría de los autores investigados, esta habilidad implica un proceso mental, capaz de producir contenidos mentales de cualquier tipo. Por lo que, el resultado de ese proceso mental se caracteriza por ser algo original, novedoso, relacionado con la innovación. A su vez, la creatividad es una cualidad emprendedora, la cual está influenciada por la cultura, el sistema educativo y el ambiente en el que habita el individuo. En esa dirección, esta tesis se va a centrar en la creatividad como, “una de las características que tienen las personas que buscan realizar una actividad económica por cuenta propia, sea como autónomo o como empresario, junto con otras habilidades personales y profesionales” (Peñaherrera León & Cobos Alvarado, 2012, p. 240).

Por otro lado, múltiples autores sostienen que el emprendedor es un actor que cumple un papel importante en la economía, ya que contribuye al crecimiento económico y es generador de empleo. En la actualidad, ser emprendedor significa tomar la iniciativa y asumir riesgos que son necesarios para superar situaciones de crisis. Emprender es un proceso, el cual va a generar resultados económicos y sociales que van a ser importantes y van a impactar en la sociedad. Por consiguiente, “el espíritu emprendedor no sólo es una fuerza impulsora para la creación de empleo, la competitividad y el crecimiento; sino que

también contribuye a la realización personal y el logro de los objetivos sociales” (Ovalles - Toledo *et al.*, 2018, p. 10).

De este modo, de acuerdo a varios autores que estudiaron esta habilidad desde diferentes ángulos, se puede sintetizar que la creatividad, al ser una habilidad inherente al ser humano, interviene como un componente necesario para los procesos de creación. Al concretar una idea creativa, a la hora de emprender, esa idea se convierte en un emprendimiento creativo, el cual se diferencia de otros tipos de emprendimientos, los cuales pueden surgir por necesidad o por una oportunidad. Por eso, no siempre la actividad emprendedora tiene que ver con generar negocios creativos innovadores. Dentro del mundo del trabajo, se puede encontrar nuevas empresas donde los proyectos son a partir de copias de ideas, tienen la licencia de una franquicia, o simplemente se dedican exclusivamente a la venta de un producto o brindan servicios especializados. En cambio, múltiples autores plantean que, el emprendimiento creativo nace a partir de un proceso de creación de un negocio que ofrece productos o servicios innovadores en un sector o campo creativo.

Es por eso que, es necesario que se planteen ciertas preguntas para guiar la investigación con el fin de brindar respuestas que ayuden a entender mejor el efecto que tiene la creatividad sobre los emprendimientos. Los interrogantes que se establecen son:

- ¿Cuál es la relación entre la creatividad y el emprendedurismo?
- ¿Cómo influye la creatividad en la creación de emprendimientos en los jóvenes de Rafaela?
- ¿De qué manera la creatividad incide en la continuidad del emprendimiento?
- ¿Es la creatividad esencial para el desarrollo de emprendimientos exitosos?
- ¿Cómo fomenta el programa Rafaela Emprende la creatividad y la capacidad emprendedora?

En materia metodológica, el presente estudio se basa en un enfoque cualitativo. En este marco, se llevaron adelante entrevistas a los jóvenes emprendedores que participaron del Programa Rafaela Emprende. Y por último, para medir y evaluar la creatividad se utilizará el Test de los Usos Alternativos de Guilford (1967)¹.

En relación con las preguntas de investigación, se derivan los objetivos, cuya función es guiar el proceso de análisis y estudio del tema, los cuales se clasifican en generales y específicos y son presentados a continuación. Posteriormente, se exponen los antecedentes más importantes de las variables estudiadas y de los programas vinculados al emprendedurismo en la ciudad de Rafaela. Luego, se dispondrá el marco teórico del tema abordado, seguido de la metodología utilizada. En el apartado siguiente, se explican los resultados hallados a partir del análisis de la información recolectada, los cuales se dividen en tres partes: resultados sobre el emprendedurismo, la creatividad y del Test de la Creatividad de Guilford. Finalmente, se muestran las principales conclusiones del tema investigado.

¹ Es importante aclarar que el test seleccionado no es el original, sino que el mismo está adaptado a las necesidades y a los objetivos de la presente investigación.

Objetivos

Objetivo general

- ❖ Estudiar la relación que existe entre la creatividad y la creación de los emprendimientos en los jóvenes del programa Rafaela Emprende.

Objetivos específicos

- ❖ Analizar el impacto que tiene la creatividad en la creación y en la continuidad de los emprendimientos.
- ❖ Determinar cómo el plan de capacitación del programa Rafaela Emprende fomenta la capacidad emprendedora y la creatividad en los jóvenes participantes.

Por último, en relación con los objetivos planteados, es importante establecer la hipótesis², la cual va a guiar esta investigación. Se plantea que la creatividad es una habilidad esencial para la creación, el desarrollo y la continuidad de los emprendimientos en los jóvenes de Rafaela.

CAPÍTULO 1. Antecedentes

El fenómeno emprendedor a través del tiempo

En los últimos años, el tema del emprendedurismo ha cobrado relevancia a nivel internacional debido a los cambios operados en el mercado de trabajo. En relación a ello, se pueden destacar las mediciones realizadas por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual “es un consorcio sin fines de lucro de investigación académica que tiene como objetivo hacer que la información de alta calidad sobre la actividad emprendedora global se encuentre fácilmente a disposición de un público tan amplio como sea posible” (GEM, 2018, p. 3). De acuerdo a los autores Cohen Arazi y Alonso (2016), a partir del año 1999, este organismo lleva a cabo estudios “sobre la relación de la actividad emprendedora y el desarrollo económico” (Cohen Arazi y Alonso, 2016, p. 11). Según los autores citados, este organismo utiliza la encuesta dirigida a la población adulta (APS), por sus siglas en inglés, en edad económicamente activa, entre los 18 y 64 años de 70 países, para sus relevamientos (p. 11). En este sentido, Cohen Arazi y Alonso (2016) explican que la actividad emprendedora se mide por medio de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), la cual está conformada por dos tasas: la tasa de emprendimientos nacientes y la tasa de nuevos negocios. La primera hace referencia al porcentaje de la población que son emprendedores nacientes, activamente involucrados en la creación de un negocio del cual serán propietarios o co-propietarios, y que no haya generado pago de salarios por más de tres meses. Por otra parte, la segunda se basa en el porcentaje de la población que son dueños de un negocio nuevo, que hayan pagado salarios por más de tres meses pero no más de tres años y medio (p. 12). Con respecto a esto,

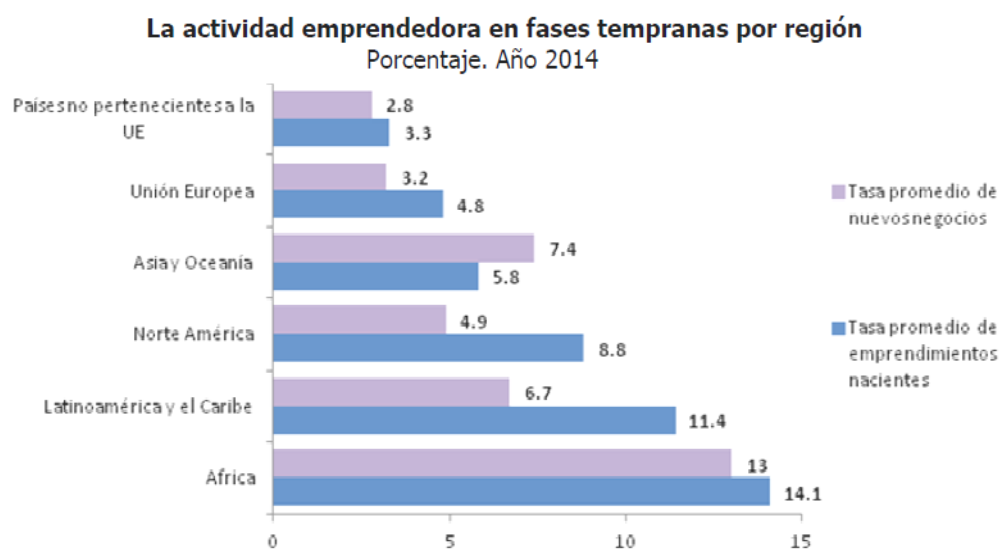
²Aunque en la investigación cualitativa no se establecen hipótesis, dicha afirmación sobre la creatividad funciona como guía para comprender el fenómeno estudiado. Es decir, por medio de esta, se busca probar que, dicha habilidad es necesaria para la creación, el desarrollo y la continuidad de los emprendimientos.

en la Figura 1 se muestra que en Latinoamérica, la tasa de negocios nacientes fue del 11,4% en el año 2014.

En general, la tasa de negocios nacientes supera a la de nuevos negocios en todas las regiones (en promedio), salvo en Asia y Oceanía. Puede apreciarse, además que Norteamérica tiene indicadores menores a los de Latinoamérica, mientras que en Europa son significativamente menores, de acuerdo a la medición citada. En ambos casos destacados, se puede presumir un rol más significativo del mercado laboral en la generación de puestos de trabajo que en Latinoamérica y que en África. (Cohen Arazi & Alonso, 2016, p. 1)

Figura 1

La Tasa de Actividad Emprendedora a nivel mundial



Fuente: IERAL sobre la base de GEM.

Nota: Adaptado de *La actividad emprendedora en fase temprana por región*, de

Cohen Arazi y Alonso, 2014, IERAL sobre la base de GEM.

Por otro lado, desde una perspectiva económica, Latinoamérica es una región con gran cantidad de emprendedores pero estos tienen poca innovación. Según un informe del Banco Mundial, en el año 2014, muestra que,

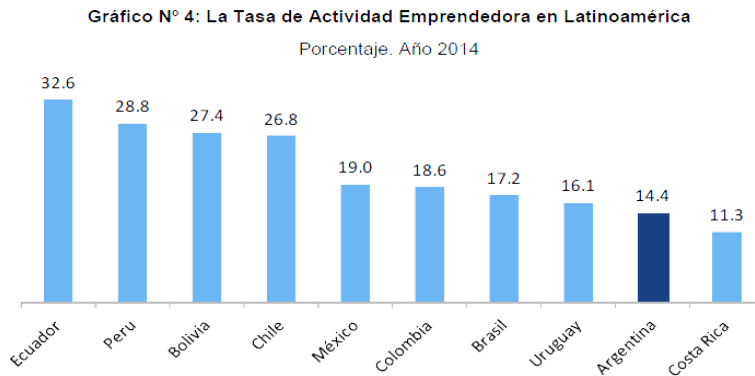
las empresas de América Latina y el Caribe introducen productos nuevos con menos frecuencia que las empresas de otras economías similares, la gestión de los emprendedores de gama alta, suele estar lejos de las mejores prácticas en el ámbito global. (Del Giorgio Solfa & D'Amico, 2019, p. 6)

En la figura 2 se puede evidenciar que, Ecuador es el país con la mayor Tasa de Actividad Emprendedora, siendo esta del 32,6 %, mientras que Argentina presenta el 14,4%

con respecto a la misma. Por lo que, a diferencia de otros países, la actividad emprendedora es relativamente menor. De igual manera, en la Figura 3 se resalta la TEA de Argentina en relación a los demás países.

Figura 2

Principales países de Latinoamérica con mayor Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

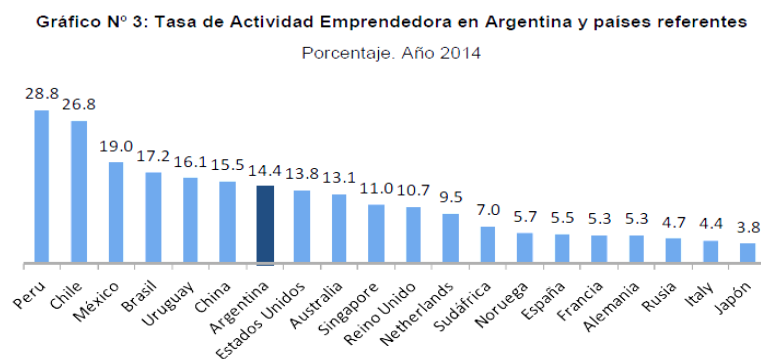


Fuente: IERAL sobre la base de GEM.

Nota: Adaptado de *La actividad emprendedora en fase temprana por región*, de Cohen Arazi y Alonso, 2014, IERAL sobre la base de GEM.

Figura 3

Porcentaje de TEA en Argentina



Fuente: IERAL sobre la base de GEM.

Nota: Adaptado de *La actividad emprendedora en fase temprana por región*, de Cohen Arazi y Alonso, 2014, IERAL sobre la base de GEM.

Según los últimos datos presentados por el GEM del año 2023, América Latina sigue siendo la región más emprendedora a nivel mundial, en el cual se sigue vislumbrando un nivel alto de actividad empresarial, siendo Ecuador el país con mayor Tasa de Actividad

Emprendedora, superando el 35%, en dónde 3 de cada 10 adultos emprende negocios de comercio. En relación a esto, para Silva (2008), el fenómeno del emprendimiento no nace solamente por una carencia y necesidad, sino también por haber poca oferta de trabajo, en donde, la creatividad impulsa otras competencias como la iniciativa, la perseverancia y la necesidad de logro. Por otro lado,

la creatividad describe una "tendencia a comportarse creativamente" y que se puede identificar a través de la observación de "colecciones de eventos conductuales", y que se logra con el entrenamiento en la solución de problemas, convirtiéndose éstas en promotoras del comportamiento creativo. (Loli Pineda, 2010, p. 149)

En esa misma línea, por medio de un estudio llevado a cabo por varios investigadores, se obtuvo que aquellos emprendedores que poseen una base universitaria se caracterizan por ser más dinámicos, tienen un mejor manejo de los recursos humanos y aprovechan mejor las oportunidades (Loli Pineda *et al.*, 2010). Por su parte, Cohen y Alonso (2016) sostienen que “la existencia de políticas, organizaciones e instituciones que fomenten, fortalezcan y respalden la cultura emprendedora es de vital importancia para el desarrollo y crecimiento económico” (p. 11).

Por último, es importante destacar los aportes que brinda un trabajo llevado a cabo por estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería de Perú, sobre la actitud creativa y emprendedora, en el cual se estudió la relación de dichas variables. Por lo que, los autores Loli Pineda, *et al.* (2010) concluyeron que, la mayoría de los estudiantes tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento. Y, por ende, existe una relación significativa y positiva entre ambas variables. Por lo que, los mismos definieron que, al haber mayor creatividad, mayor será el emprendimiento (p. 150).

Antecedentes en Argentina

A nivel nacional, el emprendedurismo cobró mayor relevancia durante el gobierno de Cambiemos (2015 – 2019). En este período, estuvo presente el discurso emprendedurista destinado a los jóvenes de Argentina.

Aquellos trabajadores con dificultades para ser incluidos en el proceso de acumulación (GEM 2019) en un mercado de trabajo cada vez más competitivo, se ven interpelados por el discurso del "emprendedurismo" que intenta posicionarse como motivador y generador de fuente de ingresos. Como lo destacan Serrano Pascual y Martín (2017) para el caso europeo, se trata de un viraje desde la empleabilidad hacia la *empreabilidad* (fomento del emprendimiento). En el caso argentino, el gobierno encabezado por Mauricio Macri retomó estos principios anclados en la racionalidad neoliberal, enarbolando el ethos del voluntariado y el emprendedurismo. (Pérez & Busso, 2020, p. 79)

Sin embargo, para los autores Pérez y Busso (2020), el discurso emprendedurista, adoptado por el gobierno de Cambiemos, no fue suficiente para fomentar la creación de

emprendimientos exitosos. Los autores señalan que, durante estos años, se vivió una recesión y hubo un aumento del desempleo y de la informalidad.

Por otro lado, el GEM (2018) llevó a cabo un estudio en la ciudad de Buenos Aires, en dónde participaron más de 150.000 adultos de diferentes economías. Dicho estudio se llevó a cabo en el año 2018 y abarcó información relacionada a la actividad emprendedora. Los datos más relevantes muestran que:

La Ciudad de Buenos Aires responde al patrón de comportamiento de las economías basadas en eficiencia según el modelo GEM por estar dentro de la Argentina, país que pertenece al mismo grupo. En el caso de Buenos Aires, aquellos que respondieron estar involucrados en algún tipo de actividad emprendedora en 2018 fue el 12.50% de la población adulta entre 18 y 64 años encuestada. Este valor se mantuvo respecto al 2016, luego de una caída importante entre 2015 y 2016. Es posible pensar que la TEA de equilibrio de CABA este alrededor del 12.5%, así como la de Argentina a nivel nacional esperamos que sea alrededor de 10%. (GEM, 2018, p. 7)

A su vez,

Buenos Aires presenta una composición de TEA similar a la de economías impulsadas por eficiencia. La tasa de emprendedores nacientes, que han pagado salarios entre 0 y 3 meses, es de 9.51% de la población adulta entre 18 y 64 años. Aquellos que son propietarios de nuevos negocios de entre 3 meses y 42 meses de vida son el 3.12% de la población adulta; y finalmente los dueños de negocios establecidos con más de 42 meses de vida son el 4.62% de la población adulta. (GEM, 2018, p. 7)

Otro antecedente importante a tener en cuenta, es la demografía de la TEA. Con respecto a esto, el GEM (2018) expone que:

la mayor cantidad de emprendedores se encuentra entre los 25 y los 54 años, con el mayor porcentaje entre los 25 y los 34. Sin embargo, la mayor cantidad de dueños de negocios establecidos de más de 42 meses se encuentra entre los 35 y los 44. En Argentina, tiene un patrón de comportamiento similar, incluso con mayor cantidad de emprendedores entre los 25 y 44 años en el caso de la TEA. (GEM, 2018, p. 9)

Por otra parte, la Consultora Analogías llevó a cabo una investigación, en la cual se estudió el fenómeno del emprendedurismo y a los emprendedores. Según sus estudios, a partir del año 2012, se produce un fenómeno laboral que los autores lo denominan un proceso de desasalarización del trabajo, el cual hace referencia a un estancamiento en la cantidad de puestos de trabajo registrados en relación de dependencia en el sector privado, y a un simultáneo incremento de las modalidades autónomas. Esto se puede evidenciar en datos contabilizados por el Ministerio del Trabajo en la Tabla 1:

Tabla 1

Porcentaje de monotributistas y autónomos en el sector privado

PERIODO	TOTAL, PUESTOS DE TRABAJO	RELACION DE DEPENDENCIA SECTOR PRIVADO	AUTONOMOS + MONOTRIBUTISTAS
2012 - 2015	9,95%	2,99%	16,52%
2015 - 2019	1,21%	-2,55%	8,66%
2019 -2021	0,49%	-1,99%	5,23%

Nota: Esta tabla se extrajo del informe de investigación presentado por la Consultora

Analogías, en la página web IProfesional.

A partir de estos datos, desde el año 2015 al 2021, dicha consultora llevó a cabo un análisis con respecto a la caída de puestos de trabajo en relación de dependencia del sector privado. En cambio, la actividad autónoma y monotributista, aumentó de manera proporcional un 8,66% entre el 2015 y 2019; y un 5,23%, entre 2019 y 2021. En estos años, se debe tener en cuenta el contexto de la pandemia por el Covid - 19, en el cual se cerraron muchas empresas y fábricas, se perdieron muchos puestos y se implementaron nuevas modalidades de trabajo como el homeoffice y el teletrabajo. Como consecuencia, junto con la crisis de balanza de pagos y deudas de los años 2018 y 2019, se produjo un retiro de empresas empleadoras. De acuerdo a las estadísticas de la AFIP, se calculó una baja del 4% de los empleadores registrados en el período pre-pandemia (Krizanovic, 2021).

Por consiguiente, la consultora Analogías concluye que, “la actividad emprendedora se posiciona en un lugar de relevancia como potencial dinamizador de la economía, especialmente a través del componente innovador que tienen muchas de estas nuevas unidades productivas” (Krizanovic, 2021). La mayoría de los emprendimientos relevados por la misma, son empresas de pequeña cantidad de empleados y de facturación, de las cuales, más del 64% no tiene empleados y solo el 26% tienen entre 1 y 3 empleados. Según la consultora, se tratan de microempresas relacionadas al autoempleo y a emprendimientos que surgen por necesidad, producto de la falta de empleo. A su vez, esto va generando una matriz de emprendedores que tienen pocas intenciones de aumentar su capital (Krizanovic, 2021).

Antecedentes de programas de emprendimientos en Rafaela

Según el informe “El desarrollo emprendedor como política de territorio: el caso Rafaela Emprende”, redactado por Peiretti (2013), se describen, a continuación los principales antecedentes en cuanto al emprendedurismo en Rafaela, además de los principales actores involucrados. A nivel local, a partir del año 2003, el gobierno local ha desarrollado diferentes programas de capacitación para emprendedores. En ese mismo año, surge el programa “Emprendiendo Sueños”, el cual tuvo una duración de dos años y su objetivo fue entrenar en nuevas disciplinas prácticas y humanísticas, a personas mayores de 18 años para

que pudieran llevar a cabo emprendimientos productivos, sin importar la actividad o sector elegido. Otro programa fue “Manos a la obra”, con 69 emprendimientos productivos subsidiados. Este fue implementado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, el cual contó con capacitaciones, un sistema de monitoreo de acompañamiento y asistencia a los emprendedores, por medio de un equipo de estudiantes universitarios capacitados para poder llevar adelante esas tareas. Por último, existió otro programa, el cual fue el de Promoción y Asistencia a Emprendimientos Productivos - Ley Provincial N° 12.375, el cual permitió dar continuidad al monitoreo iniciado en el Manos a la Obra. Además, se realizaron capacitaciones en diferentes temáticas con el objeto de formar al emprendedor y brindarles herramientas para gestionar sus microempresas. En este sentido, se llevaron adelante programas de Mejora Continua, Computación, Costos y Responsabilidad Social Empresaria. Este trabajo se llevó adelante durante los años 2007 - 2008 y se asistieron a 44 emprendedores. (Peiretti, 2013)

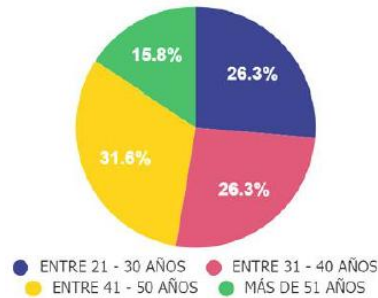
En el año 2009, nace el programa Rafaela Emprende a partir del trabajo coordinado entre la Municipalidad de Rafaela, la Asociación Civil para el Desarrollo y la Innovación Competitiva Agencia Rafaela (ACDICAR) y el Centro Comercial e Industrial de Rafaela y Región (CCIRR) (Peiretti, 2013). El programa tiene como metas brindar una asistencia integral a los emprendedores por medio de un plan de capacitación, asistencia técnica, un proceso de tutorías, mentorías personalizadas y, también, permite vincular los emprendimientos con distintas fuentes de financiamiento (Peiretti, 2013). Además, diversas instituciones de la ciudad apoyan en la consecución de los objetivos del mismo, como las universidades e institutos de educación superior, en las cuales se incluyen la Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Rafaela (UTN), la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE), la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), la Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf), el ITEC Rafaela y el INTI Rafaela (Peiretti, 2013). Asimismo, el CCIRR, la Cámara de Empresas de Desarrollo Informático (CEDI), el Instituto para el Desarrollo Sustentable de Rafaela y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria Argentina (INTA) representan actores fundamentales de la ciudad que, aportan y colaboran con la consecución de los objetivos del programa Rafaela Emprende.

