

EMPRENDIMIENTO Y CREATIVIDAD

Aspectos esenciales
para crear empresa



Mercedes Parra Alviz - Germán Rubio Guerrero
Laura Marcela López Posada

ECOE
EDICIONES



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	XI
INTRODUCCIÓN	XV
CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DE LA ACTITUD Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR	1
1.1 Emprendimiento	2
1.2 Actitud emprendedora.....	7
1.3 Espíritu emprendedor.....	12
1.4 Emprender	13
1.5 Emprendedor	14
CAPÍTULO 2. LA CREATIVIDAD	35
2.1 Creatividad	37
2.2 El concepto de creatividad a lo largo de la historia	46
2.3 Etapas en el estudio de la creatividad	47
2.4 Niveles de la creatividad	49
2.5 Componentes de la creatividad	49
2.6 Proceso creativo	50
2.7 Principios de la creatividad	51
2.8 Tipos de creatividad	53
2.9 Modelos actuales de creatividad	55

2.10 Pensamiento creativo	62
2.11 Barreras en la creatividad	63
2.12 Técnicas para fomentar la creatividad.....	65
CAPÍTULO 3. MOTIVACIÓN EMPRESARIAL.....	79
3.1 Proceso de la motivación	82
3.2 Teorías motivacionales	86
CAPÍTULO 4. EL EMPRESARIO.....	103
4.1 Características de los empresarios	110
4.2 Valores que deben tener los empresarios	110
4.3 Perfil empresarial	111
4.4 ¿Tiene madera de empresario?	111
4.5 Factores que influyen para ser empresario	112
4.6 Problemas que afrontan los empresarios	112
4.7 Educación empresarial	113
CAPÍTULO 5. LA EMPRESA.....	123
5.1 ¿Qué es la empresa?	124
5.2 Clasificación de las empresas	125
5.3 Análisis del entorno	133
CAPÍTULO 6. PLAN DE NEGOCIO.....	145
6.1 ¿Qué es un plan de negocios?	146
6.2 Características del plan de negocios	149
6.3 Pasos para elaborar el plan de negocios	149
6.4 Estructura general del plan de negocios	150
6.5 Elementos del modelo de negocios	151
6.6 Elementos del modelo de negocios.....	154
BIBLIOGRAFÍA	175

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Aporte de los clásicos	16
Tabla 2.	Aporte de los neoclásicos.....	17
Tabla 3.	Aportes de las escuelas del pensamiento según Fonrouge (2002).....	18
Tabla 4.	Aportes generales de otros autores.....	20
Tabla 5.	Teorías personológicas e interaccionales de la creatividad (Garaigordobil, 2006).....	38
Tabla 6.	Componentes de la creatividad en el modelo de Amabile (1983).....	39
Tabla 7.	Componentes y subcomponentes de la creatividad, adaptado del Modelo componencial desarrollado por Urban (1990, 1995).....	57
Tabla 8.	Recursos que intervienen en la creatividad. Sternberg y Lubart (1993).....	59
Tabla 9.	Niveles de la organización y estructura del Pensamiento Productivo (Adaptado de Treffinger, Feldhusen y Isaksen, 1990).....	61
Tabla 10.	Definiciones modelo de negocio	146

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Características de la actitud emprendedora.....	7
Figura 2.	Emprendedores según Schollhammer	25
Figura 3.	Características de los emprendedores.....	28
Figura 4.	Triangulación de la creatividad, imaginación e innovación.	43
Figura 5.	Hemisferios derecho e izquierdo.....	62
Figura 6.	Estilos de pensamiento	63
Figura 7.	Método TRIZ	73
Figura 8.	Ciclo Motivacional	83
Figura 9.	Premisas del comportamiento humano.....	84
Figura 10.	Pirámide de las necesidades de Maslow	87
Figura 11.	Organizaciones lucrativas.....	128
Figura 12.	Empresas Agropecuarias	129
Figura 13.	Empresas industriales.....	130
Figura 14.	Empresas comerciales	130
Figura 15.	Flujograma empresas mayoristas.....	131
Figura 16.	Flujograma de empresas comerciales.....	132
Figura 17.	Flujograma de empresas minoristas.....	132
Figura 18.	Elementos del enfoque sistémico.....	135
Figura 19.	Enfoque sistémico de la organización.....	135
Figura 20.	Ambiente General.....	137
Figura 21.	Ambiente macroeconómico y microeconómico	140

An abstract graphic at the top of the page consists of numerous black lines of varying lengths and orientations that converge towards a central point on the left side, creating a sense of depth and movement. The lines are arranged in a way that suggests a perspective or a funnel shape.

