



**bogotá emprende**

**Título documento**  
**Entrénate para emprender**

**Autor**  
**Johana Romero Mahecha**

**Tipo de documento**  
**Documento descargue**

**Fecha**  
**Diciembre de 2011**

## Tabla de contenido

1. EMPRENDIMIENTO
  - 1.1. CONCEPTO EMPRENDEDOR
    - 1.1.1 Motivación
    - 1.1.2 Competencia emprendedora
  2. HERRAMIENTAS DEL EMPRENDEDOR
  3. CREER ES HACER QUE LAS COSAS SUCEDAN
    - 3.1 EL EFECTO PIGMALIÓN Y GALATEA
      - 3.1.1 El mito
      - 3.1.2 ¿Qué es el efecto Pigmalión?
      - 3.1.3 Víctima o Responsable, la parte invisible de la competitividad
      - 3.1.4 ¿Por qué Gestores y Aprendices?
    - 3.2 DOMINANCIA CEREBRAL
    - 3.3 EL MODELO WALT DISNEY
  4. DIAMANTE EMPRENDEDOR
    - 4.1 MODELO DE GIBB
    - 4.2 ASPECTOS PARA EL CAMINO DEL EMPRENDIMIENTO
  5. Referencias bibliográficas

## ENTRÉNATE PARA EMPRENDER

### 1. EMPRENDIMIENTO

#### 1.1 CONCEPTO EMPRENDEDOR

Según Alan Gibb, el vocablo francés *Entrepreneur* se ha usado históricamente para denominar a los nuevos empresarios, a los emprendedores, a las personas que se establecen por cuenta propia. Se trata de individuos que por su cuenta y riesgo crean una nueva empresa, por lo general pequeña, para fabricar un producto u ofrecer un servicio sobre el que tienen ideas innovadoras.

**Emprendimiento y su relación con las competencias básicas.** Según el Ministerio de Educación Nacional, con el programa Colombia Emprende, el emprendimiento es el proceso por el cual **se brindan herramientas necesarias a las personas** para que puedan proyectarse y tener facilidad de relacionarse con su entorno y poder así contribuir al desarrollo.

El emprendimiento es algo más que crear una empresa o negocio, **es el surgimiento personal** para dar respuesta a una necesidad que se presenta en el momento, que aporte al beneficio personal o colectivo.

##### 1.1.1 Motivación

A menudo se estudian y citan los que serían los aspectos básicos para ser emprendedor, tales como el tener iniciativa, creatividad y capacidad de innovar, no temer a los riesgos, ser independiente, con buena capacidad para negociar, motivador, con capacidad de decisión, confianza y autoestima, persistencia, tolerancia al fracaso, organizado y planificador, que se adapta a los cambios, dinámico, alto grado de responsabilidad, positivo pero realista, capacidad para liderar y para trabajar en equipo.

Si bien es cierto que hay personas que tienen más condiciones innatas para ser emprendedores, cualquiera puede adquirir, desarrollar y ampliar los elementos y criterios necesarios para ser emprendedor. Pero estas condiciones, que son útiles, no son suficientes, ya que el emprender un nuevo negocio surge de la acumulación de experiencias, contactos y conocimientos, además de estrategias y herramientas como el *marketing*, que permiten distinguir una simple idea o sueño de una verdadera oportunidad de negocio.

##### 1.1.2 Competencia emprendedora

El célebre empresario norteamericano Henry Ford manifestó en algún momento: "Si el dinero es su esperanza de independencia, jamás lo tendrá. La única seguridad verdadera que un hombre puede tener en este mundo es una reserva de conocimiento, experiencia y capacidad". Sin competencias emprendedoras, ni siquiera el entorno más acogedor ni el mejor de los motivos tienen probabilidades de generar negocios de éxito. Es el individuo competente el que administra el proceso y produce el resultado.

Podemos estar enceguecidos por un rasgo deslumbrante o dejar pasar la competencia subyacente que marca la diferencia entre el éxito y el fracaso. Si bien no se puede negar que **Cree en ti... emprende.** Documento Descargue. **Diciembre de 2011.**

algunas personas nacen con mucho talento, la competencia solo se puede adquirir con la experiencia. El siguiente fragmento es lo que expresa la Revista INC acerca de la competencia de los empresarios:

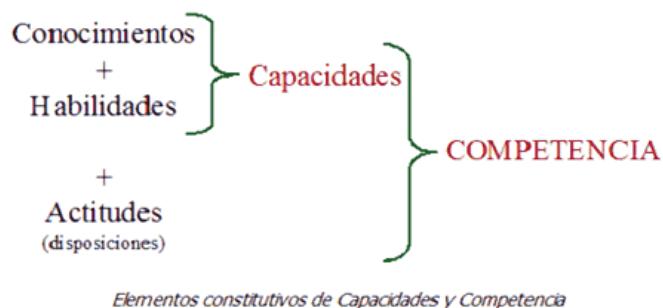
**“La conclusión inevitable es: los empresarios no nacen, se hacen”.**

Las competencias emprendedoras dependen del conocimiento y la experiencia adquiridos a través de situaciones distintas. Las competencias se pueden aprender por medio de capacitación –ya sea formal o informal–, de la experiencia personal o a través de errores desastrosos, pero las competencias empresariales más profundas provienen de conducir empresas propias.