Otro dato importante a destacar del Programa Rafaela Emprende, es la edad de los inscriptos en el año 2023, la cual se muestra en la Figura 4. Con respecto a esto, el 26,3% de los emprendedores, tienen entre 21 y 30 años, mientras que el 31,6% son mayores de 41 años y menores de 50. Los emprendedores que participaron, de los cuales tienen entre 31 y 40 años, representan el 26,3%. Y el 15,8%, los mayores de 51 años (Municipalidad de Rafaela, 2023). Por lo que, existe una variedad en cuanto a la edad de los emprendedores que participaron en dicho programa. Relacionado a esto, para ese mismo año, hubo 263 inscriptos; de los cuales, 139 solicitaban capacitación y el resto, financiamiento. Una vez finalizada la inscripción, se llevó a cabo un proceso de selección, en el cual se tuvo en cuenta que muchos emprendimientos no aplicaban al programa, por tratarse de comercios que no se dedicaban a la producción, sino sólo a la venta de bienes y servicios. Una vez que culminó dicho proceso, se sumaron otros emprendedores que habían participado del concurso de emprendedores digitales y circulares, llevado a cabo en el año 2022. Por ende, se conformó

un grupo formado por 53 emprendimientos, de los cuales, 29 eran de sectores productivos tradicionales, 9 circulares y 5 digitales.

Figura 4

Edad de los emprendedores inscriptos en el programa Rafaela Emrende

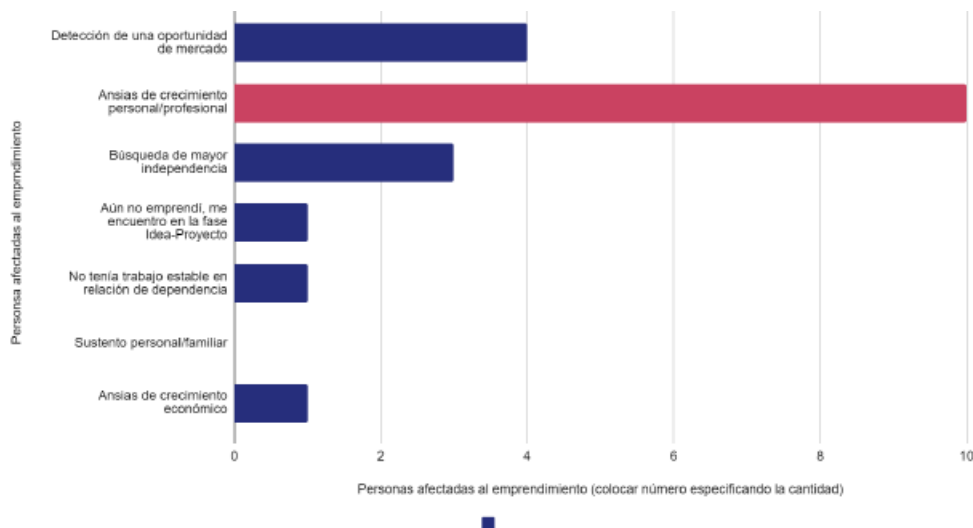


Nota: Adaptado de *Edad*, Municipalidad de Rafaela, 2023, Informe Final Rafaela Emrende – Edición N°15.

Por otra parte, en la figura 5, se puede encontrar los motivos por los cuales las/os participantes decidieron emprender, resaltando como causa principal, en primer lugar, las ansias de crecimiento personal - profesional, en segundo lugar la detección de una oportunidad de mercado y en tercer lugar, la búsqueda de mayor independencia. (Municipalidad de Rafaela, 2023). Siendo la motivación uno de los factores que influye en el momento de emprender, el crecimiento económico no se encuentra entre los principales motivos para hacerlo.

Figura 5

Principales motivaciones de los emprendedores

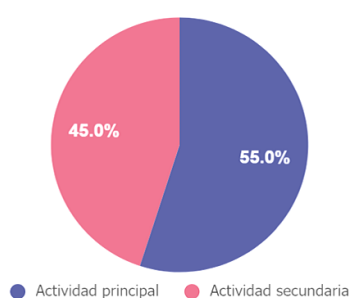


Nota: Adaptado de *Motivos de emprender*, Municipalidad de Rafaela, 2023, Informe Final Rafaela
Emprende – Edición N°15.

Por último, en la Figura 6 se muestra que el 55% de los emprendedores indica que, su emprendimiento es su actividad principal del cual depende (en la mayoría de los casos) toda una familia. A su vez el 45% ha indicado que su emprendimiento representa su actividad secundaria (Municipalidad de Rafaela, 2023).

Figura 6

Tipo de actividad de los emprendimientos inscriptos en el programa RE



Nota: Adaptado de *El emprendimiento es*, Municipalidad de Rafaela, 2023, Informe Final Rafaela
Emprende – Edición N°15.

CAPÍTULO 2. Marco Teórico

Emprendedurismo

Para entender el fenómeno del emprendedurismo, es necesario introducir las principales teorías y conceptos que diversos autores han desarrollado a lo largo del tiempo, ya que resulta clave conocer más en profundidad a la figura del emprendedor, los factores que influyen en la generación de los emprendimientos y el enfoque económico del mismo. En esa dirección, se buscará definir los términos de emprendedurismo, emprendimiento y emprendedor, ya que son elementos distintos que conforman un mismo fenómeno. En primer lugar, es importante mencionar que, resulta complejo poder identificar una definición concisa con respecto al emprendedurismo debido a la amplitud de los diversos campos de investigación.

La multitud de investigadores, de campos bastante distintos, que utilizan cada uno sus propias metodologías, su lógica y su propia disciplina para investigar al fenómeno emprendedor o a los emprendedores, ha contribuido a la existencia de diferentes conceptualizaciones del emprendedurismo. (Silva Oliveira, 2013, p. 4)

Por lo que, el mismo presenta diversas definiciones que varían dependiendo de su campo de estudio.

Parker (2003) encontró que el emprendedorismo es un fenómeno multidimensional con cuatro aspectos principales. Uno es la coordinación del trabajo contratado; otro es la motivación medida por el esfuerzo de trabajo; el tercero sería la toma de riesgo, en el sentido de depender del trabajo incierto; y, finalmente, la innovación. (Silva Oliveira, 2014, p. 7)

A partir de esta cita, se puede evidenciar que dicho concepto se relaciona con una amplia gama de variables que cada autor introduce para poder contextualizar y conceptualizar al mismo. En cambio, según Mitchell (2002) este “trata sobre individuos que crean oportunidades donde otros no las crean, y que intentan explotar estas oportunidades a través de organizaciones, sin tener en cuenta los recursos controlados” (Silva Oliveira, 2014, p. 7). Por otra parte, “el emprendedorismo consiste en la creación de una oportunidad anteriormente no percibida y en la realización de la acción para tornarla realidad” (Silva Oliveira, 2013, p. 7). Según Silva Oliveira, este fenómeno hace referencia a acciones concretas y necesarias para la creación de negocios. Por consiguiente, el fenómeno del emprendedurismo es considerado por dicho autor, como un proceso, como una conducta o como una acción, las cuales pueden cambiar dependiendo del entorno en el que se desarrollan los negocios. “Como una conducta o proceso, el emprendedurismo involucra diversas acciones, que van desde la identificación de la oportunidad de negocio, los análisis de la viabilidad, hasta su desarrollo y finalmente implementación” (Silva Oliveira, 2013, p. 11). Asimismo, el autor citado plantea que, el emprendedurismo es visto como un proceso diacrónico, el cual se basa en múltiples acciones innovadoras y decisiones relacionados con el desarrollo de la economía, con las capacidades de crear riqueza y de actuar conforme a las exigencias del contexto en el cual se desenvuelve el mismo (Silva Oliveira, 2013).

En síntesis, para la mayoría de los autores que estudiaron el fenómeno, el emprendedurismo es considerado como la capacidad para idear, gestionar y llevar adelante proyectos, convirtiendo ideas en productos, servicios y negocios en general. Todo esto implica realizar acciones direccionadas a lograr objetivos propuestos para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos, así como la toma de decisiones y la ejecución de estrategias específicas para alcanzar las metas propuestas. No obstante, las capacidades que necesitan los emprendedores varían de acuerdo al tipo de emprendimiento así como al rubro al que pertenecen y al sector en el cual se desenvuelven. Muchas veces, ocurre que los emprendedores se condicionan por los recursos materiales o económicos que necesitan para poder crecer, pero es más importante que los mismos inviertan en una formación continua y constante, por medio de cursos, talleres u otras capacitaciones brindadas por distintas instituciones de la ciudad de Rafaela, con el objetivo de fomentar la adquisición y el desarrollo de nuevas competencias necesarias que contribuyan al crecimiento de los mismos.

Por otro lado, se puede estudiar al fenómeno desde tres niveles: micro, medio y macro, los cuales van variando dependiendo de factores externos o internos (Silva Oliveira, 2014).

El nivel macro se divide en estudios que intentan identificar los factores del entorno que dan lugar al surgimiento de un gran número de emprendedores e identificar varias características culturales de determinados grupos locales o étnicos que llevarían al crecimiento económico y en estudios que enfocan factores institucionales tales como el mercado laboral. El nivel micro considera el concepto del emprendedor desde el punto de vista psicológico o sociológico. Por su parte, el nivel medio englobaría los estudios basados en el crecimiento organizacional, fundamentado en acercamientos que se enfocan en la adquisición, acumulación y distribución de recursos. La premisa básica de este acercamiento es la visión de la estrategia basada en la combinación de recursos externos e internos para entender el éxito o fracaso de las empresas. (Silva Oliveira, 2014, p. 3)

Principales corrientes de investigación

En cuanto a las principales corrientes de investigación sobre el emprendedurismo, es importante mencionarlas para comprender de una manera más profunda dicho fenómeno. De este modo, el mismo se puede explicar desde diferentes enfoques: psicológico, sociológico, económico y de gestión empresarial, los cuales son presentados en la Tabla 2.

A partir de la corriente psicológica, la construcción del emprendimiento está relacionada con el dominio de la psicología, la cual busca explicar por qué ocurre el emprendimiento. En esta corriente, los temas de investigación se centran en los rasgos de los emprendedores y en el proceso emprendedor. En la corriente sociológica, se estudia los diferentes orígenes culturales y sociales de los emprendedores. En esa misma línea, esta plantea el por qué surgen los emprendimientos sociales y culturales, es decir, sus causas, ya que los objetivos de estos son diferentes, cómo generar un impacto en la sociedad o en la cultura

Con respecto a la económica, las teorías se enfocan en estudiar las relaciones que surgen entre el entorno económico y el espíritu emprendedor, es decir, se analizan los efectos económicos de los emprendimientos. De esta manera, dentro de esta corriente, se puede encontrar una variedad de autores e investigadores que han estudiado el emprendedurismo desde este enfoque. Por lo que, para este trabajo es importante mencionar el aporte que brinda la teoría de Schumpeter, la cual se desarrolló en el año 1912 e “incorpora una nueva perspectiva definiendo a los emprendedores como: innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios” (Ávila Angulo, 2021, p. 37). Por consiguiente, esta se basa en los emprendedores como generadores de cambio de una situación ya existente a otra. Además, el autor sostiene con respecto a la innovación, que esta promueve el desarrollo de nuevos procesos para crear nuevos productos o servicios (Ávila Angulo, 2021).

Otro aspecto importante a considerar con respecto a este enfoque es que,

la mayoría de teorías económicas (...) no toman en cuenta el concepto de punto de equilibrio, es decir que no todos los negocios obtienen ganancias inmediatamente desde el inicio. Algunos toman tiempo antes de que se alcance el punto de equilibrio y se obtengan los beneficios finales. (Terán-Yépez & Guerreiro Mora, 2020, p.11)

De acuerdo a los autores citados anteriormente, existen teorías de diferentes corrientes que mantienen una relación, por lo que las mismas postulan, dando lugar a

“teorías más interdisciplinarias”. Por ejemplo, la Teoría de Harvard School propone que el emprendimiento es el resultado de la combinación de fuerzas internas (cualidades internas del individuo y externas (factores que influyen en el crecimiento del emprendimiento en la economía). (Terán-Yépez y Guerreo Mora, 2020, p.12)

De igual manera, existe la Teoría del Lugar del Control, la cual es similar a la anterior y “argumenta que los resultados de nuestras acciones dependen tanto de lo que hacemos (control interno) como de los eventos fuera de nuestro control (control externo)” (Terán-Yépez y Guerreo Mora, 2020, p.12). Con respecto a esta relación, los autores citados sostienen que ambas teorías sostienen que, el éxito que tienen los emprendedores va a depender tanto de los factores externos como de las habilidades internas (Terán-Yépez y Guerrero Mora, 2020).

Por último, se encuentra el enfoque de gestión empresarial, el cual se basa en las habilidades de los emprendedores, en el crecimiento de los mismos y el de sus empresas. Por lo que, esta teoría explica que los emprendedores deben desarrollar habilidades gerenciales para una gestión empresarial eficaz y para poder crecer. A su vez, esta corriente estudia el cómo, es decir, el comportamiento de los emprendedores.

Tabla 2

Principales corrientes de investigación

Corrientes principales	Temas de investigación	Problema analizado
Psicológica: rasgos y comportamiento	Las características de los emprendedores y el proceso emprendedor	Causas (Por qué)
Sociología: social y Cultural	Emprendedores de diferentes Orígenes sociales o culturales	Causas (Por qué)
Economía	Relación entre el entorno económico y el espíritu emprendedor	Efectos (Qué)
Gestión empresarial	Habilidad, gestión y crecimiento de los emprendedores y de las empresas	Comportamiento (Cómo)

Nota: Esta tabla fue extraída del artículo “Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones” de Terán-Yépez y Guerrero Mora, 2019. Fuente: Chu (1998) y Kruger (2004).

Origen, conceptualización y tipos de emprendimiento

En segundo lugar, de acuerdo a Ávila Ángulo (2021), el significado de emprendimiento se origina del francés “entrepreneur”, el cual surge del verbo francés “entreprendre”, cuyo significado es “encargarse de” (p. 35). Este concepto “fue introducido por primera vez por Cantillon en la primera mitad del Siglo XVIII para identificar a quien tomaba la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto” (Ávila Ángulo, 2021, p.36). Con el transcurso del tiempo, las investigaciones sobre el emprendimiento han ido creciendo. Consecuentemente, se puede encontrar una variedad significativa en relación a su definición. Para García Cabrera *et al.* (2015), lo definen como un “procedimiento de preparación de acciones económicas, para el cual se necesita de la expansión de incuestionables capacidades de liderazgo a fin de aceptar riesgos y utilizar la innovación y creatividad” (Romero Parra *et al.*, 2022, p. 68).

Por otro lado,

el emprendimiento puede plantearse como una ejecución de un proyecto o propósito donde la persona; es decir el emprendedor, se encuentra totalmente preparado para arriesgarse y efectuar dicho proyecto. De esta forma, Rodríguez y Urbiola (2019), lo describen como un estilo de existencia o una filosofía de vida, que tiene como finalidad hacer realidad un sueño, un objetivo o una idea. (Romero Parra *et al.*, 2022, p. 68)

A partir de esta última definición, el emprendimiento, “se plantea como un comportamiento orientado a fomentar transformaciones en el trabajo de los individuos y sus estilos de vida, por medio de decisiones originales y el financiamiento de medios” (Romero Parra *et al.*, 2022, p. 68). En cambio, “el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (...) define el emprendimiento como un proceso donde convergen diversos factores como innovación, motivación, aspiraciones y competitividad, entre otros” (Agüero Corzo & Dávila Morán, 2024, p. 97). Por otra parte, se puede distinguir dos tipos de emprendimientos: por necesidad o por oportunidad. El primero surge, mayormente, por una necesidad económica. En cambio, el segundo hace referencia a aquellos emprendimientos que nacen por la observación y la detección de una oportunidad en el mercado.

Etimología, conceptualización y perfil emprendedor

En tercer lugar, aparece la figura del emprendedor. Etimológicamente, el término surge de la unión de dos vocablos: uno francés “entreprendre” y del vocablo alemán “unternehmen”. Esta última palabra, significa empresa en español. A su vez, desde el punto de vista conceptual, la misma tiene diferentes concepciones dependiendo del punto de vista de cada autor o investigador. Para los autores Duarte y Ruiz Tibana (2009), el emprendedor es el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” (Duarte y Ruiz Tibana, 2009, p. 329). Al mismo tiempo, estos son:

personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de

negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto. (Duarte & Ruiz Tibana, 2009, p. 329)

En esa misma línea, en relación a la innovación, los emprendedores son como “innovadores que buscan destruir el status – quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios” (Ávila Angulo, 2021, p. 37). Por lo tanto, se puede sintetizar que aquellas personas que deciden emprender poseen habilidades, competencias y características propias para crear e innovar en cualquier sector y área de la sociedad. Por lo tanto, se puede evidenciar que el emprendedor se caracteriza por tener la capacidad de producir algo novedoso, o le puede dar otro uso a algo que ya existe; posee la capacidad de generar ideas, transformarlas y adaptarlas a su entorno; es visionario, ya que puede ver oportunidades en medio de los problemas y las crisis, cuenta con disciplina, perseverancia y diligencia para alcanzar las metas que se propone; tiene un espíritu emprendedor, tienen alta autoestima y confía en sus propias capacidades; además, es capaz de construir y mejorar los ambientes negativos en positivos; es creativo y dinámico, presenta flexibilidad, posee iniciativa, especialmente a la hora de tomar riesgos, investiga y lleva a cabo múltiples tareas al mismo tiempo.

Una de las características mencionadas anteriormente es la visión del emprendedor. Para los autores Romero Parra *et al.* (2022), esta es relevante, ya que representa la plataforma de su trabajo, es decir, permite trazar un norte, dirigiendo el proyecto emprendedor hacia lo que se quiere lograr. Los autores plantean que, la visión es el propósito del emprendimiento, por lo que, a partir de esta se puede diseñar y planear estrategias destinadas a lograr los objetivos planteados (Romero Parra *et al.*, 2022). Por ende, los mismos explican que es importante identificar las metas que se quieren alcanzar. No obstante, estos afirman que la visión es una conceptualización que va más allá del establecimiento de los objetivos que se quieren lograr. Por lo que, esta abarca, de una manera integral, completa y homogénea el propósito que tiene el emprendedor y, a su vez, proporciona una orientación a dicho emprendimiento (Romero Parra *et al.*, 2022). En conclusión, se puede decir que existe una relación positiva y significativa entre el perfil del emprendedor y la visión, ya que ésta es necesaria para encaminar las acciones emprendedoras hacia lo que el emprendedor desea lograr, es decir, sin visión no existiría dicho emprendimiento. La persona que emprende puede tener muchas cualidades y habilidades que la identifican a ella y a su emprendimiento, pero es la visión uno de los elementos más importante para el éxito del mismo. Además, Romero Parra *et al.* (2022) expresan que, la visión posee una perspectiva multidimensional, es decir, esta incluye múltiples aspectos de la vida de los emprendedores, los cuales se encuentran interrelacionados, como lo son la familia, los amigos, el aprendizaje y la formación, los gustos y anhelos personales, lo espiritual, lo económico y la profesión. Todos estos aspectos componen el cuadro completo y dan forma a la visión. Además, ésta no sigue una línea recta. Al mismo tiempo, todos estos componentes permiten edificar la meta de lo que la persona desea ser y hacer. (p. 79)

A su vez, el perfil se relaciona con la idea de sostenibilidad. Los factores que determinan la continuidad de los emprendimientos dependen del entorno y de las

características que cada emprendedor tenga. Para ello, es importante tener en cuenta que existen ciertas competencias y habilidades específicas que son propias de los mismos y que otro tipo de trabajadores no tienen.

Factores del desarrollo emprendedor

De acuerdo con el autor Peiretti (2013), en el informe “El desarrollo emprendedor como política de territorio: el caso Rafaela Emprende”, existen diferentes factores que influyen en el desarrollo de nuevas empresas. Algunos de esos factores son las condiciones socioeconómicas, la cultura, el sistema educativo, el sistema productivo, la creación de redes de competencias interempresariales, las cualidades emprendedoras, el acceso a recursos y el marco regulatorio. En cuanto a la primera se incluyen variables tanto económicas como sociales como la tasa de crecimiento del PBI, el nivel de inflación, la tasa de interés, los indicadores de precio, la tasa de desocupación, entre otras, las cuales inciden en el tipo de empresas que se crean, a las actividades a las que se dedican y su tamaño. Por otro lado, para el autor es importante el fomento de la cultura emprendedora con un enfoque en el desarrollo territorial, ya que forma parte de los objetivos del programa Rafaela Emprende y es un aspecto característico de la ciudad de Rafaela. Además, Peiretti (2013) considera que el sistema educativo influye significativamente en la formación profesional de las personas, el cual puede o no fomentar la cultura emprendedora de la sociedad, siendo las instituciones educativas las responsables de incentivar el desarrollo de emprendimientos. Por otra parte, el sistema productivo aparece como otro factor que determina el nacimiento de empresas así como la creación de redes de competencias interempresariales. Ambos factores permiten el desarrollo y el crecimiento, no sólo en los emprendedores sino también en dichas empresas. A su vez, según el autor, las cualidades emprendedoras representan otro factor importante y determinante, ya que las mismas están influenciadas por la cultura, el sistema educativo, y el ambiente en el cual se desenvuelven las personas emprendedoras. Por último, el acceso a recursos y el marco regulatorio son relevantes para la creación de las empresas. El primero hace referencia a recursos económicos, como financiamiento, recursos humanos y otros tipos de recursos necesarios, como materia prima, entre otros. Mientras que el segundo incluye las normas y políticas establecidas por las leyes (p. 30). Por lo tanto, según el autor citado, todos estos factores pueden facilitar o dificultar el desarrollo emprendedor; y, en cada uno de ellos están involucrados todos los actores de la sociedad. Por lo que, el mismo sostiene que, el trabajo debe ser en conjunto y debe ser asumido tanto por el sector público como por el privado (Peiretti, 2013).

El ecosistema emprendedor

Finalmente, es importante mencionar el concepto de “ecosistema emprendedor” para comprender cómo funciona la interacción entre los aspectos sociales, económicos, culturales, ambientales y políticos, los cuales permiten el desarrollo de la actividad emprendedora. Estas interacciones se llevan a cabo entre los emprendedores, la sociedad, las instituciones, las empresas con el objetivo de fomentar el desarrollo económico y social. Por ende, se puede definir al mismo como “la conjunción de actores y factores de una región que contribuyen a

la creación incremental y a la supervivencia de nuevas empresas de alto impacto” (Marín Cardona & Cuartas Torres, 2022, p. 3). Por otra parte, “los ecosistemas propician el desarrollo económico, la innovación y el crecimiento de los pequeños negocios. La interacción de actores genera riqueza y prosperidad (Marín Cardona & Cuartas Torres, 2022, p. 8). A partir de lo que plantean los autores, se empieza a ver a los emprendimientos desde el enfoque del desarrollo territorial, teniendo en cuenta las características y las dimensiones sociales, ambientales, económicas y culturales que rodea a los mismos, los cuales influyen en su creación y su sostenibilidad a lo largo del tiempo. A su vez, dentro de los ecosistemas es en dónde se desenvuelven las relaciones del trabajo entre los actores más importantes, quienes son los que toman decisiones y ejecutan acciones para mantener los vínculos, a largo plazo y llevar a cabo estrategias y objetivos relacionados al emprendedurismo.

