

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 thicknesses that converge from the top corners towards the center, creating a sense of depth and perspective. The lines are arranged in a way that suggests a three-dimensional structure 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.

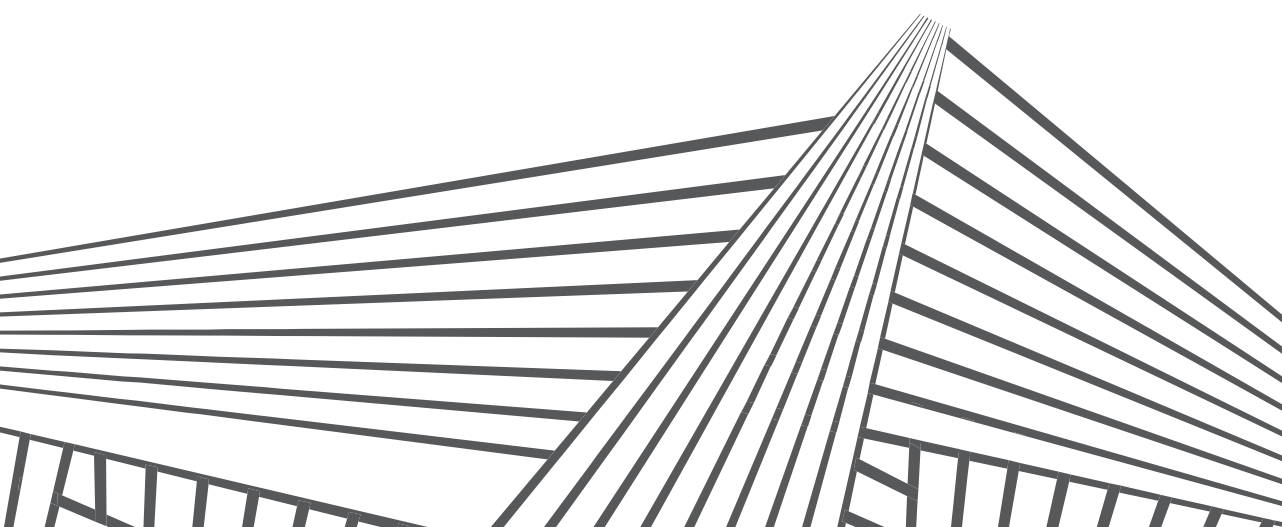
Éxitos



CAPÍTULO 1

GENERALIDADES DE LA ACTITUD Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR

Al final del capítulo, se debe tener la capacidad de:

- *Plantear un concepto sobre la actitud emprendedora.*
 - *Diferenciar cuáles personas tienen actitud emprendedora.*
 - *Identificar qué tipos de emprendedores existen.*
 - *Plantear su propia definición de emprender y emprendedor.*
- 

1.1. Emprendimiento

Kuratko (2008, p. 4) y Morris. (1998. p. 17), citados por Romero (2010), señalan que el emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas.

La definición de emprendimiento de Venkatamaran (2004), citado por Romero (2010), es:

Es aquella persona que es capaz de imaginar una posibilidad futura de empresa dentro de una estructura de macro fuerzas y tendencias, toma las decisiones necesarias para cambiar el futuro en una situación actual, sin restringirse por los recursos que tenga a su disposición.

La Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento del Congreso de Colombia plantea que:

El emprendimiento es 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.

Así mismo, la Ley 1014 de 2006 señala:

- El Estado debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el alumno esté en capacidad de crear su propia empresa, que sea capaz de adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo, es decir como un intraempresario (Art. 1).
- En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio, en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria y educación media, cumplir con la definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios. En este sentido deben: Transmitir en todos los niveles escolares un conocimiento fundamentado en el campo del emprendimiento, formar actitud favorable a la innovación y la creatividad, y desarrollar competencias para generar empresas (Art. 13).
- Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos en todos los niveles escolares, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de habilidades emprendedoras y una visión clara

de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades (Art. 13, numeral 3).

- Promover actividades tales como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia (Art. 13, numeral 4).

El artículo 2 de la misma Ley 1014 de 2006, establece su objeto:

- Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución Política de Colombia y los previstos en la presente ley;*
- Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;*
- Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;*
- Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;*
- Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;*
- Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;*
- Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;*
- Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y [clústeres] productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;*
- Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;*

- j. *Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad a las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.*

Para adquirir una buena formación en emprendimiento se requiere contar con buenas universidades o escuelas que fomenten las habilidades y apoyen su inmersión en el mercado. Es por esto, que las universidades viven tiempos de cambio, en un mundo globalizado que cada día es más competitivo y presenta nuevos retos, lo que las ha llevado a presentar nuevas alternativas de formación, como es la creación de empresas, a fin de buscar oportunidades profesionales para sus graduados, convirtiéndolos en emprendedores. Les ofrecen desde incubadoras y cursos de formación, hasta asesoramiento e incluso financiación en algunos casos.