PRESENTACIÓN

Este libro da algunas pautas de cómo iniciarse y convertirse en un buen emprendedor en un mundo globalizado, donde hacer empresa es más cuestión de actitud positiva, de pensamiento creativo, de capacidad para asumir responsabilidades y de valor para enfrentar riesgos. Las empresas modernas vienen a ser tan exitosas como sean las condiciones humanas de quienes las conforman, las organizan y las dirigen hacia objetivos de progreso y supervivencia.

En el libro encontrará seis capítulos. El primero está relacionado con las generalidades de la actitud y el espíritu emprendedor; el segundo capítulo tiene que ver con la creatividad empresarial, que le permitirá descubrir que tan creativo es usted; el tercero es sobre la motivación empresarial relacionado con las diferentes teorías y su impacto en el emprendimiento; el cuarto sobre el empresario, en donde le permitirá evaluar si usted tiene la destreza y el empuje para ser empresario; el quinto capítulo está relacionado con la empresa, donde encontrará diferentes puntos de vista sobre que es la empresa y el entorno; el sexto capítulo tiene que ver con el plan de negocios, donde podrá plasmar su proyecto en cualquiera de las metodologías para someterlo a concurso.

¿Quién puede utilizar este libro?

Este libro se elaboró pensando en los estudiantes, empresarios, profesionales y demás personas que se encuentran interesadas en la creación de empresas, cuyo propósito es recibir orientación sobre cómo planificar, iniciar y poner en marcha

una empresa, comprendiendo y conociendo cada una de las fases y pasos que constituyen dicho proceso.

El Grupo de Investigación en Mercadeo y Negocios (GIMN) y el Grupo de Investigación en Desarrollo Económico y Empresarial de la Universidad del Tolima (GIDEUT), de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima, comprenden la importancia de constituir empresas de manera legal con proyección competitiva y perdurable en el tiempo, que generen crecimiento y desarrollo para la ciudad y la región. En este orden de ideas, los docentes, basados en sus experiencias académicas y profesionales, apoyan las iniciativas emprendedoras de las ideas de negocio de sus estudiantes.

¿Por qué consultar este libro?

En este mundo globalizado se requieren emprendedores con una alta capacidad creativa que sean capaces de transformar la realidad, que promuevan el cambio, generen alternativas de empleo, valoren a su gente, fomenten el emprendimiento y a la vez estén comprometidos con la responsabilidad social y ambiental. Las personas que consulten este libro podrán encontrar todos los pasos para crear una empresa, de una forma muy creativa. Con el fin de fundar una empresa se requiere el apoyo y la asesoría adecuada de expertos, que sirvan de guía para la estructuración, puesta en marcha y consolidación de la nueva empresa, aumentando así sus posibilidades de éxito.

Cuestionario

Conteste por favor las siguientes preguntas:

- | | | |
|---|---------|---------|
| ¿Es empresario? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Le gustaría incursionar en el mundo empresarial? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Tiene actitud y espíritu emprendedor? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Le gusta asumir retos? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Le gusta asumir riesgos? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Se considera una persona creativa? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Se considera una persona proactiva? | SI ____ | NO ____ |
| ¿Conoce los diferentes modelos de hacer negocios? | SI ____ | NO ____ |

Si ha respondido en su mayoría **SI** a las anteriores preguntas, bienvenido al mundo de los negocios. En este libro encontrará pautas para convertirse en un empresario exitoso. Si ya es empresario, este texto también le ayudará a mejorar sus prácticas organizacionales.

An abstract graphic at the top of the page consists of numerous black lines of varying lengths and orientations. Some lines are parallel and extend across the width of the page, while others converge towards a point on the right side, creating a sense of depth and movement. The lines are set against a white background.

INTRODUCCIÓN

Cada día se agotan las posibilidades de conseguir un buen empleo en el sector público y privado, razón por la cual la política del gobierno, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es asumir trascendentales retos como el fomentar la cultura del emprendimiento, lo cual lo convierte en el ente responsable de la política pública en la materia.

La política de emprendimiento en Colombia está fundamentada en tres pilares: 1) facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial, 2) promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación, y 3) promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia. En el año 2006 se crea la Ley 1014 del Congreso de Colombia, de fomento para la cultura del emprendimiento. Donde se obliga a las instituciones educativas a trabajar sobre el emprendimiento y a apoyar las diferentes iniciativas que surjan entre los estudiantes, con el fin de propender a una mejor calidad de vida para ellos.