Creatividad

Etimología, origen y aportes empíricos

Para comprender mejor dicho constructo es necesario analizar su etimología, ya que a partir de ésta se deriva la mayoría de las definiciones propuestas por múltiples autores e investigadores que se propusieron estudiarla.

Etimológicamente, el origen de este término se encuentra en el vocablo latino "creare", es decir, crear, hacer algo nuevo. El hombre crea cosas distintas a las que preceden, si bien es preciso matizar que, para que los humanos podamos crear cosas nuevas necesitamos de realidades ya existentes. En definitiva, lo que calificamos de creativo son formas nuevas a partir de otras ya creadas a las que damos una nueva utilización. (Vázquez Gestal, 2000, p.1)

Su estudio científico fue impulsado en la década de los '50 como resultado de las investigaciones llevadas a cabo por J. P. Guilford (1952). Más tarde, autores como Osborn (1953), Torrance (1962), Taylor (1964) y Parnes (1967) siguieron investigando sobre el tema, dando lugar a aportes bibliográficos relevantes. Por tal razón, uno de los aportes empíricos más importante en cuanto a la creatividad es el estudio del proceso creativo propuesto por Wallace (1926) (Vázquez Gestal, 2000). De acuerdo a Vázquez Gestal (2000), el mismo se basa en cuatro pasos. Estos son la preparación, la incubación, la solución creativa y la verificación. En la preparación, se junta toda la información relativa al problema, mientras que en la incubación se analiza el material que previamente se ha elegido. En la solución creativa se busca solucionar el problema por medio de una gran idea, y en la verificación, se verifica la idea, se elabora y se aplica para solucionar el problema (p. 1). Estas fases se dan en todas las personas creativas, tanto en pintores, poetas y artistas como en científicos, y además, “no requieren de un orden específico, es decir, pueden surgir en diferente secuencia” (Esquivías Serrano, 2004, p. 8).

Otro aporte importante sobre la creatividad aparece en el año 1930 con las investigaciones de Robert Crawford, quien entiende a la misma como un proceso de creación (Vázquez Gestal, 2000). De acuerdo con sus estudios, la creación se basa en “trasladar los

atributos de una cosa a otra. Es decir, lo que hace Crawford es cambiar las utilidades de una cosa y aplicarlas a otras realidades” (Vásquez Gestal, 2000, p.2). En cambio, Esquivías Serrano (2004) sostiene que,

la creatividad, es entendida como una forma distinta de inteligencia, así, Guilford la denomina: ‘pensamiento divergente’ en contraposición al ‘pensamiento convergente’, que tradicionalmente se medía en las pruebas (test) más comunes de inteligencia. Espíndola (1996) marcó la distinción entre el pensamiento convergente y divergente. Desde ese momento, la creatividad se ha considerado como un elemento esencial en cualquier estudio formal referido al intelecto humano. (Esquivías Serrano, 2004, p. 8)

En contraposición, la autora citada destaca la teoría de la asociación de Mednick (1962), en la cual, “el proceso creativo es visto como una asociación de elementos con alguna utilidad, y cuanto más distantes sean los elementos que conforman esta asociación, más creativo será el producto” (Esquivías Serrano, 2004, p. 9). Al mismo tiempo, es importante mencionar, en relación al tema estudiado que,

en la década de los 40 se destaca el método de la sinéctica, ideado por W.J.J Gordon y G. Price. Se trata de un método basado en la metáfora y que también se desarrolla en grupo. Ambos autores parte de la idea que la creatividad es una facultad que existe en todas las personas y que puede desarrollarse mediante el entrenamiento. (Vásquez Gestal, 2000, p. 2)

Con respecto a esto, se puede resaltar la importancia de desarrollar e impulsar la creatividad en las personas por medio de métodos y técnicas creadas por diferentes autores, que a partir de sus estudios, brindan un aporte valioso al estudio de la creatividad. Ciertamente, podemos encontrar muchos aportes significativos en cuanto a esta habilidad, pero lo fundamental, en relación al tema elegido, es tener en cuenta que, se puede estudiar, evaluar e investigar la creatividad desde diferentes ángulos, de acuerdo a los estudios de cada autor/investigador. Por lo que, existe un abanico grande en cuanto a los aportes empíricos. Los mencionados anteriormente son los más relevantes para entender la creatividad en el emprendedurismo.

Definiciones

La creatividad es un constructo multidimensional, subjetivo, complejo y amplio, muy investigado y estudiado por múltiples autores. Por lo que, se buscó acotar las diferentes definiciones que esta variable tiene. Además,

el transcurso de estas actuaciones, este concepto como tal ha sufrido transformaciones, el término cuenta actualmente con un número muy elevado de seguidores dentro de los cuales podemos distinguir: psicólogos, pedagogos, científicos, artistas, comunicólogos, políticos, empresarios, publicistas, docentes, etc., que investigan y se apasionan con su estudio, tanto en foros nacionales como

internacionales. En este sentido, surgen diversas aportaciones y definiciones del tema, de las cuales que se ha hecho el intento de reunir algunas de las principales en el siguiente recuadro de manera cronológica. (Esquivías Serrano, 2004, p. 4)

Tabla 3

Definiciones de la creatividad

Autor	Definición
Guilford (1952)	“La creatividad, en sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente”.
Osborn (1953)	“Aptitud para representar, prever y producir ideas. Conversión de elementos conocidos en algo nuevo, gracias a una imaginación poderosa”.
Getzels y Jackson (1962)	“La creatividad es la habilidad de producir formas nuevas y reestructurar situaciones estereotipadas”.
Freud (1963)	“La creatividad se origina en un conflicto inconsciente. La energía creativa es vista como una derivación de la sexualidad infantil sublimada, y que la expresión creativa resulta de la reducción de la tensión”.
Drevdahl (1964)	“La creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo, que esencialmente puedan considerarse como nuevos y desconocidos para quienes los producen”.
Stein (1964)	“La creatividad es la habilidad de relacionar y conectar ideas, el sustrato de uso creativo de la mente en cualquier disciplina”.
Piaget (1964)	“La creatividad constituye la forma final del juego simbólico de los niños, cuando éste es asimilado en su pensamiento”.
Mednick (1964)	“El pensamiento creativo consiste en la formación de nuevas combinaciones de elementos asociativos. Cuanto más remotas son dichas combinaciones más creativo es el proceso o la solución”.
Torrance (1965)	“La creatividad es un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, aprobar y comprobar estas hipótesis, a modificarlas si es necesario además de comunicar los resultados”.
Guilford (1971)	“Capacidad o aptitud para generar alternativas a partir de una información dada, poniendo el énfasis en la variedad, cantidad y relevancia de los resultados”

De la Torre (1991)	“Capacidad y actitud para generar ideas nuevas y comunicarlas”
Rodríguez (1999)	“La creatividad es la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas”
Togno (1999)	“La creatividad es la facultad humana de observar y conocer un sinnúmero de hechos dispersos y relacionados generalizándolos por analogía y luego sintetizarlos en una ley, sistema, modelo o producto; es también hacer lo mismo pero de una mejor forma”.
Goleman, Kaufman y Ray (2000)	“...contacto con el espíritu creativo, esa musa esquiva de las buenas –y a veces geniales- ideas.”
Gagné (s. f.)	“La creatividad puede ser considerada una forma de solucionar problemas, mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos muy diferentes de conocimientos”.
Acuña (s. f.)	“La creatividad es una cualidad atribuida al comportamiento siempre y cuando éste o su producto presenten rasgos de originalidad”.

Nota: Esta tabla fue extraída de Esquivías Serrano (2004), la cual se decidió acortarla de acuerdo al tema de investigación, dejando las definiciones más importantes a tener en cuenta para este trabajo.

Todas estas definiciones son consideradas las más importantes para el estudio del tema, ya que cada una de ellas está asociada a la idea de la creación, acción vinculada a los procesos creativos que se llevan a cabo en el emprendedurismo, desde la generación de ideas hasta su implementación.

Pensamiento divergente

El pensamiento divergente es un constructo de la Psicología Cognitiva y, al mismo tiempo, es un factor que influye sobre la creatividad, el cual “tiende a buscar soluciones más abiertas, diferentes e inusuales, dirigiéndose hacia la innovación” (Aguilera Luque, 2017, p. 4). Este tipo de pensamiento hace referencia a un proceso mental, en el que se generan múltiples ideas para solucionar un problema o una situación determinada.

Joy Paul Guilford (1952) es considerado el padre del estudio científico de la creatividad. Según el autor, la misma es una “capacidad mental que interviene en la realización creativa que se caracteriza por la fluidez, la flexibilidad, la originalidad, el establecimiento de asociaciones lejanas, la sensibilidad ante los problemas y la posibilidad de redefinir las cuestiones” (Aguilera Luque, 2017, p. 4).

Bajo esta misma dirección, el mismo,

propone el término de creatividad y postula que ésta y la inteligencia no son lo mismo, señalando que ambas son habilidades homólogas pero diferentes. Para este teórico la ‘creatividad’, es entendida como una forma distinta de inteligencia, así,

Guilford la denomina: ‘pensamiento divergente’ en contraposición al ‘pensamiento convergente’. (Esquivías Serrano, 2004, p. 8)

En un sentido más profundo, crear implica pensar de una manera divergente, por lo que esto conlleva un proceso mental. “El pensamiento divergente implica utilizar el conocimiento previo con mucha pericia. Para Guilford esta es la base de la creatividad, pues sin el conocimiento previo no es posible crear” (Láime Pérez, 2005, p. 35). A partir de la definición presentada por el autor, en la Tabla 3, este está compuesto por la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración. Variables importantes que componen el proceso creativo. La fluidez hace referencia a la facilidad que tiene una persona “para generar un número elevado de ideas” (Aguilera Luque, 2017, p.5). Existen varios tipos de fluidez: la ideacional, de asociación y de expresión, entre otras. La primera se basa en la producción cuantitativa de ideas, la segunda, se refiere al establecimiento de relaciones entre las mismas, y la tercera comprende la facilidad en la construcción de frases (Aguilera Luque, 2017).

Por otra parte, la flexibilidad es la capacidad de generar alternativas de diferentes categorías. Esto implica adaptación, transformación, cambio, replanteamiento y reinterpretación de la situación. A su vez, esta puede ser espontánea, en la cual, la persona puede cambiar la clase de respuesta que brinda. Y de adaptación, donde la misma cambia la estrategia de solución o de planteamiento para alcanzar el éxito con su respuesta (Aguilera Luque, 2017) En cambio, la originalidad es una aptitud para generar respuestas raras, ingeniosas, novedosas e inusuales. Además, es un elemento común en todas las aproximaciones al estudio de la creatividad (Aguilera Luque, 2017).

En cuanto a la elaboración, esta se refiere al “nivel de detalle, desarrollo y complejidad de las ideas” (Aguilera Luque, 2017, p.5). Para la autora, se la asocia con una aptitud para desarrollar y ampliar las ideas, sacando el mejor partido a la información disponible (Aguilera Luque, 2017). Todos estos componentes dan forma a los procesos mentales que se generan en las personas a la hora de usar la creatividad para crear. “Guilford integra el pensamiento divergente, a su vez, en un modelo más completo y exhaustivo que pretende explicar la estructura del intelecto y todas las dimensiones y procesos que en él se dan, desde una perspectiva cognitiva” (Aguilera Luque, 2017, p. 1). Por lo que, según lo que plantea la autora citada, la creatividad se asocia con este tipo de pensamiento, pero necesita del pensamiento convergente, el cual se basa en un tipo de pensamiento lógico, buscando una única idea o solución (Aguilera Luque, 2017).

Asimismo, los autores Romero *et al.* (2019), llevaron a cabo un estudio en el cual estudiaron el impacto positivo de mantener, de una manera activa e intelectual, el funcionamiento cognitivo del cerebro. Según los mismos, “el cerebro funciona de manera plástica, es decir, tiene la capacidad de reorganizar y modificar funciones, adaptándose a los cambios externos e internos” (Romero *et al.*, 2019, p. 31). A partir de esta cita, los autores resaltan la importancia de generar un “ambiente rico en estímulos de diverso tipo” (Romero *et al.*, 2019, p. 31). Por lo que, los autores plantean que la escuela representa ese ambiente, la cual se encarga de fomentar la plasticidad cerebral. En un sentido más amplio, estos explican que,

se puede comparar la actividad del funcionamiento cognitivo/cerebral con la de un músculo estriado, que se fortalece con el ejercicio continuo y se atrofia cuando deja de ejercitarse. Estudiar una profesión de nuestro interés, aprender un nuevo idioma o arte, viajar y relacionarse constantemente o simplemente realizar actividades cotidianas que supongan un reto cognitivo, constituyen el mejor ejercicio para nuestro cerebro, ya que estimulan la constante plasticidad que permite crear nuevas conexiones neuronales. (Romero *et al.*, 2019, p. 31)

Con respecto a esto, es de suma importancia la amplitud de información que ofrecen los autores en relación al cerebro, ya que la creatividad se origina en el mismo a partir de las conexiones que se dan entre las diferentes partes que lo componen. Por lo que, el proceso de creación es puramente mental, y éste, a su vez, está influenciado por los estímulos que recibe, ya sean internos como externos. Por lo tanto, la acción de crear va a depender de cuán estimulada esté una persona. En este sentido, lo que haga la misma va a impactar directamente sobre su nivel de creatividad. Entonces, resulta fundamental ejercitar el cerebro para fortalecerlo, por medio de ejercicios continuos que permitan aumentar la creatividad y otras habilidades cognitivas esenciales para emprender.

Tipos de creatividad

En base a lo expuesto en el párrafo anterior, es importante resaltar que existen diferentes tipos de creatividad, propuesto por Jeffrey T. DeGraff (1958): la mimética, la analógica, la bisociativa, la narrativa y la intuitiva, las cuales corresponden a cinco niveles de creación, que van desde la más simple a la más compleja. La mimética pertenece al primer nivel y hace referencia a un proceso que tiene lugar cuando una persona se apropia de una idea o proceso ya creado y luego lo aplica a un nuevo contexto (Sánchez, 2023). En el segundo nivel, la bisociativa se basa en conectar o integrar dos ideas distintas para producir algo nuevo que resulte útil e innovador. Este tipo de creatividad se estimula por medio de la técnica llamada lluvia de ideas y se caracteriza por la fluidez, la flexibilidad y el flujo (Sánchez, 2023). Luego, en el tercer nivel se encuentra la creatividad analógica, la cual busca establecer semejanzas entre dos realidades distintas, es decir, relaciona ideas o imágenes que se conocen con lo que se desconoce o soluciona problemas tomando de referencia experiencias pasadas (Sánchez, 2023). En el cuarto nivel, la creatividad narrativa se refiere al arte de contar historias, basándose en la lingüística y en la lógica. Por medio de este tipo de creatividad, se producen narraciones que representan una obra de arte y se pueden llevar a cabo por medio de las palabras, imágenes, sabores, sonidos o elementos secuenciales (Sánchez, 2023). Y por último, en el quinto nivel, la creatividad intuitiva hace alusión a un proceso interno y consciente, la cual es guiada por las emociones y la sensibilidad (Sánchez, 2023).

Grados de creatividad y generación de ideas

Según investigaciones hechas sobre la creatividad por el autor Valqui Vidal (2009), se demuestra que la misma no se desarrolla de una manera lineal, sino que se puede aumentar

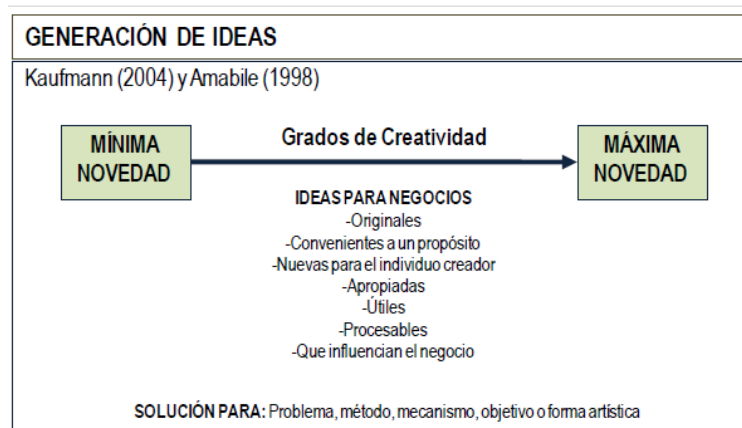
mediante métodos didácticos, motivación, técnicas o actividades, incluso a una edad avanzada. De acuerdo al mismo, la motivación junto con la experiencia y las habilidades de pensamiento creativo representan tres componentes de la creatividad en las personas (Valqui Vidal, 2009). La primera hace alusión a las motivaciones intrínsecas que las personas tienen como la pasión o un deseo interno para resolver un problema o para crear algo (Valqui Vidal, 2009). Por otro lado, la experiencia tiene que ver con el conocimiento teórico y práctico que la persona ha desarrollado a lo largo de su vida (Valqui Vidal, 2009). Y las habilidades de pensamiento creativo se refieren al grado de flexibilidad e imaginación que poseen las personas en el momento de abordar problemas y tareas, sean sencillas o complejas (Valqui Vidal, 2009). Esto se puede evidenciar en el resultado o producto final, ya que la creatividad aporta originalidad y un valor único a lo que se crea. Un producto creativo se va a distinguir de otro que no lo es. Y este va a tener el sello característico de quién lo creó. Por lo que, el producto final va a ser un reflejo de su creador.

Con respecto al proceso de generación de ideas, a partir de la segunda mitad del siglo XIX predominó un aumento por su interés científico y se empezó a estudiar dicho proceso (Parra LaMontagne, 2017). En este aspecto se destacan los estudios realizados por Kaufmann (2004) y Amabile (1998), quienes introducen el concepto de novedad como “algo que nunca ha pasado o ha sido hecho antes” (Parra LaMontagne, 2017, p. 6). Con este concepto, es necesario “determinar cuál es el nivel mínimo de novedad para poder emplear el término creatividad, porque en el nivel más bajo podría significar sólo “diferente” y esto haría todo novedoso” (Parra LaMontagne, 2017, p. 6). Por lo que, la generación de ideas es un proceso continuo que va desde una mínima a una máxima novedad, estableciendo diferentes grados de creatividad en cuanto a su generación (Parra LaMontagne, 2017).

Por medio de la Figura 4, los autores exponen que, para que una idea de negocios sea creativa debe ser original, apropiada, útil, procesable, debe influir en algo la forma en cómo se hace un negocio, por ejemplo, mejorar un producto o servicio (Parra LaMontagne, 2017). Al mismo tiempo, la misma debe tener la capacidad para solucionar problemas, métodos, mecanismos, objetivos o formas artísticas (Parra LaMontagne, 2017).

Figura 7

Generación de Ideas



Nota: Adaptado de “El proceso Creativo y Emprendedor”, Parra Miranda (2017),

Fuente: Kaufmann (2004) y Amabile (1998).

En el proceso de generación de ideas se puede producir un “salto de creatividad”, el cual hace referencia cuando una persona o equipo desarrolla una buena idea pero su desarrollo se produce después de su estado inicial (Parra LaMontagne, 2017). Esto quiere decir que, un salto de creatividad es un criterio fundamental del pensamiento convencional, ya que lo creativo se caracteriza por apuntar a una modificación, es decir, se busca reemplazar un sistema de reglas existentes por uno nuevo (Parra LaMontagne, 2017).

La relación entre la creatividad y el emprendedurismo

A partir de lo desarrollado teóricamente y en base a lo investigado, se puede sintetizar dos relaciones importantes entre ambas variables. Por un lado, surge el concepto de creatividad emprendedora (CE). Al mismo tiempo, se puede hablar del emprendimiento creativo. En base a los autores citados, es importante recordar que la creatividad es una capacidad cognitiva, la cual implica la creación, ya sea de un producto, servicio, negocio, proyecto, entre otros. Por lo que, si asociamos la creatividad con el fenómeno del emprendedurismo, se puede decir que, la creatividad emprendedora (CE) es una capacidad cognitiva, que una persona tiene, para crear un emprendimiento en base a sus propias ideas creativas, las cuales son producto de un proceso cognitivo, e intervienen factores como la fluidez, la originalidad, la flexibilidad y la elaboración. A su vez, la misma es una característica que tienen los emprendedores, contribuyendo a la generación de ideas. Por ende, esta es una cualidad, que puede ser desarrollada.

Por lo tanto, la CE es un constructo compuesto por la creatividad del emprendedor aplicada a su emprendimiento. Por consiguiente, esta capacidad proporciona un orden en el proceso de creación del mismo, desde la generación de la idea hasta su ejecución. Es decir, la CE atraviesa todas las etapas de dicho proceso. Además, la misma se vislumbra como una de las competencias que contribuye a la sostenibilidad a largo del tiempo. Sintetizando, “la creatividad es un componente clave en la capacidad emprendedora, y que ambas cualidades se potencian mutuamente” (Alcalá Martínez & Caballero Beraun, 2024, p. 77). De esta manera, la creatividad emprendedora es el motor que da vida a los emprendimientos creativos (EC), de tal manera que estos no sólo sean exitosos en cuanto a lo económico y social, sino que, por medio de estos, se produzcan cambios significativos que permitan el crecimiento y el desarrollo de los emprendimientos, y al mismo tiempo, genere un impacto y una transformación tanto a nivel personal y profesional en los emprendedores.

En esa misma dirección, los emprendimientos generados por medio de la creatividad son considerados negocios que no son comunes y habituales dentro del mercado, por lo tanto, llaman la atención de las personas. Generalmente, muchos de los emprendimientos creativos surgen de manera inesperada y espontánea, no por necesidad, sino por medio de una pasión, realización personal, hobbies o deseos de superación. Por ende, se puede decir que el emprendimiento creativo consiste en el proceso de crear y desarrollar una empresa, negocio

o proyecto, en la cual interviene la creatividad, la innovación, entre otras competencias, y la pasión para alcanzar objetivos.

Según las autoras Laura Laura & Llamoca Blanco (2019),

“la creatividad es una capacidad que conlleva al emprendimiento y la actitud emprendedora, para aprovechar oportunidades, beneficiosas tanto para las organizaciones y los individuos. Podemos mencionar que la creatividad es la auténtica base del emprendimiento, ya que sin ella solo quedaría la imitación”. (Laura Laura & Llamoca Blanco, 2019, p. 9)

En relación a lo expuesto por las autoras, se puede agregar que el EC es un tipo de negocio que se caracteriza por la creatividad de sus emprendedores, así como por la originalidad y la marca personal de los mismos. A su vez, existen varios tipos de EC:

- El emprendimiento artístico, el cual incluye la música, el arte, el diseño, entre otros.
- El emprendimiento tecnológico abarca el desarrollo de software, apps, etc.
- El emprendimiento social, el mismo se encarga de generar resoluciones a un problema social determinado.
- El emprendimiento cultural, por medio del cual se llevan a cabo con la finalidad de promover la cultura y el patrimonio.
- El emprendimiento sostenible, permite el desarrollo sostenible y del medio ambiente.

