

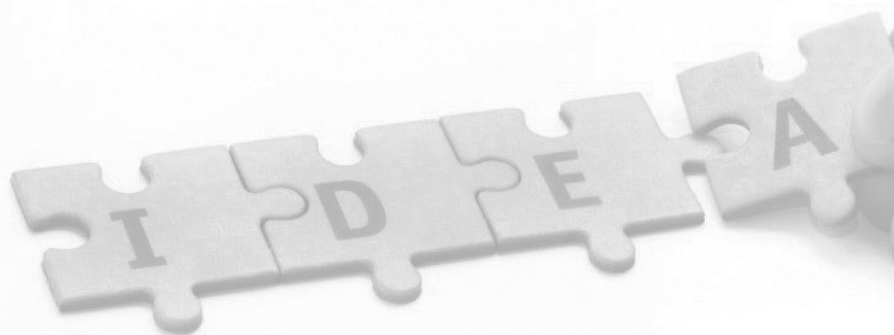


# Emprendimiento y Empresarismo

Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa

Mario Enrique **Uribe** Macías  
Juan Fernando **Reinoso** Lastra





# Emprendimiento y Empresarismo

Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa

Juan Fernando **Reinoso** Lastra

Mario Enrique **Uribe** Macías

GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN ESTRATEGIA, ESTRUCTURA  
Y CULTURA ORGANIZACIONAL E.C.O.

Uribe Macías, Mario Enrique y Reinoso Lastra, Juan Fernando  
Emprendimiento y empresarismo / Mario Enrique Uribe Macías y Juan Fernando  
Reinoso Lastra. -- Bogotá: Ediciones de la U, 1a.ed. 2013  
126 p. ; 24 cm.

1. El emprendimiento 2. El emprendimiento empresarial 3. El ecosistema  
emprendedor 4. Emprendimiento empresarial: estudio de casos 5. La idea y el proyecto  
de empresa I. Tít.  
658.812 cd 21 ed.

Área: Gestión empresarial

Primera edición: Bogotá, Colombia, mayo de 2013

© Mario Enrique Uribe Macías - meuribem@gmail.com

© Juan Fernando Reinoso Lastra - jfreinos@gmail.com

GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y CULTURA ORGANIZACIONAL E.C.O.

(Foros de discusión, blog del libro y materiales complementarios del autor  
en [www.edicionesdelau.com](http://www.edicionesdelau.com))

© Ediciones de la U - Transversal 42 #4 B-83 - Tel. (+57-1) 4065861 - 4942601

[www.edicionesdelau.com](http://www.edicionesdelau.com) - E-mail: [editor@edicionesdelau.com](mailto:editor@edicionesdelau.com)

Bogotá, Colombia

**Ediciones de la U** es una empresa editorial que, con una visión moderna y estratégica de las tecnologías, desarrolla, promueve, distribuye y comercializa contenidos, herramientas de formación, libros técnicos y profesionales, e-books, e-learning o aprendizaje en línea, realizados por autores con amplia experiencia en las diferentes áreas profesionales e investigativas, para brindar a nuestros usuarios soluciones útiles y prácticas que contribuyan al dominio de sus campos de trabajo y a su mejor desempeño en un mundo global, cambiante y cada vez más competitivo.

Coordinación editorial: Adriana Gutiérrez M.

Carátula: Ediciones de la U

Diagramación: Daniela Parra

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro y otros medios, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

## Apreciad@ lector:

Es gratificante poner en sus manos esta obra, por esta razón le invitamos a que se registre en nuestra web: **www.edicionesdelau.com** y obtenga beneficios adicionales como:

- ✓ Complementos digitales de esta obra
- ✓ Actualizaciones de esta publicación
- ✓ Interactuar con los autores a través del blog
- ✓ Descuentos especiales en próximas compras
- ✓ Información de nuevas publicaciones de su interés
- ✓ Noticias y eventos



Para nosotros es muy importante conocer sus comentarios. No dude en hacernos llegar sus apreciaciones por medio de nuestra web.