En este sentido, se habla de las “*entrepreneurial universities*” o universidades emprendedoras que componen la citada cultura emprendedora a su estrategia. Estados Unidos lleva una amplia ventaja sobre Europa y el resto del mundo en este aspecto, por su larga trayectoria de trabajo de fomento de los emprendedores en diversos campus universitarios y escuelas de negocios. Razón por la cual, el país norteamericano está considerado la cuna del emprendimiento y la mayoría de las escuelas de negocios más prestigiosas suelen ser estadounidenses. A continuación se presenta algunas universidades que fomentan el emprendimiento:

La Universidad de Stanford [...] la escuela de negocios de esta universidad se ha consagrado como la mejor del mundo para estudiantes de MBA que buscan convertirse en emprendedores. Cuenta con el *Stanford's University Entrepreneurship Corner*, conocido como *ECorner*, “el Rincón del Emprendimiento”.

Universidad de Berkeley. El emprendimiento [en esta universidad juega un papel primordial en todos los programas que oferta. Desarrolla] numerosos eventos, programas y espacios relacionados a fomentar, impulsar y acompañar el emprendimiento de sus alumnos.

Instituto Tecnológico de Massachusetts - MIT. [Cuenta con uno de los mayores centros de emprendedores del mundo]. Ofrece diversos programas para profesionales, como el *Global Entrepreneurship Lab*, donde los estudiantes llevan a cabo parte de sus estudios en el exterior [indagando] soluciones innovadoras para empresas extranjeras que presenten algún problema.

Universidad de Harvard. Cuenta con una de las principales escuelas de negocios a nivel nacional e internacional y una residencia para emprendedores donde se comparten enseñanzas y aprendizajes. [Además,] es uno de los grandes ecosistemas de innovación y emprendimiento del mundo.

Escuela de negocios Wharton, de la universidad de Pensilvania. [...] Es reconocida mundialmente por su continua innovación en las principales disciplinas de la educación empresarial.

Universidad de Texas (UT). Esta universidad es nacionalmente reconocida por la calidad de su producción investigadora pero, además, cuenta con el *Austin Technology Incubator*, dentro de su *IC2 Institute*, punto de referencia para emprendedores.

Babson Collage. Esta escuela de negocios de Massachusetts ocupa los primeros puestos en los *rankings* de emprendimiento, tanto en sus programas de pregrado como de postgrado y cuenta con un prestigioso programa intensivo de emprendimiento para jóvenes estudiantes, entre otros servicios. (Cordero, 2014)

Borjas (2012) plantea que el desarrollo del estudio sobre educación empresarial en Latinoamérica se ha hecho cada vez más notorio con las actividades o programas que desarrollan las universidades en el contexto latinoamericano. Toca (2010) citado por Borjas (2012, p. 52) describe las experiencias en el marco del Programa Emprendedores de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), donde los alumnos de pregrado tienen la posibilidad de fortalecer sus proyectos empresariales a través de materias presentes en el plan de estudios.

Kantiss (2011, p. 94) reporta “la presencia de cuatro Aceleradoras Tecnológicas de Negocios (TECHBA), que fomentan la internacionalización y que están situadas fuera de México (dos en Estados Unidos, una en España y otra en Canadá)”. Estas son propiedad del Estado mexicano y tienen como misión entablar vínculos comerciales con clientes e inversores extranjeros (Borja, 2012).

Borjas (2012), puntualiza que:

En Brasil el Estado, conjuntamente con el sector educativo y el sector privado, ha establecido como factor elemental el fomento de la capacidad emprendedora en la educación. Degen (2008), es considerado el primer autor en introducir los estudios de emprendimiento y las experiencias en la Universidad Federal de Santa Catarina, con el fin de impulsar los procesos empresariales.

Lozano (2004, p. 120) describe que “en Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, los programas de emprendimiento han comenzado a finales de la década de los noventa e incluso a comienzos de este siglo”. Borjas (2012) señala que Colombia es uno de los países donde más se ha contribuido al desarrollo de la educación empresarial,

a través de los programas que ofertan las universidades, tal es el caso del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi.

Según Borjas (2012, p. 53):

[...] este se ha consolidado como una unidad académica con el propósito de crear una nueva cultura empresarial con carácter innovador. En esta Universidad, el espíritu empresarial es un tema que hace parte de la cultura institucional, por lo que las actividades del CDEE nutren y permean los procesos de docencia, investigación y extensión. [...] De igual forma, existe el Programa de Emprendedores de la Universidad Javeriana de Cali, donde el objetivo general se centra en contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá, Medellín y Cali; concretamente, busca desarrollar un modelo de creación de empresas sostenibles y competitivas para los jóvenes de estas ciudades.