Concluyendo, el EC es una forma de combinar la pasión y la creatividad para marcar una diferencia en la sociedad y generar valor que enriquezca a la misma. La generación del mismo va a depender de las habilidades y capacidades de los emprendedores, especialmente del grado de creatividad que tengan los mismos y de los factores sociales, políticos, culturales y económicos del contexto en el cual se desenvuelven los mismos. Consecuentemente, esta habilidad funciona como un factor clave en el desarrollo del espíritu emprendedor, influyendo de una manera positiva en la predisposición a emprender. Además, a medida que aumenta el nivel de la misma, la intención de emprender va aumentando a la par, generando emprendimientos creativos marcados por el nivel de creatividad que poseen los emprendedores.

Innovación

Por otro lado, la innovación aparece como una característica distintiva de los emprendimientos creativos, como se mencionó anteriormente. Según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española, el concepto de la misma hace referencia a la “acción y efecto de innovar” (Correa Tipán *et al*, 2019, p. 33). Por consiguiente, la innovación es un proceso abierto y dinámico, en el cual se aplican las ideas, es decir, innovar comprende la propuesta y la aplicación de nuevas ideas novedosas. Por lo tanto, la creatividad antecede a la innovación. Para innovar se necesita ser creativo. Además,

éste elemento es primordial (...) porque implica la creatividad, debido a la presencia de ideas nuevas o creativas tangible o intangible, es por esta razón que la creatividad se dice que es el inicio a la innovación de un producto, proceso, servicio, negocio exitoso. (Correa Tipán *et al*, 2019, p. 33)

Asimismo, la autora Ávila Angulo (2021) hace hincapié en el rol que asume el emprendedor en relación a esta variable. Por lo que, la misma explica que la innovación funciona como instrumento de cambio y de transformación (Ávila Angulo, 2021). Por lo que, es importante resaltar que la innovación implica llevar a la acción no sólo las ideas creativas sino también los cambios que se proponen en la marcha.

Ahora bien, el profesor J. Schumpeter (1934), incorpora una nueva perspectiva definiendo a los emprendedores como: “innovadores que buscan destruir estatus – quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios. Siguiendo este mismo paradigma Peter Drucker (1985) expresa que: “Un entrepreneur busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso”. (Ávila Angulo, 2021, p. 37)

En cuanto a esto, los emprendedores utilizan la innovación para transformar, no sólo las ideas creativas que puedan surgir, sino que tienen la capacidad de innovar en todas las áreas que comprenden el proceso de emprender. Por lo que, los emprendedores efectivos son innovadores por excelencia, ya que ponen por obra cada detalle del mismo para alcanzar los objetivos planteados. En síntesis, la innovación es fruto de la creatividad de los mismos.

Economía Creativa

De acuerdo a los autores, Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez (2024),

en las últimas décadas, la economía creativa ha adquirido un papel relativo en las discusiones sobre desarrollo económico. Howkins (2013) propone que este nuevo modelo económico podría abrir un sinfín de oportunidades para las comunidades al fomentar el empleo y la generación de valor a través de la creatividad y la cultura. (Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez, 2024, p. 1970)

En el trabajo de investigación de los autores citados, los mismos explican que este concepto nace a finales del siglo XX como consecuencia de los cambios paradigmáticos. En alusión a esto, para esa época, se produce una transformación de la estructura productiva tradicional provocada por la globalización y los avances tecnológicos referidos a la información (TICS). Australia y el Reino Unido fueron los países que iniciaron la expansión de la economía creativa hacia el resto del mundo por medio de investigaciones llevadas a cabo por “Higgs, Cunningham y Bakhshi (2008) quienes destacaron la emergencia y reconocimiento de las industrias creativas” (Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez, 2024, p. 1971).

Este tipo de economía consiste en “el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual” (Quispe Humpire & González Álvarez, 2021, p. 71). Asimismo, los autores citados anteriormente, sostienen que la misma abarca sectores como la publicidad, el diseño, la moda, la arquitectura, entre otros. (p. 1970), y que

“en el corazón de la economía creativa reside la idea de que la creatividad humana es la principal generadora de valor económico y social (UNCTAD, 2010)” (Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez, 2024, p. 1970). En este sentido, este concepto es importante para entender cómo funciona este tipo de industria y qué es lo que los emprendedores deben considerar a la hora de llevar adelante sus ideas creativas. Para dichos autores, “la economía creativa y las industrias culturales se sustentan en la idea de que la cultura y la creatividad son fuentes de valor y riqueza” (Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez, 2024, p. 1970). Bajo esa misma línea,

según Buitrago y Duque (2013), tanto la economía creativa como las industrias culturales, en un constructo de economía naranja han demostrado ser resilientes ante las crisis económicas, mostrando un potencial de crecimiento incluso en tiempos de recesión, lo que resalta en su rol como estabilizadores y como generadores de empleo. (Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez, 2024, p. 1970)

Por ende, resulta importante “desarrollar estrategias inclusivas y accesibles que permitan a un espectro más amplio de la población beneficiarse de las oportunidades que ofrece la economía creativa” (Alcudia de la Fuente & Méndez Ramírez, 2024, p. 1982). Por lo tanto, la misma es generadora e impulsora de emprendimientos creativos, la cual contribuye al desarrollo económico y a la prosperidad. Por último, los emprendedores creativos, a la hora de crear, deben tener los conocimientos necesarios sobre los derechos de autor, para evitar que sus ideas, obras y creaciones sean copiadas y/o hurtadas. Por lo que, es fundamental tener en cuenta que las creaciones son propiedades de sus autores, y éstas deben ser protegidas. En síntesis, el emprendedor creativo es un autor, el cual tiene derechos y debe tener conocimiento con respecto al tema para evitar futuros conflictos.

CAPÍTULO 3. Metodología

En virtud de los objetivos propuestos, se utilizó para alcanzarlos una metodología cualitativa, ya que se buscó comprender mejor el fenómeno estudiado no sólo a partir de la revisión de la literatura, sino también desde las múltiples perspectivas de los emprendedores participantes del programa Rafaela Emprende. “Adicionalmente, facilita el aprendizaje de culturas diversas y provee al investigador de diferentes representaciones para explorar el conocimiento y la forma en que los colaboradores comparten sus experiencias” (Piza Burgos *et al.*, 2019, p. 456). A su vez, el enfoque cualitativo brinda una visión global del tema investigado de una manera más compleja y profunda. Al mismo tiempo, permite que se lo interprete y analice desde el punto de vista del investigador.

Por otro lado, el alcance de la investigación es de carácter explicativo, ya que se buscó explicar el impacto que tiene la creatividad en la creación y la continuidad de los emprendimientos y cómo los planes de capacitación del programa influyen en los procesos de creatividad en los emprendedores. Por lo que, la población estudiada estuvo conformada por todos los emprendedores jóvenes, que participaron del programa Rafaela Emprende, siendo la unidad de análisis y se realizó una muestra probabilística.

Con respecto a la obtención de la información, se utilizó fuentes primarias, como entrevistas semi-estructuradas y el Test de Usos Alternativos de Guilford (1967), de manera diacrónica, por medio de encuentros presenciales. Primeramente, se obtuvo una lista de doce emprendedores que participaron del programa, por medio de e-mail, facilitada por una de las coordinadoras del programa Rafaela Emprende, de los cuales seis accedieron a ser entrevistados. Luego, se los contactó vía WhatsApp para coordinar el encuentro presencial. Por otro lado, se estableció contacto con otros cuatro emprendedores, por la misma vía para realizar sólo las mediciones del respectivo test con la finalidad de establecer diferencias en cuanto a la creatividad con los emprendedores que participaron del programa. La incorporación de emprendedores que no realizaron la capacitación por medio del programa de referencia tuvo la finalidad de observar el funcionamiento del mismo sin el sesgo que podía tener, luego de la realización de las entrevistas, que actuaba como referencia inmediata para el test, ya que podía distorsionar algo las respuestas del mismo. Por otra parte, se lo utilizó porque representa una herramienta valiosa para medir y evaluar la creatividad. Los resultados del mismo se interpretaron en base a las cuatro variables: fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración.

Con respecto al análisis de las entrevistas, después del proceso de transcripción, se procedió a la sistematización de los testimonios de los emprendedores en las entrevistas. Para llevar a cabo el mismo, se confeccionó dos matrices cualitativas, con el fin de abordar a conclusiones y reflexiones finales, estableciendo vínculos entre la información recolectada con el marco teórico.

CAPÍTULO 4. Resultados

El emprendedurismo, en la ciudad de Rafaela, es un fenómeno que se puede visualizar, desde hace años, ya que la misma se caracteriza por tener un espíritu y una cultura emprendedora. Un ejemplo de esto es el entramado productivo que se encuentra en la ciudad, específicamente en el Parque de Actividades Económicas de Rafaela (PAER). Por otro lado, Rafaela se caracteriza por contar con actores e instituciones importantes que conforman el ecosistema emprendedor como el Centro Comercial e Industrial de Rafaela y la Región (CCIRR). Por medio de mentorías, la red de emprendedores y actividades puntuales, el emprendedurismo se mantiene actualizado y sigue creciendo. Por otra parte, se encuentra la Agencia de Desarrollo y de Innovación de Rafaela (ACDICAR), que es una asociación civil, la cual implementa proyectos de desarrollo territorial a partir de la colaboración entre entidades públicas y privadas de la ciudad y ha desarrollado programas de asistencia técnica para PyMES y emprendedores de la región. Además, la agencia impulsa el crecimiento de la región favoreciendo la productividad y la competitividad de las empresas, mediante la ejecución de programas provenientes de entidades bancarias de desarrollo, y de organismos internacionales, nacionales, provinciales y municipales.

Dentro de este entramado empresarial, Rafaela Emprende representa un programa importante que fomenta la cultura emprendedora. Esto se ve reflejado en las entrevistas realizadas, ya que se puede constatar que los emprendedores tienen un espíritu emprendedor característico, y por ende, cada emprendimiento tiene su sello y marca distintiva. En este

contexto, se realizaron entrevistas a diez emprendedores de la ciudad de Rafaela, de los cuales, seis de ellos participaron del programa Rafaela Emprende. Los restantes cuatro son jóvenes de la ciudad que tienen sus propios emprendimientos pero nunca participaron de dicho programa. De estas entrevistas, se desprenden una serie de resultados, los cuales se asocian a las variables estudiadas en dicha investigación. La entrevista constó de dos partes. En la primera, se realizaron preguntas semi-estructuradas asociadas al emprendedurismo, su participación en el programa, las herramientas que éste les brindó y sobre la creatividad. Luego, se procedió a llevar a cabo una serie de ejercicios y preguntas con la finalidad de medir la misma en los emprendedores, por medio del Test de Usos Alternativos de Guilford (1967). Por lo que, los resultados encontrados se presentarán en dos partes. Por un lado, sobre el programa y el emprendedurismo, y por otro lado, acerca de la creatividad.

En el cuadro elaborado, se exponen la totalidad de emprendedores participantes de la investigación. Del 1 al 6, corresponden a los que participaron del programa Rafaela emprende y que han sido entrevistados y a los cuales también se les aplicó el test. Del 7 al 10 son emprendedores jóvenes de la ciudad de Rafaela, a los cuáles solo se les hizo el test”

Tabla 4

Cantidad y edad de los emprendedores entrevistados

Nro.	Emprendedores participantes del estudio	Edad	Rubro del emprendimiento
1	Jésica	33	Diseño (gráfico)
2	Joaquín	26	Comercio (heladería)
3	Cecilia	27	Diseño (sublimados)
4	Imanol	25	Comercio (heladería)
5	Ignacio	26	Comercio (gastronomía)
6	Williams	27	Diseño (muebles industriales)
7	Cecilia A	28	Estética (Belleza Integral)
8	Priscila	24	Comercio (Gastronomía)
9	Erica	44	Comercio (Pastelería Artesanal)
10	Florencia	22	Estética (Belleza Integral)

Nota: Elaboración propia

Resultados sobre el emprendedurismo

A partir de la información recolectada de las entrevistas, de la totalidad de los emprendedores participantes del programa, sus emprendimientos representan su actividad primaria de trabajo, es decir, es su única fuente de ingresos. Por otra parte, es importante

resaltar que, dos de los emprendimientos son unipersonales, dos son familiares con más de tres personas a cargo y, por último, uno está a cargo de dos personas.

“Yo estaba cómodo en mi trabajo. Pero siempre quise tener algo mío. Entonces, quise ser yo el que tomaba las decisiones. Quería ser yo como organizaba mi trabajo. Y quien daba las órdenes. Pero, una idea fija, así, de decir, yo quiero dedicarme a hacer muebles de estilo industrial, no, fue surgiendo, me fue llevando el ritmo de trabajo y eso. Las necesidades, las necesidades con las que llegaban los clientes. Y después fui investigando, eran cosas que me gustaban hacer y eso fue lo que llevó a decidirme”. (Williams)

En base a esto, la decisión de emprender impactó de manera beneficiosa no sólo para el crecimiento en su economía sino también como desarrollo y crecimiento personal. Además, emprender permitió que, la mayoría de los emprendedores, dejen de depender de un trabajo en relación de dependencia para pasar a independizarse, tanto económica como profesionalmente. Por lo que, es importante destacar que la mayoría de los entrevistados se encontraban trabajando bajo relación de dependencia antes de tener sus respectivos emprendimientos. Al ver que, realmente funcionaba, dejaron por completo sus trabajos anteriores y se metieron de lleno con los mismos, tal es el caso de la heladería, la cual, hoy en día cuenta con tres sucursales en Rafaela y tiene empleados.

“Ya hace desde el 2017 que arrancamos con la heladería. Arrancaron mis viejos, ya hace varios años que arrancamos con la heladería. Unos 7 años, casi. Es una empresa familiar, exactamente. Vimos que, bueno, yo estuve dos años en Limansky y vimos que ya se necesitaban y contratamos gente. Mis viejos no daban abasto con el tema de la elaboración y de venir y atender”. (Joaquin)

Con respecto a este, al ser un emprendimiento familiar, uno de los emprendedores decidió hacer la práctica profesionalizante de su carrera en la heladería. Además de su participación en el programa Rafaela Emprende, tuvieron que llevar adelante cursos específicos de especialización en cuanto a elaboración y producción.

“Básicamente, yo al principio, cuando empezaron ellos, yo estaba en el secundario todavía y lo hice como una práctica profesionalizante. Yo, en ese momento, yo la hice en la heladería porque era mío. Para emprender, te sirve ir a un solo lugar. Te sirve para tratar gente, a hacer cosas, a hablar.” (Imanol)

La decisión de emprender se relaciona con lo expuesto por Romero Parra *et al.* (2022) en cuanto a la definición del emprendimiento, ya que los emprendedores tomaron una decisión de independizarse, lo cual conllevó una transformación en su forma de trabajar y en su estilo de vida, en dónde pasaron de ser empleados a ser empleadores. La motivación y las aspiraciones personales son los factores más importantes, que los llevaron a emprender, tal

como lo plantea la definición brindada por el GEM, en el artículo de los autores Agüero Corzo y Dávila Morán.

“Emprendes porque, yo creo que, vos naces emprendedor ya. Por más que uno venga una familia emprendedora, digamos, obviamente, siempre surgen las ideas pero el fin nuestro, siempre fue trabajar para nosotros. Y siempre nos motivó eso. Uno de mis socios todavía trabaja, otro no, otro ya vivimos los dos de los negocios, como que no se anima todavía, pero este año en realidad iba a dejar de trabajar, pero no, bueno, por los problemas económicos que cuando empezó el año surgieron, no se animó, no tomó la decisión de dejar, pero nosotros tres vivimos y fue uno de los motivos que nos motivó a empezar, digamos, vivir de lo que nos gusta hacer, vivir, de trabajar solamente para nosotros.” (Ignacio)

Por otro lado, otro resultado que se encontró fueron las motivaciones que tuvieron al momento de participar del programa. La curiosidad, la falta de conocimientos y la red de contactos de dicho programa fueron las principales motivaciones de la mayoría de los emprendedores entrevistados. Es importante aclarar que, los mismos ya tenían sus emprendimientos en marcha antes de participar en dicho programa.

“Primero nos habíamos enterado que estaba el Rafaela Emprende. Sabíamos de algunos emprendedores que también habían arrancado como nosotros, que la habían hecho. Y bueno, a ver qué podemos hacer. Nos anotamos básicamente para ver qué tal era. Por curiosidad y por el tema de decir, nosotros no sabemos todo, esto de emprender realmente es nuevo, nunca. No venimos de familia de emprendedores, ni mucho menos. Hay muchas cosas que no sabemos y nos gustaría ver. Esto nos falta, acá estamos flojos en este punto. Empecemos esto a ver en qué nos pueden ayudar y aprender esas cosas que realmente nos hacen falta y aplicarlo en nuestro emprendimiento.” (Joaquín)

Además, el anhelo de expansión y crecimiento, con el objetivo de abarcar más en el mercado, ampliar la red de contactos fueron puntos clave para tomar la decisión de involucrarse en el Rafaela Emprende. En el caso de una emprendedora de diseños de sublimados, el programa funcionó como un “catalizador para su salud mental”.

“La motivación fue para expandir y hacer crecer el negocio, abarcar otras cosas, otras áreas, ampliar la red de contactos. También fue un catalizador para mi salud mental y para expandir conocimiento en cuanto a herramientas que antes no contaba.” (Cecilia)

Por lo tanto, las distintas motivaciones que permitieron a los emprendedores participar en dicho programa se exponen en la Tabla 4. Los resultados mostraron que, la motivación es un aspecto principal del emprendedurismo, tal como Silva Oliveira (2014) lo plantea, ya que esta es indispensable para emprender y está medida por el esfuerzo del trabajo, por las

acciones llevadas a cabo. Estas motivaciones fueron muy positivas para sus respectivos emprendimientos porque estas permitieron que tomaran la decisión de formar parte del programa.

Tabla 5

Principales motivaciones que impulsaron a los emprendedores a participar en el programa Rafaela Emprende

Motivaciones	Emprendedor
<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidad • Solución de problemas 	1
<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidad • Falta de conocimientos • Aprender 	2
<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidad • Expansión • Crecimiento • Ampliar la red de contactos • Expandir conocimientos 	3
<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de enfoque • Abrir la mente • Falta de herramientas (marketing) • Red de contactos 	4
<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidad • Falta de herramientas • Necesidad de organizar el negocio 	5
<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidad • Interés personal 	6

Nota: Elaboración propia

Por otra parte, en relación a la clasificación de los emprendimientos, se puede evidenciar que, dos de los emprendimientos nacieron por una necesidad económica. En cambio, tres de los mismos son emprendimientos por oportunidad, es decir, los emprendedores entrevistados deciden iniciar una empresa y se arriesgan a emprender, aún teniendo otras posibilidades laborales, ven el mismo como oportunidad para hacer crecer sus ideas y transformarlas en un canal para crecer económicamente.

“No, yo creo que nació más que nada por una necesidad, que fue la de hacer algo por nuestra cuenta, de estar cansado de depender. De 20 años de trabajar en un comercio, de 20 años de trabajar en fábrica, de estar cansado de ese tipo de cosas.

Pero más que nada, pues creo que la necesidad. La necesidad de arrancar algo, de hacer algo para uno mismo.” (Joaquín)

“Surgió más que de una idea, de una necesidad. Acá ya había alguien que hacía eso (...) Es una competencia fuerte hoy. Vimos una necesidad que la competencia no la estaba cubriendo, y nosotros nos metimos en eso, en esa parte de la necesidad. Y ahí empezamos a crecer. Sobre una necesidad, que era llevarle bebidas a la gente cuando no podía salir de la casa.” (Ignacio)

“Esto es un proyecto, Sublimix quiero que crezca. Yo quiero abarcar más cosas, quiero que evolucione porque, por ahí, no se queda el mismo rubro, por ahí evoluciona pero es para mí y para mi futuro, no es para otros. Entonces, es como una pregunta que puede ser respondida en forma muy corta. No quería estar en situación de dependencia, quería trabajar para mí, quería no renegar con nadie.”(Cecilia)

De esta manera, el tipo de emprendimiento creativo que se destaca en las entrevistas, es el artístico, en dónde el diseño predomina. A su vez, éste se desenvuelve dentro de una economía creativa, tal como plantea Quispe Humpire y González Álvarez (2021), en donde las ideas se transforman en productos y servicios culturales y creativos. Por lo que, estas actividades, que se llevan a cabo en los emprendimientos se realizan dentro de la economía creativa, la cual representa un motor de crecimiento económico y desarrollo sostenible. Además, el sector gráfico, al cual pertenecen estos emprendimientos, genera valor, por medio de la creación de ideas y productos innovadores.

Por otro lado, la creatividad emprendedora es una característica que forma parte del perfil del emprendedor creativo. Sin embargo, la creatividad no es la única competencia que el emprendedor utiliza para poder emprender, ya que existen emprendedores que no tienen la habilidad de crear y tienen emprendimientos que no son creativos, pero funcionan dentro del mercado, tal es el caso de las franquicias. En la Tabla 6 se muestra un cuadro con las competencias, habilidades, conocimientos que los emprendedores entrevistados consideran que son necesarios para emprender.

Tabla 6

Competencias, conocimientos y habilidades de los participantes del Rafaela Emprande

Competencias/conocimientos/habilidades necesarias para emprender	Emprendedor
<ul style="list-style-type: none"> • Ganas de trabajar • Hacer sacrificios • Esfuerzo • Conocimientos de números 	1

<ul style="list-style-type: none"> • Perseverancia • Creatividad • Responsabilidad 	
<ul style="list-style-type: none"> • Cautela • Tomar riesgos • Perseverancia • Trabajo en equipo 	2
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad • Insistencia • Perseverancia • Constancia • Autodidacta • Capacidad de atención 	3
<ul style="list-style-type: none"> • Constancia • Perseverancia • Capacidad de aprendizaje • Adaptación a los cambios • Creatividad • Capacidad de Enfoque 	4
<ul style="list-style-type: none"> • Constancia • Paciencia • Resiliencia • Creatividad 	5
<ul style="list-style-type: none"> • Paciencia • Innovación • Creatividad • Capacidad para invertir • Constancia 	6

Nota: Elaboración propia

A partir del cuadro expuesto, se puede visualizar que la perseverancia, la constancia, la resiliencia y la creatividad son las competencias que se consideran necesarias por los emprendedores entrevistados, las cuales determinan el perfil de los mismos. En relación a esto, el autor Silva (2008) sostiene que la creatividad es una habilidad que impulsa la perseverancia junto a otras competencias, como la iniciativa y la necesidad de logro. Perseverar significa mantenerse constante en la prosecución de lo comenzado. Una persona perseverante se caracteriza por saber perseguir sus objetivos con tesón y dedicación, acabar lo que ha empezado, mantener la concentración, trabajar con constancia y volver a intentar mejorando el método si fracasa. Por lo que, es necesaria la creatividad para poder perseverar. A su vez, ambas contribuyen en gran manera a que los emprendimientos puedan permanecer a lo largo del tiempo. Peiretti (2013) plantea que estas son cualidades emprendedoras, las

cuales constituyen un factor que influyen sobre la creación y el desarrollo de las empresas. Y ésta va a estar influenciada por el sistema educativo, el ambiente y la cultura.