Visítenos en [www.edicionesdelau.com](http://www.edicionesdelau.com)



aprendiz en línea @je

Desarrollamos y generamos alianzas para la disposición de contenidos en plataformas web que contribuyan de manera eficaz al acceso y apropiación del conocimiento. Contamos con nuestro portal especializado en e-learning:

Visítenos en [www.aprendizajeenlinea.com](http://www.aprendizajeenlinea.com)





# Contenido

Introducción.....	11
<b>Capítulo 1. El Emprendimiento.....</b>	<b>13</b>
1.1 CONCEPTO.....	13
1.2 TIPOS DE EMPRENDIMIENTO.....	17
1.3 ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS.....	19
<b>Capítulo 2. El Emprendimiento Empresarial.....</b>	<b>23</b>
2.1 CONCEPTO Y ESTADO ACTUAL.....	23
2.2 HACIA UNA CULTURA EMPRENDEDORA.....	24
2.3 CONCEPTOS RELACIONADOS.....	30
2.4 COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y EMPRESARIALES.....	36
<b>Capítulo 3. El ecosistema emprendedor.....</b>	<b>43</b>
3.1 CONCEPTO.....	43
3.2 ESTADO ACTUAL.....	44
3.3 ACCIONES PROPUESTAS.....	46
<b>Capítulo 4. El emprendimiento empresarial: estudio de casos.....</b>	<b>49</b>
CASO 1: GRANJA BUENOS AIRES.....	49
CASO 2: RÁPIDO TOLIMA.....	52
CASO 3: COOPERTIVE.....	59

**Capítulo 5. La idea y el proyecto de empresa .....63**

5.1 LA IDEA DE EMPRESA.....	63
5.1.1 Introducción .....	63
5.1.2 Presentación .....	65
5.1.2.1 Descripción.....	65
5.1.2.2 Desarrollo metodológico.....	66
5.1.2.3 Consideraciones generales.....	66
5.1.3 Desarrollo de la idea de empresa.....	69
5.1.3.1 Búsqueda de ideas de empresa .....	69
5.1.3.2 Generación de ideas de empresa .....	70
5.1.3.3 Evaluación de las ideas de empresa .....	71
5.1.3.4 Selección y descripción de la idea de empresa .....	73
5.2 EL PROYECTO DE EMPRESA .....	79
5.2.1 Misión, visión, objetivos y estrategias.....	83
5.2.2 Aspectos de mercadeo y ventas.....	87
5.2.3 Aspectos operativos o de producción .....	108
5.2.4 Aspectos administrativos y organizacionales .....	111
5.2.5 Aspectos legales y jurídicos .....	114
5.2.6 Aspectos de finanzas.....	117
5.2.7 Evaluación .....	123

**Capítulo 6. Conclusiones y recomendaciones ..... 125**

6.1. CONCLUSIONES.....	125
6.2 RECOMENDACIONES.....	126
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	127



## Índice de tablas

Tabla 5.1. Lluvia de ideas de empresa.....	70
Tabla 5.2. Matriz de evaluación de ideas de empresa.....	71
Tabla 5.3. Evaluación comparativa de ideas .....	72
Tabla 5.4. Análisis de proveedores .....	91
Tabla 5.5. Cálculo de costo unitario de producción.....	110
Tabla 5.6. Factores salariales.....	112
Tabla 5.7. Plan de inversión inicia.....	119
Tabla 5.8. Flujo de caja.....	123

## Índice de figuras

Figura 5.1. Metodología de emprendedor a empresario.....	64
Figura 5.2. Principios de la planeación .....	67
Figura 5.3. Partes del proyecto de empresa.....	82
Figura 5.4. Análisis PEST.....	93
Figura 5.5. Factores del entorno.....	94
Figura 5.6. Mezcla de mercadeo .....	98
Figura 5.7. Ciclo de vida del producto .....	100
Figura 5.8. Canales de distribución.....	103
Figura 5.9. Estructura organizacional funcional .....	113
Figura 5.10. Tipos de empresa .....	116
Figura 5.11. Fuentes de financiación.....	120
Figura 5.12. Ejemplo de balance general.....	121
Figura 5.13. Estado de resultados.....	122



## Introducción

En el emprendimiento se conjugan diversas variables que van desde lo personal (actitud emprendedora) hasta lo estructural (ecosistema emprendedor). Se quiere hacer la diferencia entre el emprendimiento como tal y el emprendimiento empresarial, para no caer en el error de entender que el emprendimiento solo corresponde a quienes crean empresa, pues, hay diversas clases de emprendimiento que coinciden en una finalidad productiva y beneficiosa para la sociedad.