Igualmente, Borjas señala que:

La Universidad de los Andes, en Colombia, cuenta con el Centro de Iniciativa de Emprendimientos Sociales, responsable de formular proyectos de investigación y de impartir cátedras en los diferentes programas de pregrado, maestría y educación continuada. Un aspecto destacable de este centro educativo es su participación en la Red de Conocimientos sobre Emprendimientos Sociales (SEKN) (p. 53).

Igualmente, se puede mencionar a la universidad EAFIT (s.f.) de Colombia,

Que consciente de la realidad y necesidades del medio, ha asumido el reto de convertir el emprendimiento e innovación en un eje dinamizador en la institución, [con el propósito de] fortalecer el tejido económico y social de la región y el país [...]. Con el nacimiento de innovación EAFIT en el 2006, la universidad realizó una gran apuesta al convertir el emprendimiento en una línea estratégica que inspira, crea y transforma; la cual se materializa por medio de procesos de formación, investigación y proyección social (Universidad EAFIT).

Para lo cual vienen desarrollando los siguientes programas:

- Acompañamiento a nuevos empresarios.
- Concursos e iniciativas empresariales.
- Asesorías y *mentorings*.
- Ciclo de talleres.
- Ruedas de negocios EAFIT.
- Muestra empresarial.
- Prácticas de emprendimientos.
- Alianzas.

1.2. Actitud emprendedora

La actitud emprendedora es la capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad. La actitud emprendedora surge de nuestro espíritu, ese que nos motiva a seguir trabajando por nuestras metas y nos inspira a seguir construyendo un proyecto de vida sin conformarnos con lo que tenemos.

La actitud emprendedora es iniciar, hacer, actuar y no esperar; tiene un alto nivel de deseo de autorrealización, de convertirse en lo que se es capaz de llegar a ser; ayuda al ser humano a ser creativo, innovador, único, a tener metas y lo mantiene apasionado para alcanzarlas; es mirar hacia adelante en una constante búsqueda del éxito y de la prosperidad. Quien tiene actitud emprendedora sueña con ideales, mide constantemente su potencial, busca en su emprender una actitud positiva frente a la vida, tiene mente de triunfador. (Figura 1).

Figura 1. Características de la actitud emprendedora



Fuente: Autores (2017)

Según González y Parra (2008, p. 41) el despliegue del espíritu empresarial ha convertido el emprendimiento en uno de los factores claves para el desarrollo de las nuevas empresas en la actual economía de la globalización. Ese espíritu empresarial implica salir del confort, demanda retar el *statu quo*, salirse de los paradigmas preconcebidos que han moldeado la cultura de los pueblos y, por sobre todo, requiere un gran cambio personal, que indudablemente generará las características que diferencian al emprendedor de quién no lo es. La tarea no es fácil pues exige modificar no solo los comportamientos cotidianos, sino moldear nuevas estructuras mentales que le permitan analizar los problemas desde múltiples perspectivas y pensar en soluciones creativas e innovadoras.

En este escenario y como una forma de estímulo a los emprendedores en potencia, es importante mencionar que personas como Henry Ford, Walt Disney, Bill Gates y Steve Jobs, por mencionar tan solo unos pocos de una muy larga lista, se iniciaron como pequeños emprendedores, quizás en circunstancias muy difíciles, y llegaron a la cima del éxito empresarial. Seguramente estos personajes sortearon muchas adversidades y enfrentaron retos de todo tipo, sin duda alguna su carácter, templanza, persistencia, carisma y liderazgo hicieron posible que cristalizaran sus sueños, sueños que ilusionaron y concretaron las ilusiones de muchas otras personas a su alrededor.

En este sentido Amaru (2008, p. 1) afirma que:

La idea de un espíritu emprendedor se relaciona con los individuos emprendedores que mueven recursos y corren riesgos para iniciar empresas o negocios. Aunque existen emprendedores en todas las áreas de la actividad humana, en su sentido específico la palabra designa a la persona que establece una empresa.

La actitud emprendedora es la capacidad que tiene toda persona de crear o iniciar un proyecto, una empresa o simplemente un nuevo estilo de vida, donde el soporte de inspiración es la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de sus sueños, guerreando a diario con firmeza hasta hacerlos realidad.

La actitud emprendedora se abriga bajo nuestro espíritu, ese que nos da la fortaleza para seguir forjándonos por conquistar nuestros ideales, el que nos invita a buscar un nuevo horizonte en nuestras vidas y a no conformarnos con lo poco que tenemos. La actitud emprendedora es el secreto para alcanzar el éxito y la prosperidad en el campo personal, profesional, laboral y familiar. La actitud emprendedora nos conlleva a:

- Inventar.
- Innovar.
- Actuar diferente.

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 171502 6

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