Por otra parte, otro elemento encontrado en las entrevistas, relacionado con el perfil, es la visión que tiene el emprendedor a la hora de proyectar su emprendimiento, permitiendo así trazar un norte. Siendo esta un componente esencial, ya que direcciona al emprendedor hacia la consecución de sus objetivos. Además, esta abarca, de una manera integral, completa y homogénea el propósito que tiene el emprendedor, tal como lo sostiene Romero Parra *et al.* (2022).

“Tenés que saber qué es lo que querés también. Tener un objetivo, trabajar por algo. Tener una meta. Tener algo por qué levantarte. Pero sí, no sé cuántas cosas más podría mencionarte, pero para mí esas son las principales. Tenés que saber, o sea, tener un norte y no bajar los brazos. Después le vas a encontrar la vuelta a todo. Ahí va a surgir la creatividad, ahí vas a aprender a hablar, porque cuando tenés que salir a vender lo que vos haces, ya sea un producto o un servicio, una vez que te convenciste vos y sabes lo que tenés para ofrecer, ahí después te surgen un montón de otras cosas. Pero antes tenés que saber para qué.” (Williams)

Por otro lado, en relación a las competencias que los emprendedores necesitan para emprender, se puede evidenciar que, la toma de riesgo y el esfuerzo son dos características asociadas al perfil de los emprendedores entrevistados. Por medio de la definición que brinda Parker (2003) acerca del concepto del emprendedurismo en el artículo de Silva Oliveira (2014), estas dos características son aspectos principales de este, ya que las acciones constantes que realizan son a base de esfuerzo, en medio de un contexto incierto en dónde los mismos toman decisiones y se arriesgan para llevar adelante sus emprendimientos.

Otro aspecto importante relacionado a los resultados encontrados en las entrevistas es el apoyo de la red de emprendedores con la que cuentan los mismos. Una vez que ingresan al programa, aún finalizado su participación en el mismo, esa red sigue existiendo, la cual representa el ecosistema en el que se desenvuelven los emprendedores. En este aspecto, el programa es clave para fomentar los vínculos en la ciudad y en la región.

“Puntualmente, era como un empujón anímico más que alguna herramienta específica sobre cómo encarar, porque. La parte contable un poco no me la sé, pero tenía una idea, tenía quién me asesore y demás. Sobre todo, lo que más me generaba era, a cada clase que iba, a cada encuentro que teníamos, te daba un empujón anímico que lo necesitabas. Por ahí porque escuchabas un poco la realidad de los otros emprendedores, te comparabas con la tuya, visualizabas un poco también en base a lo que te decían, o estás escuchando la experiencia de algún otro emprendedor. Y de ahí vas tomando algunas herramientas o vas tomando conceptos o consejos de los otros, sin quitarle importancia a las cátedra que te brinda Rafaela Emprende, porque también después de, por ejemplo, una herramienta que te brinda, que te acerca, nadie hace el contacto. Hacen el nexo

entre el emprendedor y el centro comercial, por ejemplo, que ahí tenés también otra escuelita más que está muy buena.” (Williams)

“Te enseñan todo eso y también te dan como la fortaleza de seguir, de no parar, de no pararte. Te dan muchos contactos, siempre te dan contactos de acá para allá, te hablan sobre otras opciones que hay en Rafaela, de otros rubros, de ferias. La red de emprendedor, también.” (Cecilia)

De este modo, el ecosistema emprendedor se convierte en un aspecto esencial para que los emprendimientos puedan crecer y sostenerse a lo largo del tiempo. La interacción con otros actores importantes de la ciudad de Rafaela, como el CCIRR, ACDICAR, las distintas instituciones educativas y empresas contribuyen, de manera positiva, el desarrollo económico y social, y a la supervivencia dentro del mercado. En este sentido, Marín Cardona y Cuartas Torres (2022) sostiene que los ecosistemas propician el crecimiento económico, la innovación y el crecimiento de los pequeños negocios. A su vez, este autor plantea que las interacciones con otros actores generan riqueza y prosperidad. En este sentido, la Municipalidad de Rafaela, por medio del programa Rafaela Emprende, representa un espacio social relacional, en dónde se desenvuelven las relaciones del trabajo entre los emprendedores con los distintos actores, durante el programa. Por lo tanto, las acciones y las herramientas que brinda el mismo son importantes, no sólo para llevar a cabo el emprendimiento y su correcto funcionamiento, sino para mantener los vínculos a largo plazo.

De esta manera, las distintas herramientas brindadas en dicho programa, el plan de capacitación, las tutorías, la asistencia técnicas, las mentorías, el financiamiento contribuye, en gran manera, en la formación de los emprendedores y en el desarrollo de sus emprendimientos, las cuales se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7

Temas y herramientas del plan de capacitación del programa Rafaela Emprende

Herramientas brindadas en el plan de capacitación	Emprendedor
<ul style="list-style-type: none"> • Costos • Aspectos legales, impositivos • Investigación de mercado • FODA • Red de emprendedores 	1
<ul style="list-style-type: none"> • Cómo organizar y enfocar el negocio • Imagen del negocio • Marketing Digital 	2
<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Marketing digital • Costos 	3

<ul style="list-style-type: none"> • Formación de precios • Red de emprendedores 	
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas • Experiencias de otros emprendedores • Consejos • Red de emprendedores 	4
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño • Costos y Finanzas 	5
<ul style="list-style-type: none"> • Red de emprendedores • Diseño • Costos • Ganancias • Administración • Organización • Producción 	6

Nota: Elaboración propia

Por otra parte, en el artículo “El desarrollo emprendedor como política del territorio. El caso de Rafaela Emprende”, Peiretti (2013) explica que, el programa impulsa el emprendedurismo en la ciudad, articulando y promoviendo el desarrollo de ecosistemas de apoyo masivo a emprendimientos con la premisa de formar emprendedores éticos, innovadores y con potencial de crecimiento. Por medio de las distintas herramientas que brinda el programa, el programa orienta a los emprendedores y los anima a romper con las barreras y las limitaciones que, muchas veces obstaculizan el crecimiento, apuntando a que éstos sean ejemplos para otros, incentivando la innovación, tomando riesgos y así generar un crecimiento económico sostenible.

Un resultado importante y significativo, producto de esta investigación es que, la articulación de un ecosistema emprendedor es condición clave para el desarrollo económico, no sólo para los emprendedores, sino para toda la sociedad, ya que este permite la generación de empleo. Por lo tanto, la Municipalidad de Rafaela representa una pieza clave para la creación de emprendimientos exitosos por medio de una asistencia integral, permitiendo la adquisición de conocimientos y competencias necesarias, vinculando los mismos con diversas fuentes de financiamiento y funcionando como nexo entre los diferentes actores, tanto de Rafaela como de la región.

Resultados de la creatividad

Con respecto a los resultados sobre la creatividad, se obtuvieron en relación a los emprendimientos y a la importancia que tiene la misma para que estos tengan éxito. Por otro lado, se muestran resultados de la variable estudiada asociada al plan de capacitación que recibieron los emprendedores durante el programa.

En primer lugar, la creatividad está presente en todos los procesos que se llevan a cabo en los emprendimientos, desde la elaboración o fabricación de un producto hasta en las

maneras de vender el mismo. En este sentido, un resultado hallado es que, la persona va a trabajar más la creatividad cuando la misma se encuentra ante un problema que no puede solucionar, o cuando faltan recursos ante una situación determinada. Por ejemplo, en un emprendimiento puede ocurrir que no se puede conseguir una determinada herramienta para una tarea específica. Por lo que, ante ese faltante, el emprendedor va a solucionar el problema, buscando otra herramienta que la sustituya. Por lo que, va a iniciar un proceso mental para la resolución de ese conflicto, impulsando la creatividad.

“La creatividad está en todo el proceso. Uno es creativo de por sí. Como te digo, para mí, cuando te faltan recursos, cuando más creativo sos. Si estás en un monte y necesitas atar algo y no tenés una soga, y vas a buscar una liana, una enredadera, si ves, entre algo vas a buscar. Cuando no tenés los recursos necesarios para crear o para solucionar un problema, ahí surge la creatividad. Está en todos los momentos, solamente tenés que alimentarla, ponerte a prueba. Te tiene que faltar algo. Tenés que tener ambición por querer hacer algo. Y ahí es donde más vas a explotar tu creatividad.” (Williams)

Por consiguiente, los problemas y la falta de recursos, en el emprendedurismo, impulsan a los emprendedores a pensar de una manera divergente para solucionar los problemas que se les pueden presentar. Por ende, estos factores obligan, en cierta manera, a que los mismos sean creativos a la hora de buscar soluciones. Por otro lado, según los emprendedores entrevistados, la creatividad es primordial para que los emprendimientos tengan éxito pero no es el único factor que influye sobre éste.

“Sí, pero no es lo único. Son muchos factores. No solamente es ser creativo. Porque se puede tener mucho éxito sin ser creativo.” (Cecilia)

“Sí, por supuesto. Esto que te nombré hoy, que son productos de moda, después tenés que ser creativo para reinventarte cuando esto ya no se venda. Te tenés que reinventar todo el tiempo en realidad. Pero sí, tenés que ser creativo para poder tener éxito. Tenés un montón de otros factores socioeconómicos. Pero tenés que ser creativo, versátil, para poder afrontar todos los otros condicionante con los que te vas a encontrar al momento de querer crecer. Si querés tener éxito, tenés que acomodarte para todos lados, porque acá somos tan ciclotímicos que tenemos cambios permanentemente.” (Williams)

La generación de los emprendimientos no sólo depende de las habilidades y capacidades de los emprendedores, sino también del grado de creatividad que tengan éstos y de los factores sociales, políticos, culturales y económicos del contexto en el cual se desenvuelven los mismos. Por lo que, el contexto representa un factor que influye sobre el éxito de los emprendimientos. Otro resultado encontrado relacionado a lo expuesto anteriormente, es que la creatividad es importante para que el emprendimiento tenga éxito, dependiendo del tipo de emprendimiento y de su rubro. Por ejemplo, en uno de ellos, que se

dedica al diseño, esta habilidad es importante, ya que la misma es necesaria para que los productos sean creativos y originales. Por lo que, esta capacidad no está presente en emprendimientos por necesidad, sino que se puede encontrar en los creativos, como el artístico. En los casos entrevistados, solo tres pertenecen a esta categoría. Siendo esta una cualidad que impulsa la creación de los mismos, permite que las ideas se transformen en productos o negocios creativos, por lo que, esta es un elemento primordial para la generación de ideas.

“Por lo menos en este sí. Porque es lo que te decía antes. Yo trabajo con eso. Yo trabajo con la creatividad. Con el que me mandes un, che, necesito hacer tal cosa. Le hago el cumpleaños a mi nene de Frozen, a mi nena, ¿qué puedo hacer? Entonces bueno, tenés estos stickers, tenés esta cosita, esta sorpresita, esta... Y tratar de que no sea todo igual.” (Jésica)

En este sentido, en el emprendimiento creativo, la creatividad es imprescindible, ya que sin ella, los mismos no tendrían esta característica. Por lo que, esta variable es la base en la que se construyen estos tipos de emprendimientos. Según Correa Tipán (2019), la creatividad en el ámbito empresarial cobra sentido cuando los productos, procesos o servicios se distinguen de la competencia. Además, la creatividad es el inicio a la innovación de un negocio exitoso. Por lo tanto, ambas se complementan y contribuyen al éxito del mismo.

Otro punto a considerar, con respecto al programa Rafaela Emprende, la creatividad estuvo presente de una manera implícita, es decir, los emprendedores evidenciaron que ésta estuvo presente en los talleres de diseño y marketing. Sin embargo, el programa no aborda la creatividad ni brinda herramientas, técnicas o métodos para desarrollarla.

“Yo sé que hubo determinados talleres que, capaz ni me acuerdo los nombres justamente por eso, en donde faltó creatividad en cuanto a ejemplos, y por eso no me acuerdo. O traen ejemplos de, ya ni siquiera te digo emprendimientos. Traen ejemplos de agentes comerciales enormes y vos decís, basta. Está muy bueno para la inspiración.” (Cecilia)

Dentro de dicho programa, el plan de capacitación está formado por módulos, en los cuales se explican temas referidos al autodiagnóstico del emprendedor, plan de negocios, costos y finanzas, marketing aplicado a emprendimientos, formación de precios y estrategias de ventas, programación de la producción y mejora de la calidad. Por ende, dicho plan de capacitación está diseñado para abordar los temas más comunes e importantes para cualquier tipo de emprendimiento. La necesidad de abordar la creatividad va a depender del rubro al cual pertenecen los emprendimientos que participan del programa, de las necesidades detectados por los tutores en el diagnóstico inicial o por petición de los emprendedores. En este sentido, la totalidad de los emprendedores entrevistados consideran que es necesario abordar la creatividad en dicho plan.

“Sí, claro que es importante. Es importante porque, como te digo, al ser creativo, se te abren un montón de otras oportunidades en el negocio, dentro del negocio. Y

te ayuda, capaz, a abordar muchísimo mejor las cosas. Tanto experiencia con el cliente, con el cliente face to face, con el cliente a través de redes sociales, de presentación de productos. La creatividad es lo más importante.”(Ignacio)

“Sí, sí, por favor. Por lo menos, dar herramientas de cómo trabajarla más, cómo desarrollarla. Muy poca en el programa.” (Joaquin)

“Si, considero que es importantísimo darle más lugar. Algunos emprendimientos eran del mismo rubro. Eso puede ayudar a que cada uno busque un enfoque distinto para las mejoras de sus productos y así poder abordar también distintos clientes.” (Jesica)

En esa misma dirección, se puede decir que, el plan de capacitación no influyó en la creatividad para emprender en los emprendedores entrevistados, ya que los temas que se abordan en el mismo son necesarios e importantes pero no se aborda la misma como parte de un módulo específico. Sin embargo, dicho plan brinda herramientas y conocimientos que ayudan a la consecución de los objetivos del emprendimiento o para aspectos puntuales, por ejemplo, cómo manejar las redes sociales.

“Incluso, han surgido nuevos negocios dentro del negocio, lo que era la venta mayorista, lo que era alquiler de chopera, eso surgió todo después del Rafaela Emprende, donde, obviamente, se abren un abanico de cosas. O sea, vos, al capacitarte más, se te abre más la cabeza, se te abre más la mente, y obviamente, dentro de un negocio se abre un montón de ramas.” (Ignacio)

“Por ejemplo, a mí me ayudó mucho con las redes sociales, pero las redes sociales de trabajo no me las tomaba tan en serio, o no sabía bien cómo manejarlas, entonces yo, por ejemplo, hasta el día de hoy, si tengo que subir algo, si tengo que sacar fotos, si voy a hacer una historia, siempre me acuerdo mucho de los talleres acá, de redes sociales que tuvimos. Las decisiones, ese tipo de decisiones también, es como que mejor de esto lo charlamos, qué opciones habíamos dado, qué ejemplo, cómo se hizo, no todos los ejemplos funcionan, de vuelta, uno tiene su rubro. Hay muchos ejemplos que, capaz no aplican a vos, viste, hay emprendimientos y emprendimientos.” (Cecilia)

Por consiguiente, las herramientas y los conocimientos brindados en el plan permiten crear y descubrir nueva información que, a su vez, contribuye no sólo a la consecución de los objetivos de los emprendedores, sino que les permite que sus emprendimientos puedan crecer económicamente y permanecer en el mercado. Las funciones empresariales que cumplen los emprendedores permiten transformar su presente y esto se ve reflejado en las decisiones que estos tomaron a la hora de participar en el programa.

Otro resultado significativo encontrado es la relación que existe entre la corriente gerencial, según Chu (1998) - Kruger (2004) y la creatividad emprendedora, ya que esta

corriente se basa en las habilidades que deben desarrollar los emprendedores para una gestión empresarial y para poder crecer. A su vez, esta corriente estudia cómo los emprendedores deben comportarse, es decir, la creatividad emprendedora y la innovación son habilidades necesarias que los emprendedores deben incrementar para que sus emprendimientos puedan crecer, sostenerse y permanecer a lo largo del tiempo. Por lo tanto, el crecimiento de los emprendimientos depende de las habilidades que tengan los emprendedores.

Resultados del Test de Usos Alternativos de Guilford (1967)

Con respecto a la interpretación de los resultados del test realizado en los emprendedores jóvenes, se tomó en cuenta la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración de las respuestas, las cuales, en su conjunto, forman parte del pensamiento divergente estudiado por Guilford (1967), y a su vez, estas permiten medir el nivel de creatividad. Para analizar dichos resultados, se decide hacerlo por separado, ya que cada variable presenta un significado y análisis distinto. Para ello, se propone crear una escala para las variables fluidez y flexibilidad con el objetivo de evaluar las respuestas de los emprendedores de manera objetiva y consistente, ya que al ser las mismas cuantificables, se busca analizar los resultados con mayor precisión. No obstante, es importante aclarar que, al ser el enfoque de la investigación cualitativa, se toma como punto de referencia estos tres niveles para determinar los resultados finales. En la tabla 8 y 9, se muestra ambas escalas con los distintos niveles para medir las variables citadas (bajo, medio, alto) con sus respectivas puntuaciones:

Tabla 8

Nivel de medición: fluidez

Niveles	Escala numérica
1: BAJO	0 < 25
2: MEDIO	26 < 50
3: ALTO	51 < 75+

Nota: elaboración propia

Tabla 9

Nivel de medición: flexibilidad

Niveles	Escala numérica
1: BAJO	0 < 5
2: MEDIO	6 < 10
3: ALTO	11 < 15+

Nota: elaboración propia

Fluidez

En primer lugar, “la fluidez se define como la capacidad de producir una gran cantidad de palabras, ideas, asociaciones, frases o expresiones” (Laime Pérez, 2005, p. 36). A su vez, esta puede ser verbal, ideacional, de asociación y de expresión. En este caso, se analizará la verbal y de asociación.

La fluidez verbal es entendida como la facultad para formar palabras a partir de determinadas letras o combinaciones de letras. Este tipo de fluidez se mide por test que requieren como respuesta una secuencia coherente de palabras, las cuales no han de formar frases completas. (Láime Pérez, 2005, p. 36)

Este tipo de fluidez es conocida como la famosa “lluvia de ideas”. A su vez, según los autores Romero *et al.* (2019), la fluidez verbal puede ser semántica, por ejemplo, nombres de animales, fonológicas (palabras que comienzan con una letra inicial como la “P”), gramaticales, como los verbos, o combinadas, es decir, pueden ser nombres propios que finalicen con la letra A (p. 31). En cambio, la de asociación, como lo dice la palabra, permite generar ideas asociadas al proceso cognitivo propio de la persona, es decir, las respuestas brindadas se relacionan con el pensamiento divergente. En este caso, en los ejercicios propuestos, se evidencia esta última y la verbal de tipo fonológica.

Para analizar la fluidez, se toma en cuenta el cuadro elaborado, en el cual se establece que, de 0 a 25 respuestas corresponde a un nivel bajo de fluidez, mientras que de 26 a 50, un nivel medio. En cambio, entre 51 y 75 o más, hace referencia a un nivel alto. Cada respuesta es un punto, y, a su vez, representa una idea. Por consiguiente, cuanto mayor cantidad de ideas, mayor será la fluidez. Caso contrario, menor cantidad de ideas, ésta será baja. Es decir, que la cantidad de ideas brindadas por los emprendedores va a determinar el nivel de fluidez.

Con respecto a su análisis, a continuación, se expone en el siguiente cuadro los resultados obtenidos en cada emprendedor. Es relevante aclarar que todas las tablas son de elaboración propia

Tabla 10

Evaluación de la fluidez – Test de Usos Alternativos de Guilford (1967)

Fluidez	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Usos posibles para un corcho	4	6	4	6	4	3	4	6	6	2
Palabras que empiezan con la letra “C”	18	13	9	9	11	37	16	24	23	16
Maneras de viajar de un lugar a otro	14	8	8	18	9	10	12	16	20	14
Total	36	27	21	33	24	49	32	46	49	32

Nota: Elaboración propia

Al analizar los resultados con respecto a esta variable, se demuestra que la fluidez conlleva un proceso cognitivo interno, en el cual intervienen el pensamiento divergente, la memoria, la asociación, la capacidad de comunicación y el lenguaje. Y todas las respuestas brindadas se relacionan con el grado de fluidez que tenga cada emprendedor. En este caso, de acuerdo a la escala de nivel elaborada, de la totalidad de los emprendedores, dos presentan un nivel bajo, mientras que siete tienen un nivel medio de fluidez. Sintetizando, el nivel de fluidez que predomina es el medio. En cuanto al tipo, se evidencia en mayor medida la verbal, por la cantidad de respuestas brindadas, en este caso, en el ejercicio “Palabras que comiencen con la letra C”. A continuación se muestran algunos ejemplos:

“Casa, computadora, cartel, calle, café, corcho, cucurucho, cuchara, compotera, compota, cosa, camino, cartón.” (Joaquín)

“Cartón, cartelera, cartel, crema del cielo, casatta, capellina, casco, carburador, camisa.” (Imanol)

“Casa, Colón, cubo, cubiertos, comida, Cancún, cuna, calle, Coca-Cola. Campari, cutis.” (Ignacio)

“Casa, cartón, cama, corazón, celeste, cuchara, cucharón, cucharita, carne, cacao, cocina, copa, control, Carla, contra, cuerda, cesto, cuello, cosa, carruaje, corte, comida, cuaderno.” (Erica)

En cambio, la fluidez por asociación está presente pero en menor medida. Y se observa más en los resultados obtenidos en el ejercicio “describe tantas maneras posibles de viajar de un lugar a otro”, por la cantidad de respuestas brindadas de parte de los emprendedores. Este tipo de fluidez está relacionado no sólo con el contexto y el entorno, sino con los procesos cognitivos, especialmente la memoria y la capacidad de comunicar de una manera clara, fluida y espontánea. Al mismo tiempo, esta variable permite generar múltiples ideas, a la hora de solucionar un problema o una situación determinada, de una manera más abierta, diferente e inusual, tal como lo plantea Aguilera Luque (2017). Además, ésta depende del proceso cognitivo de cada persona, es decir, del pensamiento divergente y del conocimiento que tenga. La fluidez es una capacidad mental e interviene en el proceso de creación de ideas, que luego se convierten en productos, servicios o negocios. Por lo que, cómo se mencionó anteriormente, cada respuesta brindada en estos tipos de ejercicios son ideas producto de un proceso mental característico de cada emprendedor.

Flexibilidad

En torno a esta variable, se puede decir que la misma hace referencia a, “la capacidad de cambiar modos de pensar, dar respuestas variadas, modificar las ideas y superar la rigidez, lo cual lleva a evitar la aplicación de procedimientos convencionales para la solución de problemas” (Laime Pérez, 2005, p. 37). En relación a esto, uno de los ejercicios llevado a

cabo en la entrevista se basó en cambiar el uso común de un objeto, en este caso, de un reloj. En el siguiente cuadro se exponen la cantidad de resultados obtenidos.