En la primera parte, se presenta el emprendimiento con la intencionalidad de desligarlo del concepto de empresarismo, aunque su evolución indique que desde el principio ha tenido una connotación económica y empresarial. Diferencia, que es necesario tener en cuenta en muchos aspectos como el formativo, pues brinda una mayor posibilidad de aprovechamiento del emprendimiento de las personas y una orientación distinta a lo económico y empresarial, que en muchas ocasiones provoca distorsiones en su aplicación con consecuencias negativas para el colectivo.

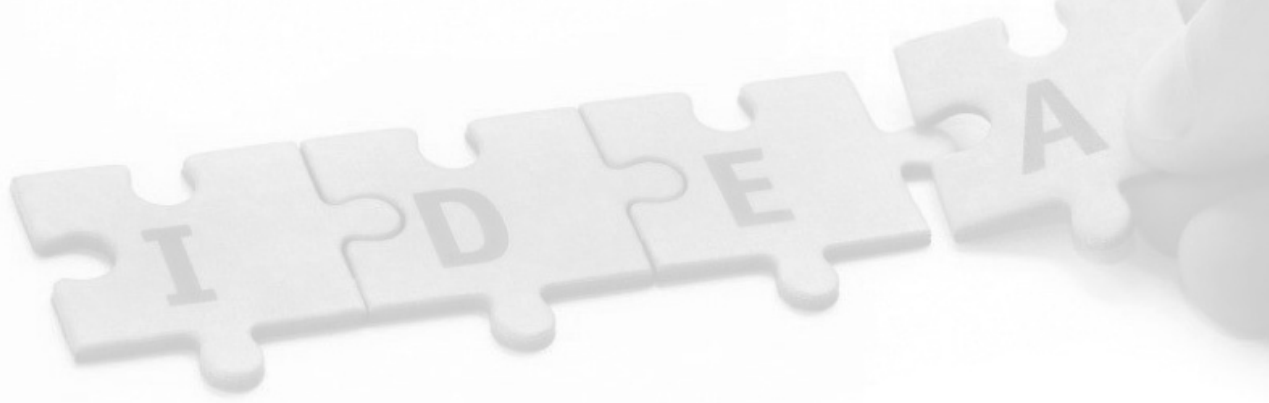
En la segunda parte aparece el concepto de emprendimiento empresarial o empresarismo, asociándolo a la cultura emprendedora y a las competencias emprendedoras y empresariales para facilitar un proceso de formación y aprendizaje.

Dado que no se trata de acciones o situaciones aisladas, sino como partes integrales de un proceso, en la tercera parte se trata el ecosistema emprendedor, complementando los conceptos anteriores y como condición necesaria para poder orientar el emprendimiento hacia fines socialmente productivos.

Al presentar en el cuarto capítulo algunos estudios de casos relacionados con emprendimientos y/o emprendedores, se pretende mostrar el proceso en la práctica e identificar sus etapas.

Como un producto esperado dentro del proceso de emprendimiento, se presentan como apoyo la idea y el proyecto de empresa, dado que son insumos necesarios para desarrollar lo que el centro de desarrollo del espíritu empresarial de la Universidad ICESI, presenta en su modelo de proceso empresarial, como etapas analítica y económica.

Este es un texto que aporta diferentes elementos que pueden ser incluidos como insumos para la formación emprendedora en diferentes niveles, las acciones institucionales de emprendimiento dentro de un ecosistema emprendedor y la formulación de políticas públicas de emprendimiento.



## Capítulo 1.

# El Emprendimiento

### 1.1 CONCEPTO

La ley 1014 de 2006 (Congreso de la República de Colombia) define el emprendimiento como “la capacidad de la persona para crear a partir de significados, aprender a solucionar problemas, con base en sus emociones, su creatividad, sus actitudes y valores personales, lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que éste brinda para beneficio propio y el de la sociedad en la que está inmerso. Esto le permite fijarse metas y retos para alcanzarlos estableciendo un estilo de vida caracterizado por actitudes, habilidades, valores, competencias, conocimientos en donde están presentes la innovación, la creatividad, la autoconfianza, la ética y la capacidad para analizar el entorno, comprender procesos y desarrollar proyectos”. Cuando se habla de emprendimiento, se parte de la persona para llegar a su contexto, el emprendimiento es personal y social, se inicia con la identificación y potencialización personal para orientarlo hacia dimensiones sociales por sus efectos.

La misma ley denominada *de fomento al emprendimiento*, hace una diferencia entre emprendimiento y empresarialidad (empresarismo), al dar otro concepto de emprendimiento como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” y, define la empresarialidad como “despliegue de la capacidad creativa de la