Hoy por hoy, vemos que los avances en materia de tecnología son importantes porque permiten a las empresas y a las personas mantenerse actualizadas y, así, ser más competitivas en un mundo empresarial difícil y dinámico debido a los cambios que se dan a nivel cultural, económico, político, ambiental y tecnológico. En cierta forma, este mundo obliga a las personas a tener un cambio de actitud, a que sean más emprendedoras y creativas, usando la imaginación de manera tal que

traspase los límites del “no puedo”, es decir, que se conviertan en emprendedores comprendiendo que el futuro no existe: hay que imaginarlo y crearlo, nada es imposible.

El (la) emprendedor(a) debe ser un(a) enamorado(a) de la aventura y del riesgo, debe tener mucha pasión por lo que hace. Esto le permitirá alcanzar lo deseado y convertirse en un gran forjador de realidades. Todo lo que se quiere está en la mente, si tiene actitud positiva podrá lograr lo que se proponga e incluso superar las expectativas personales.

Los autores quieren invitarlo(a) a comprar un boleto para iniciar un vuelo hacia el emprendimiento y la creatividad, en donde podrá vivir la gran aventura de su vida y cumplir su sueño de convertirse en un empresario de éxito. No le tema al fracaso, solo debe intentarlo cuantas veces sea necesario. Probablemente habrá que levantarse muchas veces, así como el niño cuando está aprendiendo a dar sus primeros pasos. El mundo es para aquellas personas que tienen ideas, sueños, metas y ganas de surgir a pesar de las adversidades, solo tenga fe y confianza en sus conocimientos y habilidades, y dé ese primer paso hacia el mundo empresarial.

Éxitos

EMPRENDIMIENTO Y CREATIVIDAD

Durante siglos predominó la idea de que la creatividad es un don poderoso otorgado a personas excepcionales. Hoy, la creatividad ya no es una virtud de unos pocos, se ha transformado en una alternativa innovadora para afrontar la realidad dinámica del mundo actual. Esta se ha articulado con el emprendimiento en la planificación y puesta en marcha de empresas.

El libro es una guía para convertirse en un buen emprendedor en un mundo globalizado, dónde hacer empresa es cuestión de actitud positiva, pensamiento creativo y valor para asumir riesgos. El primer capítulo presenta las generalidades de la actitud y el espíritu emprendedor; el segundo, la creatividad empresarial; el tercero, la motivación empresarial; el cuarto, las características del empresario; el quinto, la empresa y su entorno; el sexto finaliza con el plan de negocios.

Este libro va dirigido a estudiantes, profesionales, empresarios y todo aquel interesado en iniciar en el campo del emprendimiento y quiera crear empresa.

Colección: Ciencias empresariales

Área: Emprendimiento y liderazgo

ECOE
EDICIONES

www.ecoediciones.com

Incluye

- ▶ Presenta casos de emprendedores exitosos con sus proyectos de creatividad empresarial e innovación organizacional.
- ▶ Aborda temas de actualidad, relacionados con la creatividad y el emprendimiento.
- ▶ Contiene cuestionarios y talleres sobre cada tema tratado.
- ▶ Propicia la generación de habilidades y competencias emprendedoras, creativas e innovadoras.

Mercedes Parra Alviz

Administradora de empresas (U. de la Salle), especialista en Alta gerencia (U. Surcolombiana) y en Aprendizaje para el desarrollo autónomo (UNAD). Master en Administración (U. del Valle) y en Educación (U. Pedagógica). Autora de *Huella empresarial, De emprendedores a empresarios*, entre otros. Docente de la U. del Tolima y coordinadora del grupo de investigación Mercadeo y Negocios.

Laura Marcela López Posada

Administradora de empresas (UNAL). Magister en Administración – Estudios organizacionales (U. de los Andes), en Administración – Gestión (UNAL) y en Dirección de empresas (Mondragon U.). Doctora *cum laude* en Emprendimiento, cooperativismo e innovación social, de la última. Docente e investigadora de la U. del Tolima, integrante del grupo de investigación en Desarrollo Empresarial.

Germán Rubio Guerrero

Administrador de empresas (U. del Tolima). Magister en Administración (UNAL) y en Producción y operaciones (U. Sergio Arboleda). Doctor en Gestión (EAN) y en Ciencias empresariales (U. Antonio de Nebrija). Coautor de *Modelos de gestión de la calidad en el servicio al cliente*, entre otros. Docente de la U. del Tolima y coordinador del grupo de investigación en Desarrollo Económico y Empresarial.

ISBN 978-958-771-502-6



9 789587 715026

e-ISBN 978-958-771-503-3