Tabla 11

Evaluación de la flexibilidad

Flexibilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Propósitos de un objeto	2	6	17	3	4	12	3	4	5	2

Nota: Elaboración propia

En este ejercicio, la flexibilidad presenta un nivel variado en los emprendedores, de acuerdo a la escala planteada. Generalmente, siete de ellos presenta un nivel bajo, uno sólo, medio y los dos restantes tienen un alto nivel de flexibilidad. Tal como lo explica Guilford (1952), en el marco teórico, pensar de manera flexible implica cambiar, adaptar, transformar, replantear y reinterpretar una situación determinada. Y esto se evidencia en la cantidad de respuestas brindadas para poder solucionar el problema planteado en el ejercicio. Esto, a su vez, se relaciona con las distintas definiciones sobre la creatividad brindadas por Guilford (1971), Torrance (1965), Mednick (1964), Osborn (1953), Getzals y Jackson (1962), De la Torre (1991) y Gagné (s. f.). A continuación se citan algunos ejemplos, las cuales corresponden a las respuestas brindadas del ejercicio “Piensa en un situación hipotética (se rompe una máquina/instrumento de trabajo). Describe cómo la resolverías o adaptarías”.

“Se me rompe el batidor de mano, y usas el tenedor. Es como que, ir a lo simple, a la cocina de la vieja escuela, por así decirlo. O por ejemplo, se te rompe el batidor eléctrico, que hoy en día es como que, si no tenés un batidor eléctrico, mucha gente se limita en ese sentido. Y mi mamá siempre batía las tortas con el tenedor y a mí me quedó. Y yo hoy en día es como que, el tenedor. Así que es volver a lo simple. No limitarse por. Capaz que, hoy en día, hay muchas máquinas, muchas herramientas, muchas cosas que llevan mucha tecnología. Entonces volver a pensar, bueno, y antes, ¿cómo lo hacían? (Priscila)

“Se me rompe el pausterizador en la producción. El pasteurizador es donde se prepara la base, cuando se cocina. Se me rompe el batidor, que funciona con el motor de la misma máquina, y lo solucionaría enseguida. Y si no tengo otra opción, pondría un taladro, con algún hierro y alguna paleta media rara y lo agregaría a esa máquina para seguir batiendo y terminarlo. Y otra cosa, bueno, no sé, se rompe una cuchara para servir las bochas y hacerlo con una cuchara normal y paletarlo.” (Joaquín)

“Bueno, ya ha pasado, nos hemos quedado sin una de las impresoras principales, que es la de sublimación y hemos tardado en conseguir repuesto. Se consiguió un repuesto a un precio inflado. Empecé a buscar chicos del mismo rubro. No todos

tienen impresora, pero el que tiene impresora muchas veces, te puede hacer la gambada, de por un precio, imprimirte el archivo. Acomodas todos los archivos en algún PDF o en algún archivo-imagen. Hablas con ellos, hablas si tienen tiempo, si tienen disponibilidad, cuántos serían los costos, que lo impriman, los pasas a buscar.” (Cecilia)

“Se me cae la pinza y se me corta la punta. Se desequilibra la pinza. Entonces agarró otra pinza. Si en ese momento no tengo otra de repuesto y estoy trabajando, agarro otra pinza de herramienta, sería una herramienta que utilizan para las tuercas y todo eso, y el equilibrio. Y si tengo recursos para comprar otra, la compro.” (Cecilia A.)

“Se te rompe una cuchara de helado, la vas a tener complicada. Tiene el resorte que le va, no la vas a poder usar. En vez de servir con una espátula, servís con una cuchara. Si se te rompe la computadora, y no puedes anotar, y bueno, papel.” (Imanol)

Un resultado relacionado a esta variable, es la idea de superar las limitaciones, es decir, se busca pensar de diferentes maneras a la hora de encontrar una solución ante un problema determinado. Esto se lo asocia al pensamiento divergente que plantea Guilford (1967), con respecto a la maneras de buscar alternativas viables, lo que conlleva un proceso cognitivo. Y esto implica romper con los estereotipos tradicionales o estructuras pensantes propios de cada persona. Por lo que, la flexibilidad exige transformar viejos pensamientos a nuevos y brindar soluciones a determinados problemas que pueden surgir en cualquier emprendimiento. En síntesis, se puede resaltar que la flexibilidad de los emprendedores depende mayormente de la amplitud, el pensamiento y la capacidad cognitiva de cada emprendedor a la hora de solucionar problemas como de transformar objetos, situaciones, métodos, herramientas, entre otros para la consecución de los objetivos que tenga cada uno. Además, esta capacidad requiere romper estructuras pensantes para que nazcan alternativas nuevas y novedosas, lo cual se asocia a la creación de ideas creativas y consecuentemente, se produzca una innovación constante en los emprendimientos.

Originalidad

En cuanto a esta variable analizada, para la autora Laime Pérez (2005),

la medida de la originalidad siempre ha sido un tema de amplio debate, pues es muy difícil elaborar medidas objetivas de este factor. La originalidad está presente a través de las respuestas raras pero acertadas. Consiste en la disposición de ver las cosas de manera diferente, novedosa y única. Son estadísticamente poco frecuente y provocan sorpresa. La calidad de las respuestas es una norma muy importante para calibrar la originalidad. (Laime Pérez, 2005, p. 37)

De esta manera, esta variable se asocia con el concepto de novedad propuesto por Amabile (1998) y Kaufmann (2004), los cuales plantean que la generación de ideas es un proceso continuo que va desde una mínima a una máxima novedad, estableciendo diferentes grados de creatividad en cuanto a su generación. En general, se puede analizar las mismas desde el punto de vista del investigador, poniendo énfasis en la calidad y en la imaginación a la hora de diseñar un nuevo servicio o producto en sus emprendimientos. Por ejemplo, una de las emprendedoras brindó la siguiente respuesta:

“Un servicio que no existe pero que se me viene ahora porque veo mi pantalón, es que, le saquen estas pelotitas. Un servicio o un producto o algo, me imagino una crema, o un tipo bálsamo o algo, que vos lo pases y que te saque las pelotitas de la ropa. Yo, por ejemplo, me imagino un bálsamo, una cremita. Antes de ponerla a lavar, le pones al pantalón. O cuando lo sacas. Pero eso se me viene así. O algo que saque las manchas de la ropa, apenas lo pasas, como un borrador. Algo que sea tipo una barrita, que sea así transparente, que vos lo pasas a cualquier mancha, sea del tamaño que sea. Sería como un jaboncito pero transparente, como glicerina, que venga una cajita. Una cajita de cartón, que tenga tapitas”. (Priscila)

“Y si por mí fuera yo haría un cotizado online en donde el cliente ingrese las medidas de lo que quiere de una mesa. Por ejemplo, vamos a ingresar las medidas de una mesa y en base a las dimensiones, va cambiando el tipo de caño para que sea, estructuralmente, resistente y funcional. En donde puedas ingresar las medidas, que calcule automático. Y todo por computadora. Y el beneficio es que no tendría que hacer presupuesto. Y está de un día para el otro. El beneficio que yo tendría es eso, no perder tiempo en el armado de un presupuesto.” (Williams)

“Hace tiempo que tengo una idea, pero esa ya es más personal. Hacer algo pero en plataforma digital, en donde no requiera tener un local físico, sino que cualquier persona entre a esa web o esa página y encuentre todos sus productos. Tipo un mercado libre, pero referido a repuestos de autos y motos. Cuando se encuentran ahí, buscan como algo en específico. Y lo único que necesitaría es un depósito. Como un servicio de encomienda, vas y te lo llevan a tu casa. Y el primordial, es el no salir de tu casa. El entrar a una página, buscar tu producto específico, ya sea, yo porque lo pienso más por algo que a mí me gusta y apasiona que son los autos y motos, y ese tipo de cosas.” (Joaquín)

En síntesis, se vislumbra una variedad en el nivel de esta variable, predominando el medio hacia el alto, excepto sólo dos emprendedores, quienes tienen un nivel bajo de originalidad. Algunas fueron más originales que otras. Cuánto más original sea la respuesta, mayor es el grado de creatividad. Otro ejercicio propuesto para medir la misma fue que, los emprendedores escriban un cuento corto que empiece con la frase “De repente, descubrí que”. A continuación, se muestran algunos de ellos:

“De repente, descubrí que, en el fondo de la casa de mis padres, estaba creciendo una plantita de aspecto similar. La regué varios días, la removí de las tierras, la cuidé del viento fuerte y del ardiente sol de la tarde de verano. Una mañana desperté y, para mi sorpresa, la plantita desconocida se había transformado en un hermoso girasol. De esta flor, aprendí que, lo desconocido, con mucho amor y cuidado, puede volverse algo maravilloso a su debido tiempo.” (Priscila)

“De repente, descubrí que, mientras yo dormía, en mi barrio había un mundo diferente. Una noche me desperté y de mi balcón había muchos, muchos gatos en frente del parque haciendo su vida. Diferentes cosas. Algunos eran amigos y otros eran enemigos. Cuando se encontraban las diferentes bandas se ponían a pelear. Después de un rato de maullar, gritar y hacer diferentes ruidos extraños se peleaban. A veces algunos salían con diferentes machucones, con diferentes partes en su cuerpo donde les sangraba. Quedaban heridos de la batalla, pero triunfantes sabiendo que habían peleado por su territorio.” (Erica)

“De repente, descubrí que, había un talento en mis manos que no lo sabía. Pude entender que, a través del talento que tengo, podía emprender y poder estabilizarme económicamente. De repente, descubrí que podía hacer muchas cosas más. Descubrí que es lo que más me gusta hacer y poder hacerlo con ganas, con excelencia, con amor, con pasión, eso realmente me llena de satisfacción.” (Cecilia A.)

“De repente descubrí que la humanidad estaba en peligro. En donde la gente no podía, ya no podía relacionarse con sus pares. En donde la única vida que vivía era de forma digital. Ya no salían de sus hogares, no hacían planes de sociedad, no viajaban, no vivían. Ahí es cuando un plan raro, de ponerle una intermencia al mundo digital y solitario, se me cruzó por la cabeza. Decidí poner un controlador de tiempo a todas las antenas y satélites encargados de brindarnos ese mundo. Es el mundo digital, en donde por un lapso de más de 10 horas no se pueden utilizar estos medios, como si nos quedásemos sin internet, obligándonos a salir al mundo real, a hacer planes en nuestro entorno y con nuestros pares.” (Joaquín)

“De repente descubrí que la vida es mejor acompañada de personas que sí, no solo basta con decir, si no hay que hacerlo. Lo que quiero decir con esto es que cuando tenés personas que te acompañan de verdad, la vida es mucho mejor. No solo basta con decir, digamos, sí te apoyo, sí te ayudo, sí, sino el que va y te ayuda. A mí me gusta no solo decir che te ayudo, che te comparto, che te apoyo en esto, sino es ir y hacerlo.” (Ignacio)

En este ejercicio, la mayoría de los emprendedores llevaron a cabo un proceso mental, en el cual se puede evidenciar no sólo el pensamiento divergente sino también la imaginación, la originalidad y la pluralidad en las respuestas, ya que algunas no sólo son

cuentos sino reflexiones y distintas perspectivas de los emprendedores. Por lo que, este ejercicio permitió descubrir que no existe una sola idea válida a la hora de crear, que todo es permitido, que no existen los límites y que esa originalidad da cuenta del grado de creatividad que poseen, lo cual esto les permite no sólo generar ideas novedosas, sino que esas ideas se transforman en productos o servicios que contribuyen con el crecimiento económico de sus emprendimientos.

Además, la originalidad se relaciona con la creatividad narrativa, planteada por DeGraff (1958), el cual establece los cinco tipos de creatividad con su respectivo nivel. Según sus estudios, la creatividad narrativa se encuentra en el cuarto nivel, la cual se basa en el arte de narrar historias, basándose en la lingüística y en la lógica. Para el autor, las narraciones representan obras de arte y se pueden transmitir por medio de imágenes, sabores, sonidos, etc. En este caso, a través de las palabras. Por ende, este nivel planteado por el autor concuerda con el establecido en el ejercicio anterior. De igual forma, la originalidad es una característica de los emprendedores creativos. En un sentido más amplio, en el marco teórico, Acuña (s.f.) define a la creatividad como una “cualidad atribuida al comportamiento, siempre y cuando, éste o su producto, presenten rasgos de originalidad” (Esquivias Serrano, 2001, p. 7). Por lo que, esta variable es común del perfil emprendedor, especialmente en aquellos que se dedican al diseño o a la elaboración de productos. Las ideas en los ejercicios denotan este tipo de rasgo, ya que las ideas creativas se caracterizan por ser originales y no copia. Una idea creativa siempre es original y diferente porque ésta nace de un proceso mental, propio de cada persona. Al mismo tiempo, a partir de lo planteado por Amabile (1998) y Kauffman (2004), la originalidad va a depender del grado de creatividad que tenga cada emprendedor para generar ideas creativas y novedosas.

Elaboración

Por último, la elaboración consiste en construir un producto o un plan a partir de elementos conocidos y siguiendo un proceso. Para analizar esta variable, es necesario evaluar la cantidad de detalles, pasos, herramientas, métodos, etc., que utiliza la persona en el momento de la elaboración. Cuánto más elaborado y detallado sea, mayor será el nivel de creatividad. De lo contrario, éste será bajo. Uno de los ejercicios propuestos fue que los emprendedores tomen una idea simple y que la describan con detalles y características adicionales. Algunas de las respuestas fueron:

“Una mesa ratona, redonda, con tapa de madera salina, laqueada, con laca polimetálica, pintada, con pintura metálica, termo convertible, con soporte antideslizantes, como patas y es algo que uno tiene, con cargador con puerto de cables, como adaptador inalámbrico. Máximo, para cargar el teléfono y lo que tiene es la posibilidad de cargar de forma inalámbrica y se cargan ahí. Tengo que resolver como hago, cómo resolver el tema de la energía. Tengo que ponerle una batería recargable.” (Williams)

“Yo me imagino una casa que tenga techos altos, que tenga esas puertas medio antiguas. Viste que antes venían las puertas como que finitas pero altas. No así,

pero de madera me la imagino yo. Una puerta medio alta de madera. Pintada de frente. Depende, porque también me gustaría una casa de madera, me gusta mucho la madera. Me gustaría una casa con galería. ¿Viste esas casas como de Estados Unidos, que tienen como que un techito y tienen mesitas así para sentarse afuera a tomar un té? Y habíamos visto una en Susana, me acuerdo, y ahí ya me empecé a hacer toda la idea. Tiene ventanales grandes, redondos, no tienen persianas, solo tiene el vidrio, para que entre mucha luz. Me gustan las casas con luz. Bueno, atrás, es un pasillo. No de mucha continuidad. Y a un lado va a tener la sala de estar y al otro lado va a tener el comedor. Así dos habitaciones. Me gusta la idea de pensar que el día, que Dios nos entregue nuestra casa, va a ser también para abrir una célula, por ejemplo, de recibir personas. Recibir gente, que nuestra casa sea un hogar de bendición. Entonces me imagino una casa grande, pero para recibir personas, para que sea una casa habitada. Y bueno, de un lado me imagino sillones, algo así como, no muy ostentoso, pero algo sencillo, pero que sea cómodo. Que sea todo un ambiente como cálido y que al entrar la luz, que ese sea el color del ambiente. Y bueno haría un pasillito como que conecte con las otras habitaciones. Y bueno, tendría tres habitaciones. Y las paredes también, de colores claritos. Me gusta ponerle un verdecito medio pistacho. Que no sea un verde muy chillón, pero que sea así un verdecito así. Que me daría un marroncito tipo beige. Bueno, por aquí porque me gusta como decir el ambiente así, la naturaleza. Pero, en el lugar, un ambiente así como, sabes que llegaste acá, así que ese ambiente así como de libertad, que está la presencia y que sea un ambiente agradable para el Espíritu Santo y bueno . Sí, eso, que sean ambientes, por ahí, espaciosos, pero bueno, me gustaría tener una chimenea en los días de frío. Pero, al ser una casa grande, y con techos altos, como que el fresco se mantiene más. Me gusta, por ahí, la idea de ambientar un ventilador de techos, por el chiche, que sea de algo de antes. Que no encontrarías en todas las casas un ventilador de techo. Sí habría muchas plantitas., me gustan las plantitas de interior, porque no lleva mucho cuidado, porque por ahí, entre las actividades y esas cosas por ahí te olvidas de regarlas. Pero las plantas de interior no tienen mucho cuidado, en el sentido de decir, no necesitan por ahí que le cambies el agua a cada rato, y me gustaría que tenga patio. Bueno, yo me imagino por ahí también cuadritos, cositas así. En casa hay cuadritos pintados, manos pintadas. Sí tendría muchos detalles así, algo con un toque muy personal.” (Priscila)

“Un personaje, que en realidad es una versión de Spider-Man argentino. Por las películas del Spider-Verse, de Sony, el de May Morales. Ese tipo de Spider-Man. Bueno, el meme está en que cada país y cada chico puedan hacer su versión de Spider-Man. La lección de la película es que todo el mundo puede ser Spider-Man. Bueno, voy hacer dos estampas distintas de este personaje, con las tipografías elegidas y todo, que yo le elegí al personaje. Por ejemplo, yo me guardo los desechos del vinilo, que son de palabritas, o que son de cositas, así que se usan para las estampas de las rameras. Poderle armar o frases o palabras que conecten

conmigo y armarlas todas acá para pegarla y son, justamente, desechos de vinilo. Entonces, son ideas de poder combinar tus personajes o tus diseños para la gente” (Cecilia)

“Por ejemplo, un local, puede ser una simple pastelería, donde se haga un taller literario. Entonces, en la parte de adelante estarían las mesitas donde va la gente si quiere tomarse un café o una cerveza. Y atrás, en la parte de atrás, una mesa grande donde puedan sentarse todas las personas que le interesa el café literario. Entonces, va una persona conocida o una persona que esté instruida en el tema de la literatura, que ya sepa compartir y elige un texto para poder charlar. Entonces, se usa publicidad y todos los que les gusta interiorizarse sobre ese texto o debatir simplemente van, toman el café, consumen lo de la pastelería y también tienen la posibilidad de participar de talleres literarios, ya sea escribiendo o debatiéndose en una obra. Y bueno una de las cosas es eso, que tiene que estar separada de la gente que va al taller de la otra. Después otras características que haya libros en el lugar, ya sea de lo que se va a hablar o el libro porque tiene que ver con el café. Y también tiene que tener una idea de la gente que puede ir. La iluminación tiene que ser bastante iluminada. Lo haría con un color azul oscuro. No tan noche ni tan claro, pero no un azul eléctrico. Que te ayude más con la concentración., Que haya veladores, plantas. Que incentiven más a la concentración, no tanto a la distracción. No haya tantas imágenes. Toda la decoración de cuadros y eso que quede adelante.” (Erica)

“Y yo creo que un local, dependiendo del rubro que sea, tiene que tener unas buenas dimensiones, una buena iluminación, pero lo más importante es un buen ambiente laboral. Y las personas que crecen en nosotros. Yo creo que un local tiene que tener la característica principal, y la más fuerte, el ambiente laboral, la gente que trabaja dentro, es lo que hace crecer y lo que hace desaparecer también. Te da lo bueno y lo malo, por eso es muy importante. La limpieza. Que esté limpia.” (Ignacio)

En estas respuestas se puede observar que cuánta más elaboración exista, con la máxima cantidad de detalles posibles, el grado de creatividad será más alto. A su vez, esta variable está relacionada con el proceso creativo, en el cual la persona, de una manera semiconsciente crea, en este caso, cuentos o reflexiones. Esto se asocia con la creatividad narrativa. Sin embargo, hubo otras respuestas en donde se puede observar la falta de detalles y de precisión a la hora de elaborar. Ejemplo de esto, son las siguientes respuestas:

“Le pondría un motor 2.0, Turbo, HD, llanta de alineación, le pondría un vidrio eléctrico, de color gris nardo, adentro le pondría butacas de cuero, un radio con pantalla, que tenga bluetooth, le pondría unos parlantecitos más.” (Imanol)

“Tener tipo una pizarra o un escritorio. Tener una tabla de objetivos. Que cada vez que yo voy a trabajar yo me tengo que acordar de lo que. Una tabla de telgopor, que vas pinchando papelitos. Si no, otra cosa, alarmas.” (Cecilia A.)

Por último, se les pidió a los emprendedores entrevistados que diseñen una herramienta útil para la consecución de los objetivos de sus emprendimientos. Algunas de las respuestas fueron:

“Creo que sí tendría que crear una herramienta para aumentar las ventas en la heladería, crearía como una señal, una antena, una onda para toda la ciudad, para toda la región que diga: tengo ganas de tomar helado. Como lobotomizar a la gente para que te venga a consumir el helado. Esa estaría piola. Después, si tiene que ser alguna idea, no sé, que sea realmente factible, que sea más fácil el mundo digital, que realmente tire un contenido y lo vea todo el mundo, que se haga viral. Que sea viral y que llama a la gente.” (Joaquín)

“Estaba por crear, yo, por el momento, depilo de los vinilos, todos los detalles y demás. Se llama depilar. Cuando vos, ¿viste la plotter? Vos le pusiste un metro de vinilo. Usaste un 30-30 y pusiste un diseño y ella te cortó todo, pero el vinilo queda ahí. O sea, tenés una plancha de un metro de vinilo. Entonces, ¿qué haces? Cortas la parte que cortó ella y empezás a hacer lo que se llama depilar. Es decir, sacar todo ese exceso de vinilo que no cuenta en el diseño. Bueno, para eso necesitas herramientas. Entonces, ¿qué es lo que tengo que hacer? Es agarrar una lapicera, Agarrar agujas o pequeños materiales así pulsantes, algunos así y otros curvos.” (Cecilia)

“Y, yo, si crearía algo, crearía un robot que me haga ir todos los días al local comercial. Pero sí, crearía algo de ese estilo, digamos, que maneje, sobre todo lo más engorroso, que son las cuentas, los números. Por más que ya exista en programas, algo más humano, por así decirlo. Que te acomode el stock, que te acomode todo. Y que yo pueda descansar un poco más. Por ahí, como te decía antes, al ser emprendedor, trabajas muchísimas horas. El lunes tenés que volver a arrancar. Pero teniendo algo que te solucione esas cosas, cosas mínimas. A ver, la venta del cliente directa, me gusta hacerla, jamás pondría algo o alguien a hacer, pero hay cosas puntuales como todo lo que es tema AFIP. Todo eso que es engorroso manejarlo. Crearía un sistema, una máquina que lo haga. Que lo haga más fácil, digamos.” (Ignacio)

“Una herramienta, yo haría, para mi emprendimiento, algo que por ejemplo que me roba mucho tiempo, es el tema del packaging, de envasar, de cerrar, de ese tipo de cosas. Entonces, tal vez inventaría una máquina o algo que me agilice desde ese lugar. O alguna máquina o alguna que cierre, que me ayude a cerrar, yo pongo la bolsita ahí y que haga el nudito al hilo. Por ejemplo. O algo así. Porque

me imagino, más adelante, usando cajas también, que yo tener que, comprando láminas de cartón, una máquina que me arme las cajitas y me las cierre. O sea, sí, algo como para agilizar el trabajo, porque yo sé que el packaging me lleva mucho tiempo. Pero también porque yo me tomo todo mi tiempo para hacer las cosas. Si tuviese que hacerlas más rápido. Pero sí. Y algo, no sé bien qué, yo me imagino. Claro, sí, yo como manitos, me imagino así una cajita y manitos tipo robotizadas que ya tengan las opciones ahí puestas, cómo decir, bueno opción, tenés un botoncito, uno, dos, tres el botón uno, hace los nuditos el botón dos, cierra las cajas, el botón tres, no sé, sí, pone el sellito. Entonces ya está.” (Priscila)

“No voy a poder sola, pero algo que he visto que me gustaría también crear es como una tipo, nosotros por ahí necesitamos bastante luz, entonces como una lámpara con madera. Hacer con madera y con algunos tornillitos, generar como una lámpara que salga de la pared, como que, enfoque así. Y bueno, y esa lámpara puede ser de madera y después bueno, con todos los cables y todas las conexiones, para poder darle electricidad a la misma y para que ande. Y bueno, todo a mano, las maderitas y cortándolas, con un especialista y darle la forma, los colores que me gusten.” (Florencia)

“Una herramienta que pueda ayudar a los objetivos de mi emprendimiento, para mí sería una aplicación donde yo pueda ingresar los datos o que ya directamente me tire todos los datos de la comparación de precios, por ejemplo, de los insumos que yo uso en los diferentes lugares que compro y ver cuál tiene mejor precio, dónde me conviene, todo eso. Eso sería una herramienta re útil para mí. Para no estar teniendo que ir a ver cuánto están acá o preguntando a los diferentes proveedores cuánto están los huevos. Lo que podría hacer es un Excel, pero me consumiría más tiempo en vender. Eso también me serviría como para saber bien exactamente los costos. La diferencia en el precio de los lugares donde voy comprando.” (Erica)

Elaborar implica crear y esto incluye múltiples aspectos relacionados al emprendedurismo. Por lo tanto, la elaboración es parte de los procesos de creación, y al mismo tiempo, requiere un proceso cognitivo, cómo lo explica Guilford (1952). Además, para el autor, esta variable se asocia a una aptitud para desarrollar y ampliar ideas, lo cual implica un cierto nivel para agregar detalles y complejidad a las mismas. Desde una perspectiva diferente, para Drevdahl (1964), en su definición sobre la creatividad, aboca a producir contenidos mentales de cualquier tipo, los cuales pueden ser conocidos o desconocidos, lo cual se relaciona con el concepto de elaborar, ya que implica hacer.

A partir de los resultados obtenidos, se decide crear una tabla con los niveles de las cuatro variables para cada emprendedor, ya que el nivel de creatividad es personal. De esta manera, se puede determinar el nivel global de la población entrevistada. Para esto, es importante determinar que el Nivel de Creatividad (NC) está conformado por los niveles de fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración, siendo B: bajo, M: medio y A: alto. Por lo tanto, el NC va a estar determinado por el nivel de cada variable analizada. Partiendo de esto,

se lleva a cabo un cuadro, en el cual se establece para cada emprendedor los distintos niveles para cada una de ellas. Por lo que, se deciden mostrar dichos resultados en la Tabla 12.

- **Fluidez:** los resultados de esta variable se determinaron por medio del nivel de escala elaborado. Por lo que, a partir de éste, se establece la mínima y la máxima de cantidad ideas brindadas, siendo la mínima de 21 y la máxima de 51. Sin embargo, es importante aclarar que, el presente trabajo, al tener un enfoque cualitativo, no se busca sacar conclusiones cuantitativas, sino que, a partir de estos resultados cuantificables, permiten determinar el nivel de fluidez en los emprendedores entrevistados. Por lo que, se puede concluir que, cada emprendedor presenta un grado diferente de fluidez, es decir, la misma varía en cada uno de ellos de acuerdo a la cantidad de ideas brindadas en los ejercicios. Por lo tanto, el nivel de fluidez que predomina es de bajo a medio. De los diez emprendedores que se le realizaron el test, ocho de ellos presentan un nivel medio de fluidez, mientras que los dos restantes tienen un nivel bajo. Por otro lado, un aspecto importante observado es que el rubro del emprendimiento no determina dicho nivel. Por el contrario, al ser la fluidez un proceso cognitivo de generación de infinitas ideas, esta es parte del pensamiento creativo de cada emprendedor. Por lo tanto, el mayor factor que determina el grado de fluidez es un correcto funcionamiento cognitivo – cerebral, tal como lo plantea Romero *et al.* (2019) en el marco teórico de la creatividad. Además, la fluidez está determinada por la velocidad de procesamiento de la información almacenada en el cerebro, los componentes cognitivos, la memoria, la inteligencia y los estímulos cognitivos de cada emprendedor.
- **Flexibilidad:** de acuerdo a los resultados obtenidos, el nivel de la misma es muy variado. El 70% de los emprendedores entrevistados tienen un nivel bajo de flexibilidad, mientras que el 10% presentan un nivel medio. El 20% restante poseen un nivel alto. Por lo tanto, dicho nivel es muy variado. Por otro lado, esta variable se asocia a la competencia “Adaptación al cambio”, ya que el emprendedor, busca encontrar soluciones y/o transformaciones ante determinadas situaciones que pueden surgir a la hora de emprender. Con respecto a esto, se concluye que, tanto la flexibilidad como la adaptación al cambio dependen de la capacidad cognitiva del cerebro para reorganizar y modificar, tal como lo plantea Romero *et al.* (2019), así como de las conexiones neuronales que se producen en el mismo y de los estímulos cognitivos.
- **Originalidad:** realizar una síntesis con respecto a esta, resulta un poco arduo y laborioso, ya que esta es muy abstracta y amplia. En general, el nivel de la misma en los emprendedores es muy variada, por la calidad y la originalidad de las respuestas brindadas, ya que ésta no se puede medir objetivamente. Es decir, su análisis y evaluación depende del punto de vista del investigador y de los aportes empíricos de otros autores. En base al análisis personal de cada emprendedor, dos presentan un nivel bajo, cuatro emprendedores tienen un nivel medio y los restantes 4 poseen un alto nivel de originalidad.

Por un lado, esta se asocia al perfil emprendedor, ya que esta, al ser una cualidad subjetiva y compleja, caracteriza a la persona creativa. Por lo que, cada emprendedor presenta un grado de originalidad único, el cual va a depender del pensamiento divergente de cada uno así como de otros componentes no cognitivos, como lo sensitivo, la sensibilidad, la motivación, entre otros.

- **Elaboración:** esta variable cuenta con una relación directa con la creatividad, ya que elaborar se asemeja a crear. Al mismo tiempo, esta es parte del proceso creativo. Por lo tanto, se puede decir que se presentan tres niveles distintos en los emprendedores entrevistados. Por un lado, en seis de ellos se evidencia un nivel alto de elaboración, excepto en dos de ellos, en los cuales, el mismo, es bajo. En los 2 restantes, el nivel es medio.

Según Amabile (1998), la motivación y las destrezas influyen sobre esta. Por lo que, se puede evidenciar la falta de las mismas en los emprendedores que presentan un nivel bajo. Además, existen otros factores que puede estar repercutiendo sobre la elaboración como una deficiencia cognitiva en esta área, la falta de imaginación, la falta de ejercicio mental, las limitaciones mentales, entre otros. Por lo que, lo que obstruye el proceso de creación es completamente mental, ya que todo se origina en la mente del emprendedor. Con respecto a lo mencionado, se concluye que elaborar implica pensar de una manera divergente, es decir, para ello se necesita fluidez, flexibilidad y originalidad.

Por otro lado, existe una cantidad ilimitada de herramientas que contribuyen al proceso de creación, y como consecuencia, repercute positivamente sobre el crecimiento de los emprendimientos. En cuanto a esto, la creatividad emprendedora resulta necesaria para crear ideas, herramientas, técnicas, métodos, etc.

Tabla 12

Niveles de las variables analizadas por emprendedor

Emprendedor	Fluidez	Flexibilidad	Originalidad	Elaboración
1	M	B	M	A
2	M	M	A	A
3	B	A	A	A
4	M	B	B	B
5	B	B	M	M
6	M	A	M	A
7	M	B	B	B
8	M	B	A	A
9	M	B	A	A
10	M	B	M	M

Nota: elaboración propia

Por lo tanto, se establece lo siguiente:

- 1: en este emprendedor, se visualiza un nivel medio con respecto a la fluidez y la originalidad. El de flexibilidad es baja, en cambio, la elaboración es alta. El NC es medio.
- 2: En este caso, tanto la fluidez como la flexibilidad presentan un nivel medio, mientras que la originalidad y la elaboración es alto. Por lo tanto, el NC es de medio a alto.
- 3: este emprendedor tiene un nivel alto de flexibilidad, originalidad y elaboración. Sin embargo, el nivel de flexibilidad es baja. Su NC es alto.
- 4: se puede evidenciar un nivel bajo de flexibilidad, originalidad y elaboración. En cambio, su nivel de fluidez es medio. No obstante, el NC es bajo.
- 5: en este se visualiza un nivel bajo en la fluidez y en la flexibilidad pero en cuanto a la originalidad y la elaboración, las mismas están en un nivel medio. Por lo tanto, su NC tiende a ser bajo a medio.
- 6: la fluidez y la originalidad se encuentra en un nivel medio, mientras que la flexibilidad y la elaboración, es alto. Por ende, su NC es de medio a alto.
- 7: la flexibilidad, la originalidad y la elaboración tienen un nivel medio, en cambio, el nivel de fluidez es medio. El NC encontrado es bajo.
- 8: con respecto a este emprendedor, en primer lugar, tanto la originalidad como la elaboración es alta. En segundo lugar, el nivel de flexibilidad es bajo pero el de fluidez es medio. Por lo que, en general, el NC tiende a ser medio a alto.
- 9: en este emprendedor, ocurre exactamente lo mismo que en el anterior.
- 10: en este caso, la fluidez, la originalidad y la elaboración están en el nivel medio, pero su nivel de flexibilidad es bajo. Por lo tanto, su NC tiende a ser medio.

CAPÍTULO 5. Conclusiones

Desde una perspectiva general, se puede concluir que, el objetivo principal de la presente investigación se cumplió, ya que se estudió en profundidad la relación que existe entre la creatividad y la creación de los emprendimientos en los jóvenes del programa Rafaela Emprende. Con respecto a esto, la misma se vislumbra como una habilidad necesaria para la creación de emprendimientos. En cuanto a los objetivos específicos, se puede decir que, el plan de capacitación no influye en los procesos de creatividad en los jóvenes emprendedores entrevistados. Por consiguiente, se evidencia que, la creatividad no se aborda de una forma específica dentro del mismo. Es decir, ésta no forma parte de los objetivos del plan de capacitación. Sin embargo, se puede demostrar que la misma está presente por medio de diferentes talleres brindados dentro del programa, como el de diseño y marketing. Por ende, se puede concluir que esta habilidad se encuentra dentro del plan de capacitación, de una manera implícita. Dicho plan está elaborado a partir de las necesidades y requisitos esenciales para que los emprendimientos puedan funcionar de una manera adecuada en Rafaela. Por lo que, el mismo se enfoca más en la capacidad emprendedora.

La importancia de la creatividad

Asimismo, respondiendo a una de las preguntas planteadas al principio de este trabajo de investigación, la creatividad es esencial para el desarrollo de emprendimientos exitosos. En este sentido, según las autoras Laura Laura & Llamoca Blanco (2019) la creatividad es la base fundamental para el emprendimiento, es decir, esta habilidad representa una fuente primordial para la creación y la continuidad de emprendimientos, ya que sin ella, sólo quedaría la imitación y la pérdida de oportunidades. Por lo tanto,

la creatividad es un factor muy importante, ya que se emplea de distintas maneras ya sea creando empresas en diferentes rubros, dando empleo, ayudando a la sociedad, aportando un crecimiento económico; búsqueda de soluciones de acuerdo a la necesidad de la sociedad; innovando, teniendo mayor demanda económica de esa manera tener el éxito de manera personal y en la sociedad. (Laura Laura & Llamoca Blanco, 2019, p. 11)

En síntesis, crear y desarrollar ideas creativas, junto con la innovación, no sólo impulsa el crecimiento y el éxito en los emprendimientos, sino también a nivel personal, ya que permite superar las crisis económicas y las dificultades de la vida diaria que las personas enfrentan. Es por esto que, es de gran importancia trabajar y aumentar la creatividad. En este sentido, se buscó determinar cómo los planes de capacitación influyen sobre la creatividad de los emprendedores jóvenes. Con respecto a esto, se pudo constatar que son los docentes del plan de capacitación los que influyen en el fomento de la creatividad sobre los emprendedores, junto con los tutores. Por ende, se concluye que las habilidades y las competencias que tengan los mismos van a influir en su formación emprendedora. En relación a esto, uno de los aportes empíricos mencionados en este trabajo, es el de Crawford (1930), quién hace alusión a los procesos de creación, en los cuales se produce el traslado de los atributos de una cosa a otra. En relación a esto, es el trabajo en conjunto de los actores del programa junto con los emprendedores lo que permite llevar a cabo esos procesos de creación, ya que están creando la base de sus emprendimientos, por medio del traslado de conocimientos, de habilidades y demás aptitudes necesarias para lograr las metas que cada emprendedor tenga.

En esta misma línea, uno de los objetivos específicos que tiene el programa Rafaela Emprende es capacitar en el desarrollo de competencias y conocimientos. Por ende, la creatividad, al no ser una prioridad en dicho plan de capacitación, no se le da la importancia que merece, ya que al desconocer el grado de creatividad de los actores no se puede determinar si existe un fomento de la misma. Para ello, es necesario llevar a cabo mediciones, a través de diferentes test y/o evaluaciones, con la finalidad de medir el grado de creatividad en las personas encargadas de brindar las capacitaciones. Y, a partir de esos resultados, se puede trabajar la misma. Como consecuencia, los jóvenes que participan del programa contarían con más herramientas para desarrollar y aumentar su creatividad a la hora de llevar adelante sus emprendimientos.

A partir de un enfoque institucional, se concluye que, la propuesta educativa debería incluir el fomento y el desarrollo de la creatividad, en todos los niveles, desde el inicial al

universitario. Por lo que, resulta importante trabajar la misma desde una edad temprana. Esto aporta muchos beneficios que influyen, notablemente, en la calidad y el bienestar de vida de los estudiantes, contribuyendo, en gran manera, no sólo a su crecimiento económico sino personal, ya que esta capacidad permite desarrollar los talentos y el potencial de los mismos.

La creatividad emprendedora como factor clave

Con respecto al análisis del impacto que tiene la creatividad sobre la creación y continuidad de los emprendimientos, se puede decir que éste objetivo específico también se cumplió. A partir de la relación de ambas variables estudiadas, surge la creatividad emprendedora como una competencia que caracteriza al perfil de los emprendedores. Por lo tanto, la misma se vislumbra como un factor clave para la creación de los emprendimientos, independientemente del tipo que sean. En relación a esto, el pensamiento divergente es el que impulsa la creatividad emprendedora, ya que la misma se origina en el cerebro, por las conexiones neuronales que se producen en las distintas partes del mismo.

Asimismo, existe una relación directa y positiva entre ambas variables estudiadas. Cuanto mayor sea el nivel de creatividad en el emprendedor, mayor será su impacto en el emprendimiento. Por el contrario, si éste es bajo, menor será el mismo. Por otra parte, dicho grado influye en la sostenibilidad, haciendo que los mismos puedan permanecer con el paso del tiempo. Es decir, cuánto más se desarrolle y se trabaje la misma, los emprendimientos serán más creativos. Por lo que, se recomienda que se empleen técnicas, métodos, actividades para desarrollar y trabajar más la creatividad, ya que ésta es importante para la generación de ideas emprendedoras, las cuales son las que permiten no sólo el crecimiento sino la continuidad. Emprender nace de una idea pero es esencial estimular la creatividad emprendedora para que los emprendimientos tengan éxito. Sin embargo, la creatividad emprendedora no es la única habilidad necesaria para poder emprender. Existen otras competencias, habilidades y características que todo emprendedor debe tener a la hora de decidir llevar adelante un emprendimiento específico.

Test de Usos Alternativos de Guilford (1967)

En base de los resultados obtenidos en el test seleccionado, se establece una serie de conclusiones respecto a cada variable estudiada: la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración. Con respecto a las dos primeras, estas fueron evaluadas de una manera objetiva. En cambio, para las dos últimas, se decidió utilizar un análisis subjetivo. Es de suma importancia aclarar que, estas variables, que conforman en su conjunto el pensamiento divergente planteado por Guilford (1967), no son las únicas que permiten evaluar la habilidad estudiada. Existe una gran variedad de test disponibles, elaborados por diferentes investigadores y autores expertos en la creatividad, como Mednick (1962), Gardner (1995), DeGraff (1958), Wallace (1926), Sterberg (1988), entre otros.

Por lo tanto, se pueden sacar las siguientes conclusiones. En primer lugar, al tener el NC de cada emprendedor, se puede sacar un promedio general en cuanto al nivel de creatividad. Por esto mismo, se puede decir que el NC tiende a ser de medio a alto en la mayoría de los emprendedores. No obstante, en dos de ellos, el NC es bajo. En relación a

esto, no se encontraron grandes diferencias en cuanto al NC entre los emprendedores que participaron del programa y en los que no. Por consiguiente, se concluye que el programa Rafaela Emprende no influye sobre el NC, ya que éste al ser un proceso cognitivo, se comprueba la teoría planteada por Guilford (1967) y Romero *et al.* (2019) acerca del pensamiento divergente como un constructo de la Psicología Cognitiva y el funcionamiento cognitivo del cerebro, respectivamente. Por lo tanto, el nivel de creatividad en los emprendedores está determinado por la capacidad cognitiva de cada uno. Por otro lado, se puede observar que las variables que conforman dicho pensamiento divergente se asemejan a los diferentes pasos que forman el proceso creativo, planteado por Wallace (1926) en el marco teórico. En cuanto a esto, la fluidez y la flexibilidad son variables que ayudan o permiten la preparación y la incubación de las ideas. La originalidad aporta ideas originales, las cuales intervienen en las distintas soluciones creativas. Y por último, la elaboración es el paso final en dónde se verifican y se implementan las ideas creativas, dando lugar así, a productos, servicios, negocios o emprendimientos.

Otra conclusión importante que se puede rescatar, gracias al análisis de las variables del pensamiento divergente, es la relación que existe entre las mismas. Por ende, se establece que al haber mayor fluidez, flexibilidad y originalidad, mayor será el nivel de elaboración. Por el contrario, si el nivel de las tres primeras es menor, lo será también esta última. En síntesis, se puede decir que estas variables inciden sobre el nivel de elaboración. Por ejemplo: un emprendedor que cuenta con un nivel alto de fluidez, originalidad y flexibilidad, tendrá más capacidad cognitiva para crear, ya sea ideas creativas e innovadoras como proyectos o emprendimientos creativos. Y, a su vez, tendrá más creatividad para mantener los mismos en el mercado y asegurar su éxito.

El emprendedurismo en el programa “Rafaela Emprende”

Por otro lado, a partir de los resultados de las entrevistas realizadas a los jóvenes participantes del programa Rafaela Emprende, se concluye que no existe dentro del mismo, un fomento de la creatividad hacia los emprendedores. Por ende, no se encuentra una asociación entre la creatividad y los emprendimientos generados por medio del programa. Esto ocurre porque no se le da un lugar importante a la misma, ya que no se implementan técnicas, herramientas o métodos para desarrollarla. Es decir, esta habilidad no es el eje central de dicho programa, ya que el objetivo principal es estimular la cultura emprendedora en Rafaela y la Región así como incentivar la creación de emprendimientos productivos.

Sin embargo, es importante destacar las principales bondades que presenta Rafaela Emprende. La gratuidad, la accesibilidad, el apoyo humano por medio de los procesos de tutoría y mentoría personalizada brindada por los distintos empresarios de la ciudad, la calidad del plan de capacitación que se brinda, el cual es completo y su diseño es acorde a las necesidades y requisitos locales; la red de emprendedores que se genera por medio de los vínculos con los diferentes actores de la ciudad son aspectos positivos que lo caracterizan. Este no sólo brinda una asistencia integral a los emprendedores que participan, sino que éstos reciben asesoramiento, acompañamiento y un seguimiento de parte de los tutores, los cuales actúan como un nexo entre los mismos y el ecosistema emprendedor. Por ende, las funciones que ejercen los tutores contribuyen no sólo el desarrollo económico de los emprendedores

que participan en el programa, sino humano, social e institucional. Por otra parte, los tutores representan una fuente de consulta y un eje central en el programa, ya que une diferentes partes de un mismo proceso. Además, estos vinculan a los mismos con diferentes fuentes de financiamiento.

En virtud a lo expuesto, resulta importante destacar que los emprendedores deben tener la posibilidad de acceder a talleres o cursos específicos en dónde se fomente la creatividad, con el objetivo no sólo de potenciar y hacer crecer sus negocios sino que también éstos puedan ser sostenidos en el tiempo. Hoy en día, existe un gran abanico de oportunidades para hacer crecer el talento de las y los emprendedores en diferentes ramas creativas, ya sea de forma presencial o virtual y dependiendo del potencial que tengan cada uno. Por ende, una formación continua y constante favorece significativamente a los mismos, al crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos.

Sin embargo, la creatividad emprendedora no es la única habilidad necesaria para poder emprender. En base a las entrevistas realizadas a los participantes del programa, con respecto al perfil, el emprendedor debe ser perseverante, responsable, esforzado, creativo, constante, autodidacta, resiliente y flexible. Además, debe tener la capacidad para asumir riesgos. Debe insistir y aprender de los errores. Debe saber trabajar en equipo y hacer sacrificios para alcanzar los objetivos planteados. Debe presentar capacidad de enfoque y de atención. Por último, éste debe innovar en todos los procesos de su emprendimiento. Por ende, se evidencia que, las características que cada emprendedor posee van a determinar el rumbo y el éxito de sus respectivos emprendimientos. Además, el perfil es importante para responder ante las exigencias y demandas del entorno en los que se desenvuelve y para relacionarse con otros actores. Por lo que, el emprendedor tiene que desarrollar competencias en relación a sus propósitos, al contexto que lo rodea y al tipo de vínculos que desea generar.

En este sentido, se puede concluir que las motivaciones y las aspiraciones que tengan los emprendedores son los factores más importantes a la hora de tomar la decisión de emprender. Esto se evidencia en los resultados encontrados en las entrevistas realizadas. Los emprendedores son actores que toman y ejecutan decisiones, las cuales no solamente conllevan una transformación en sus estilos de vida, alcanzando así una independencia y libertad financiera sino que éstas contribuyen, en gran manera en su crecimiento y desarrollo a nivel personal, social e institucional. Por ende, lo económico representa una motivación extrínseca que lleva a la mayoría a emprender, especialmente por necesidad. En cambio, existen múltiples motivaciones y aspiraciones personales que están relacionadas a un sueño o un propósito de vida. En este sentido, las mismas impulsan las ideas creativas más novedosas y originales que dan luz a los emprendimientos.

El perfil emprendedor

En base a las respuestas brindadas de parte de los emprendedores que participaron del Rafaela Emprende, las competencias más mencionadas fueron las siguientes:

- Perseverancia,
- Responsabilidad,
- Constancia,
- Adaptación a los cambios,

- Trabajo en equipo,
- Innovación,
- Creatividad,
- Paciencia,
- Capacidad de aprendizaje, y
- Asunción de riesgos.

Todas estas son importantes a la hora de llevar adelante cualquier emprendimiento pero no son las únicas. Competencias como la empatía, el diálogo constante, la fluidez verbal, la escucha activa, el compromiso y la colaboración son esenciales para que las relaciones laborales sean las adecuadas. Por otro lado, existen competencias específicas que son necesarias que los emprendedores posean y desarrollen como el liderazgo, el pensamiento estratégico, el don de mando, la tolerancia a la presión, la credibilidad técnica, el dinamismo y la precisión. Todas estas son importantes a la hora de llevar adelante cualquier proyecto personal relacionado al emprendedurismo. En un sentido más amplio, el perfil emprendedor va a estar determinado no sólo por las competencias sino también por las habilidades, las destrezas, las aptitudes, las actitudes, los conocimientos, la experiencia, la formación educativa, las motivaciones, los rasgos de personalidad, las aspiraciones, la visión y la mentalidad de cada uno.

En síntesis, se demuestra que las características que cada emprendedor tenga van a determinar el rumbo y el éxito de sus respectivos emprendimientos. Además, el perfil es importante para responder ante las exigencias y demandas del entorno en los que se desenvuelve y para relacionarse con otros actores. Por lo que, el emprendedor tiene que desarrollar competencias en relación a sus propósitos, al contexto que lo rodea y al tipo de vínculos que desean generar. Por lo tanto, se puede concluir que el perfil emprendedor es un aspecto importante dentro del emprendedurismo. Esto se evidencia en los resultados encontrados en las entrevistas realizadas. Los emprendedores no sólo son actores que toman y ejecutan decisiones para su desarrollo y crecimiento económico, sino también son agentes de cambio, transformadores de ideas, innovadores, creadores, constructores y generadores de empleo.

Con respecto a esto, otro elemento esencial mencionado en este trabajo, es la visión. Ésta es primordial porque es la que traza el camino, direcciona a los emprendedores y permite mantener el enfoque correcto en cuanto al propósito de sus emprendimientos. De esta manera, existe una relación estrecha entre dicho perfil y la visión. Un enfoque correcto permite dirigir y encauzar todo lo que el emprendedor es, tiene y hace para lograr sus objetivos personales y profesionales. Sin ésta, existe poca probabilidad que los emprendimientos tengan éxito. Por lo tanto, para que éstos no fracasen en el intento, es importante determinar hacia dónde se desea llegar y mantener el enfoque adecuado, a pesar de los obstáculos o dificultades que se puedan presentar en el camino. Por lo tanto, la visión es esencial para mantener la sostenibilidad de los emprendimientos a lo largo del tiempo.

Por último, otro punto importante a tener en cuenta, asociado al perfil de los emprendedores entrevistados, se evidencia dos aspectos clave. En primer lugar, el esfuerzo. Éste es muy mencionado por los mismos en la mayoría de las entrevistas. En relación a esto, el mismo funciona como un activador entre la idea creativa y las acciones emprendedoras. Es

decir, el esfuerzo impulsa a la acción y a la consecución de los objetivos de los mismos. En segundo lugar, la valentía es una cualidad característica de los emprendedores, ya que la asunción de riesgos implica tomar decisiones determinantes y, muchas veces, riesgosas. Además, el cambio del estilo de vida asumido por los emprendedores entrevistados requirió un cierto grado de valentía, ya que algunos de ellos decidieron dejar sus trabajos en relación de dependencia para emprender. Por ende, estos dos elementos mencionados en relación a los resultados obtenidos, resultan significativos, ya que tanto el esfuerzo como la valentía contribuyen en gran manera a la prosperidad de los emprendimientos. Es decir, permiten a los emprendedores prosperar en todas las decisiones relacionados a los mismos.

Un último punto importante para cerrar las conclusiones con respecto al perfil, resulta importante destacar lo que plantea la autora Ávila Angulo (2021) con respecto a éste. La misma sostiene que, el emprendedor es considerado como “un agente económico hacedor y transformador de oportunidades y actividad económica” (Ávila Angulo, 2021, p. 43) y como un “innovador, que identifica, crea y aprovecha oportunidades, caracterizado por su capacidad, competencia y destreza en la toma de decisiones y riesgos asumidos” (Ávila Angulo, 2021, p. 43). Por lo tanto,

el estudio del emprendedor como individuo permite visualizarlo como un ente integral, sin embargo, la variedad de enfoques y perspectivas de dicho fenómeno hace que la identifique como débil en su marco conceptual. Sin embargo, la aparición de esta nueva línea de investigación que integra: innovación, emprendimiento y conocimiento, permite no solo visibilizar ese proceso de aprendizaje, por tanto, es fundamental replantear la formación empresarial, mediante una reformulación de sus planes y programas, que encare con propiedad la coyuntura y los retos de una socioeconomía globalizada. (Ávila Angulo, 2021, p. 44)

A partir de lo investigado por la autora y en relación al tema estudiado, es fundamental que se le brinde al perfil emprendedor la importancia que se merece, desde la acción conjunta de parte de todos los actores que trabajan el emprendedurismo por medio el programa y de las políticas municipales de la ciudad.

El emprendimiento como alternativa al desempleo

Cuando una sociedad necesita transformarse y lograr mejores condiciones de vida y cimentar propuestas incluyentes en un Estado participativo y en el reconocimiento de los derechos de los ciudadanos, es desde esta perspectiva que adquiere sentido y valor una propuesta de fomento a la Cultura de Emprendimiento, que convoque energías, y avale espacios de creación e innovación, materializados en oportunidades reales para los seres humanos como protagonistas de las propias transformaciones y el mejoramiento de sus contextos. (Duarte & Ruiz Tibana, 2009, p. 327)

Teniendo en cuenta lo investigado con respecto al tema seleccionado, y a partir de la perspectiva de los autores citados anteriormente, se concluye que, es necesario y de vital importancia brindar tanto oportunidades como herramientas a los jóvenes que deciden

emprende. En la actualidad, se puede observar un aumento de la desigualdad, del desempleo y de la distribución de la riqueza, en dónde parece que sólo unos pocos tienen el derecho de crecer económicamente y prosperar. Por lo que, las políticas de empleo, como lo es el Programa Rafaela Emprende contribuye enormemente en el fomento de la cultura emprendedora de la ciudad. Sin embargo, para que los emprendedores puedan sobrevivir en el mercado, es esencial impulsar y trabajar la creatividad emprendedora, entre otras competencias demandadas por las nuevas tecnologías, para que dichos emprendimientos no sólo permanezcan a través del tiempo, sino que éstos permitan mejorar la calidad y el bienestar de vida de los mismos. Por lo tanto, la creación de emprendimientos se vislumbra como una alternativa para los jóvenes que están en situación de desempleo pero no garantiza una solución rápida porque conlleva tiempo, perseverancia, constancia y otros factores para que los emprendimientos puedan crecer y producir un impacto significativo tanto en lo económico como en lo social a largo plazo.

El ecosistema emprendedor y su relevancia

El ecosistema emprendedor que se produce gracias a los vínculos que se forman dentro del programa es relevante y una pieza clave, no sólo para el crecimiento y expansión de los emprendimientos, sino para los emprendedores mismos. Al tener este un enfoque de desarrollo territorial, los distintos actores que forman parte de dicho programa, contribuyen a la generación de vínculos con las diferentes instituciones, tanto públicas como privadas. Y estas, a su vez, colaboran con la consecución de los objetivos del mismo. Tal es el caso de las universidades, las cuales tienen convenios establecidos con la Municipalidad de Rafaela, por medio de los cuales articulan acciones determinadas para fomentar la generación de emprendimientos en los estudiantes, por medio de materias específicas y áreas destinadas a promover el emprendedurismo, como ocurre en la mayoría de las universidades en la ciudad.

De este modo, las interacciones que se llevan a cabo entre los diferentes actores permiten que se produzcan cambios constantes dentro del ecosistema emprendedor, impulsando la evolución y mejora de los emprendimientos. A su vez, este impulsa la prosperidad y la capacidad para generar riqueza a partir de las relaciones entre los diferentes actores y factores que intervienen, tal como lo plantea Marín Cardona y Cuartas Torres (2022). En relación a esto, se puede concluir que,

es necesario desarrollar y / o fortalecer (cuando éstos ya existan) un ecosistema emprendedor solidario para apoyar de forma integrada tanto las acciones para constituir estos emprendimientos como su desarrollo. El ecosistema debe integrar diversos actores (sector público, universidades, escuelas, sindicatos, cooperativas, empresas, etc.) dentro de las políticas y acciones que apoyen los EES³. Las políticas de apoyo deben ser formuladas como políticas de Estado y no solamente de gobierno, para lograr que las acciones sean permanentes y tengan continuidad. (Moráis y BASIC, 2020, 122)

³ EES: Economía social y solidaria

En el artículo “La importancia del ecosistema emprendedor para la economía social y solidaria en la nueva era tecnológica”, los autores Moráis y Bacic (2020) introducen una serie de explicaciones sobre lo que ocurre actualmente en el mundo laboral. Los autores explican que estamos en una “Nueva Era de la Automatización”, la cual se origina por los distintos avances tecnológicos como la robótica, la inteligencia artificial, los vehículos autónomos, los aprendizajes de máquina, entre otros, “en dónde las máquinas combinan o superan a los humanos en una variedad de actividades de trabajo, incluyendo aquellas que exigen habilidades cognitivas”. (Moráis & Bacic, 2020, p. 107)

Esta nueva era es un fenómeno que no está restringido al mundo empresarial e industrial, sino que se encuentra cada vez más difundido en innumerables dimensiones de la vida personal y cotidiana. Castells (2010), al abordar los posibles desarrollos en el uso de Internet a principios de este siglo, advirtió sobre el profundo impacto en las nuevas formas de relaciones personales y sociales, así como las nuevas posibilidades de investigación y aprendizaje, y los nuevos tipos de organizaciones y formas de trabajo. (Moráis y Bacic, 2020, p. 110)

En virtud de lo expuesto y en relación al tema investigado, es importante considerar que, ante los avances tecnológicos y las transformaciones en el mundo laboral que se van produciendo en la actualidad, es importante que los emprendedores adquieran otras herramientas, destrezas, aptitudes, habilidades y competencias acordes. Sin embargo, la creatividad sigue siendo esencial porque la tecnología no la puede sustituir. Además, por más que siga avanzando la tecnología y se produzcan nuevas transformaciones en el mundo laboral, es importante el fomento, el desarrollo y el aumento de ésta en los emprendedores así como también la innovación en las distintas áreas del emprendedurismo, para alcanzar un mayor nivel de creatividad que permita que los emprendimientos puedan sostenerse a lo largo del tiempo.

Bajo esta misma línea, desde el punto de vista de los autores citados, este escenario actual planteado resulta desalentador en cuanto a la distribución de la calidad de vida y los ingresos que perciben las personas. Por lo que, los autores hacen alusión a “la importancia de crear y fortalecer el ecosistema emprendedor solidario como forma de enfrentar los desafíos de la revolución digital dentro del actual contexto de aumento de la desigualdad que afecta gran parte del globo” (Moráis & Bacic, 2020, p. 108).

Bibliografía

- Agüero Corzo, E.C. y Dávila Morán, R.C. (2024). Impacto de la creatividad en la capacidad emprendedora de estudiantes universitarios. *Pro Hominum, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(2), 93-108.
<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0253>
- Aguilera Luque, A. M. (2017). El pensamiento divergente. ¿Qué papel juega en la creatividad? *Revista Research Gate*.
<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.5212429>
- Alcalá Martínez, A. T. y Caballero Beraun, D. M. (2024). Explorando la intención emprendedora y la creatividad. *Revista Ivecom, Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad*, 5(2), 1-12.
<https://revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/3349/543>
- Alcudia de la Fuente, D.H. y Méndez Ramírez, J.J. (2024). La economía creativa desde el marco conceptual de la realidad toluqueña digital en 2023, *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidad*, 5(3), 1968-1984.
<https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2172>
- Amabile, T. (1998). Cómo matar la creatividad. *Harvard Business Review*, 76(5), 77-87.
<https://hbr.org/1998/09/how-to-kill-creativity>
- Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., y Zumba Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Revista Conrado*, 15(70), 354-360.
<http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Ávila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto de emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Digital Investigación, & Negocios*, 14(23), 32-48.
<https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

- Cohen Arazi, M. y Alonso, A. L. (5 de enero de 2016). *La actividad emprendedora en Argentina*. Instituto de Estudios sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IERAL) de Fundación Mediterránea.
- Correa Tipán, J.L., Ledesma Cervantes, J. S. y Peñaherrera Larenas, F. (2019). Importancia de la innovación y creatividad en el desarrollo de productos. *Pro-Siencas: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 3(22), 31-37.
<https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol3iss22.2019pp31-37>
- Del Giorgio Solfa, F. y D'Amico, E. (2019) *Complejidad y obstáculos del ecosistema emprendedor argentino: El lado B de un sueño emprendedor* [Tesis de Maestría, Universidad de Buenos Aires]. <https://www.academica.org/del.giorgio.solfa/326>
- Duarte, T. y Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Revista Scientia Et Technica*, 15(43), 326-331.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Esquivías Serrano, M. T. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 5(1), 2-17.
<http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/art4.htm>
- Fernández, R. (15 de mayo de 2024). *Emprendimiento: Tasa TEA en potencias económicas mundiales seleccionadas en 2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/600306/startups-en-las-principales-potencias-economicas/>
- Gutama Chuñir, M.G. y Jimenez Benavides, P. (2019) *El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura* [Tesis de Pregrado, Universidad de Cuenca]. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/8f22cbb2-f9fa-4241-b8f1-b29b53db0669>
- Instituto de Capacitación y Estudios para el Desarrollo Local (2023). *Relevamiento Socioeconómico*,

<https://icedel.rafaela.gob.ar/archivos/ORDICEdel/Relevamiento%20Socioeconomico%202023.pdf>

Katz, A. M. (2020). Flexibilidad y creatividad emprendedora en pos de la creación de negocios de impacto. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (103), 295-299.
<https://doi.org/10.18682/cdc.vi103.4165>

Krizanovic, P. (31 de diciembre de 2021). *Radiografía de los emprendedores en Argentina: ¿cuánto son y cuánto facturan por año?* IProfesional.
<https://www.iprofesional.com/management/354022-radiografia-de-los-emprendedores-en-argentina-cuanto-ganan>

L Jaime Pérez, M. C. (2005). La evaluación de la creatividad. *Liberabit*, 11(11), 35-39.

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S172948272005000100005&lng=pt&tln_g=es.

La mente es maravillosa. (23 de octubre de 2023). *Los 5 tipos de creatividad según de DeGraff*.
https://lamenteesmaravillosa.com/tipos-creatividad-segun-degraff/#google_vignette

Latorre, M., Z .V. (2011) *La motivación, el autoconcepto y la creatividad, como factores esenciales para el emprendimiento* [Tesis de Posgrado, Universidad Católica de Pereira].
<http://hdl.handle.net/10785/575>

Laura Laura, A. J y Llamoca Blanco, N.S. (2019) *Creatividad como base fundamental para el emprendimiento*. [Tesis de Grado, Universidad Peruana Unión].
<https://repositorio.upeu.edu.pe/items/16432989-5ba4-4164-8097-b62b2d3f7629>

Loli Pineda., A. E., Dextre J., E., Del Carpio G., J. y La Jara G., E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(2), 139-151.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3751470>

- Marín Cardona, P.F. y Cuartas Torres, C.A. (2022). Ecosistemas de emprendimiento: hacia una reflexión práctica y conceptual. *Revista Universidad & Empresa*, 24(43), 1-38.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7686069>
- Moráis, L. y Bacic, M J. (2020). La importancia del ecosistema emprendedor para la economía social y solidaria en la nueva era tecnológica. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*,3, 105-125.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7686069>
- Municipalidad de Rafaela (2023). *Informe final Rafaela Emprende - Edición N 15*.
- Ovalles-Toledo, L.V., Moreno Freites, Z., Olivares Urbina, M. A. y Silva Guerra, H. (2018). Habilidades y Capacidades del Emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- Parra LaMontagne, M.S. (2017) *El proceso creativo y emprendedor* [Tesis de Grado, Instituto de Tecnología Sudamericano].
https://www.researchgate.net/publication/321756625_El_Proceso_Creativo_y_Emprendedor
- Peiretti (2013). El desarrollo emprendedor como política del territorio. El caso de Rafaela Emprende. Municipalidad de Rafaela
<https://www.rafaela.gob.ar/nuevo/Files/Infografias/Varios/83.pdf>
- Peñaherrera León, M. y Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempo de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55124596016>
- Pérez, P. E. y Busso, M. (2020). Jóvenes y emprendedurismo: discursos, política y trabajo independiente en la Argentina de Cambiemos. *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 23(3), 75-88.

<http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/Sociales/article/view/2752/PDF>

Piza Burgos, N. D., Amaiquema Márquez, F.A. y Beltrán Baquerizo, G.E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15 (70), 455-459.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S199086442019000500455&lng=es&tlng=es

Prada Ángel, J.M. (8 de septiembre de 2023). *América Latina está destinada a convertirse en una potencia mundial de innovación. Esta es la razón*. World Economic Forum.

<https://es.weforum.org/agenda/2023/09/america-latina-esta-destinada-a-convertirse-en-una-potencia-mundial-de-la-innovacion-he-aqui-por-que/>

Quispe Humpire, E. y González Álvarez, M. D. (2021). Características y gestión de la información estratégica de los emprendedores creativos: casos de modelos de negocio de empresas culturales y creativas peruanas. *Revista Biblios*, (83), 70-82.

<http://biblios.pitt.edu/10.5195/biblios.2021.1078>

Real Academia Española. (s.f.). Innovación. En *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 13 de febrero del 2025, <https://dle.rae.es/innovaci%C3%B3n>

Romero, L., Gudayol, E. y Padrós-Blázquez, F. (2019). Fluidez verbal, inteligencia y velocidad de procesamiento en adultos jóvenes con o sin actividad escolar: el impacto de la reserva cognitiva en adultos jóvenes. *Revista Chilena de NeuroPsicología*, 14(2), 30-34.

<https://doi.org/10.5839/rcnp.2019.14.02.06>

Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín J. L. y Barboza Arenas, L.A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de estudiantes universitarios. *Retos, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 67-82.

<https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.04>

Sánchez, E. (23 de octubre de 2023). *Los cinco tipos de creatividad según DeGraff*. La mente es maravillosa.

<https://lamenteesmaravillosa.com/tipos-creatividad-segun-degraff/>

Silva, J. E. (2008). *Emprendedor: crear su propia empresa*. Editorial Alfaomega.

https://books.google.com.ar/books/about/Emprendedor_crear_su_propia_empresa.html?hl=es&id=yukpQwAACAAJ&redir_esc=y

Silva Oliveira, M. de F. (2014). El concepto de emprendedorismo: ¿todavía un problema? *Revista Capital Científico*, 12(1), 1-15.

<https://doi.org/10.5935/2177-4153.20140007>

Terán-Yépez, E F. y Guerreo-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07), 7-22.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>

Valqui Vidal, R. V. (2009). La creatividad: conceptos. Métodos y aplicaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*, 49(2), 1-11.

<https://rieoei.org/RIE/article/view/2107>

Vásquez Gestal, M. (2000). Apuntes sobre creatividad: origen del término y supervivencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 25.

https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272005000100

Apéndices y/o Anexos

Entrevistas

En esta sección, se exponen, en primer lugar, la guía de preguntas que se realizaron a los emprendedores durante las entrevistas. Dicha guía consta de dos partes. Por un lado, se hicieron preguntas generales para conocer al emprendedor, sobre su emprendimiento, su participación en el programa Rafaela Emprende y la creatividad relacionada a este último y al emprendedurismo. Las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Cuánto hace que sos emprendedor?
2. ¿Cuántos años tenés?
3. Actualmente, ¿trabajas? ¿Cuál es tu actividad laboral?
4. ¿Tu emprendimiento es tu actividad primaria de trabajo?
5. ¿De dónde sos?
6. ¿Cuál es tu formación educativa?
7. ¿Cómo se llama su emprendimiento? ¿A qué rubro pertenece? ¿Qué es lo que brinda tu emprendimiento? (Productos, servicios, etc.).
8. ¿Cuántos años hace que arrancó con su emprendimiento?
9. En la actualidad, ¿cuenta con empleados?
10. ¿Por qué decidió emprender?
11. ¿Su emprendimiento nació de una idea previa? ¿Cómo surgió esa idea?
12. ¿En qué año realizó la capacitación en el programa Rafaela Emprende?
13. ¿Qué fue lo que le impulsó a participar en dicho programa?
14. ¿Cuáles fueron las herramientas que le brindaron durante la capacitación en el programa para el desarrollo de su emprendimiento?
15. ¿En qué momento del plan de capacitación puede decir que estuvo presente la creatividad? (Puede ser en los contenidos, en los profesores, en los tutores, en los procesos de enseñanza y aprendizaje)
16. Durante el plan de capacitación, ¿le brindaron técnicas o métodos para desarrollar la creatividad? ¿Cuáles fueron?
17. Al finalizar su participación en el programa, ¿de qué manera influyeron las capacitaciones sobre su creatividad para emprender?
18. ¿Considera que es importante abordar la creatividad en dicho plan de capacitación?
19. ¿Qué competencias/conocimientos/habilidades considera que son necesarias para poder emprender?
20. Por otro lado, cuando usted creó su emprendimiento, ¿hizo uso de la creatividad? Si es afirmativa la respuesta, ¿de qué manera?
21. ¿Considera que la creatividad es necesaria para que su emprendimiento tenga éxito?

Por otro lado, en la segunda parte de la entrevista, se llevó a cabo una medición de la creatividad basada en el Test de Usos Alternativos de Guilford, el cual se basó en distintos ejercicios agrupados según la variable a analizar, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración. A continuación, se muestran cada una de ellas.

Fluidez

1. Enumera tantos usos posibles para un corcho.
2. Haz una lista de todas las palabras que puedas pensar que comiencen con la letra “c”.
3. Describe tantas maneras posibles de viajar de un lugar a otro.

Flexibilidad

1. Piensa en un situación hipotética (se rompe una máquina/instrumento de trabajo). Describe cómo la resolverías o adaptarías.
2. Cambia el propósito de un objeto común (reloj). ¿Qué uso le darías?

Originalidad

1. Diseña un nuevo producto o servicio. Describe sus características y beneficios.
2. Escribe un cuento corto que comience con la frase “De repente, descubrí que....”

Elaboración

1. Toma una idea simple (casa) y descríbela con detalles y características adicionales.
2. Crea una herramienta útil que pueda ayudar en el desarrollo o consecución de los objetivos en tu emprendimiento.

Matrices

Para el análisis de la información, se decidió elaborar dos matrices diferentes. En primer lugar, se muestra la matriz N° 1, en dónde se analizan solamente las preguntas relacionadas a las variables de la creatividad y el emprendimiento. Por otro lado, la matriz N° 2 se diseñó para analizar las respuestas de los ejercicios realizados en el test. Dichas matrices se crearon en base a las preguntas que se hicieron en las entrevistas a los emprendedores. Es importante aclarar, que por el tamaño de las mismas, se decide adjuntarlas en un archivo PDF aparte. Por lo que, se decide realizar la siguiente tabla con el objetivo de facilitar un orden para su lectura.

Tabla 13

Matrices 1 y 2

Matrices	Nombre
1	Matriz Creatividad – Emprendimiento
2	Matriz Evaluación de la Creatividad

Nota: elaboración propia