Las competencias más importantes a desarrollar son: conciencia de las debilidades y fortalezas en el ámbito empresarial; capacidad de buscar y ver ideas donde otros no las ven; capacidad de combinar los recursos humanos y materiales con nuevas oportunidades o articular estrategias; capacidad para poner en orden a personas y dinero con miras a un objetivo; competencias asociadas a la creación de redes, **búsqueda de información, autoconfianza, orientación al resultado, liderazgo, trabajo en equipo, flexibilidad, orientación y servicio al cliente, negociación, pensamiento estratégico y planificación empresarial**.

Todas estas competencias pueden adquirirse con mayor frecuencia a través de la experiencia directa en empresas, pero también pueden aprenderse, en menor medida, a través de capacitación.

Como ilustra la gráfica 1, las competencias emprendedoras son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten crear, hacer crecer y consolidar una empresa, para hacerla sostenible y contribuir a la generación de beneficios económicos, personales y sociales como emprendedor.



Gráfica 1  
Publicación de este documento en Eduteka: julio 8 de 2006  
Última modificación de este documento: octubre 1 de 2007

## 2. HERRAMIENTAS DEL EMPRENDEDOR

Mauricio Molina e Islena Torres, en el texto *Empresarialidad sostenible*, preparado para la Cámara de Comercio de Bogotá en el programa Misión Empresarial Universitaria, señalan las herramientas de un buen emprendedor:

Cree en ti... emprende. Documento Descargue. Diciembre de 2011.

© Bogotá Emprende. Prohibida la reproducción total o parcial bajo cualquier forma.

## “¿Cómo percibimos el mundo?

Nuestra mente percibe el mundo exterior a través de los cinco sentidos (vista, oído, tacto, olfato, gusto). La actividad mental sucede a través de una serie de procesos que vienen dados por nuestros filtros: creencias, valores, experiencias, ideas, entorno cultural, educación, familia... Ello da como resultado una representación interna subjetiva propia o “mapa” que no se corresponde con la realidad objetiva, pues suele estar distorsionada por dichos filtros.

Conjuntamente con el sistema de percepción individual (visual, auditivo, cinestésico), los filtros crean en cada persona su propio mapa del mundo a partir de la información inicial subjetiva que recibe de él. En tanto más filtros tengamos, más reducida y limitada será la experiencia interna y, por lo tanto, nuestras experiencias o vivencias del mundo exterior.

## El cerebro humano

El cerebro está constituido por cerca de 10 a 1.000 millones de neuronas o células nerviosas. La mayoría de estas células se desarrollan en una época temprana de la vida. Cada una de estas células es capaz de establecer miles de sinapsis, que son las conexiones con otras células en el cerebro. Entre más sinapsis tienes, eres más capaz de establecer conexiones. Las tempranas experiencias de tu vida determinan el funcionamiento de estas conexiones y cuántas eres capaz de establecer.

El organismo que tiene el mayor número de conexiones produce el comportamiento más complejo “inteligente”. Cuando se cuenta con un número bajo de conexiones, solo son posibles muy pocas reacciones.

La información que nos llega a través de nuestros sentidos es filtrada y comparada con experiencias previas. Las impresiones han sido modeladas, enyesadas y pintadas de forma misteriosa. La mayoría de estas impresiones nos resultan bien conocidas de una u otra forma. La memoria nos ofrece un esquema a una escala muy fina, donde cada trozo de información encuentra su lugar, consciente o inconscientemente.

Cuando nos enfrentamos a algo absolutamente nuevo, se produce un descontrol en nuestro cerebro. ¿Qué significa este caos que cuenta con un patrón aparentemente desorganizado? Tu cerebro trata desesperadamente de encontrar el significado del patrón.

## ¿De dónde provienen las ideas?

El tallo cerebral es la parte más antigua del cerebro. A través de los impulsos, regula nuestro nivel de conciencia. El tallo cerebral es uno de los dos polos.

El otro polo es la corteza, una capa de células nerviosas con pliegues de 3 mm, que ocupa por completo los dos hemisferios. La corteza está dividida en cuatro lóbulos, relacionados con funciones que incluyen la planeación, la recepción de información sensorial del cuerpo, la adaptación del comportamiento, la toma de decisiones, la memoria y la percepción.

Los dos polos generan impulsos que influyen en las funciones cerebrales de dos maneras. El tallo cerebral genera torrentes de señales al azar: desorden, caos. A esto le llamamos “generador de oportunidad”. La corteza es el “generador de conocimiento”. Genera información: orden.

La creatividad es estimulada cuando movemos el balance un poco hacia el caos y el desorden. Esta es una explicación de por qué la mayoría de las personas son creativas cuando se han divertido o cuando están relajadas. El proceso se realiza permanentemente en el cerebro, incluso cuando estamos dormidos, pero el balance entonces está muy cerca de los impulsos del tallo cerebral.

A pesar de que la gente dice que tiene ideas excelentes cuando duerme, finalmente descubre que ¡esas ideas difícilmente sobreviven a la vigilia! Lo que parece agudo mientras estás dormido

con frecuencia parece completamente tonto cuando estás en condiciones de evaluarlo con todos los sentidos.

¿Cómo evaluamos las nuevas ideas? Las hay buenas y malas. Cada idea nueva debe luchar por su existencia y encontrar un “espacio” entre las conexiones o sinapsis para subsistir. De hecho, se trata de las mismas condiciones del mundo físico para la “supervivencia del más apto” aplicadas al mundo de las ideas. La mejor manera de lograr que queden grabadas es hacer únicas de alguna manera las ideas o las palabras que quieras recordar. ¡Esto es lo que significa literalmente lograr una impresión!

### **3. CREER ES HACER QUE LAS COSAS SUCEDAN**

#### **3.1 EL EFECTO PIGMALIÓN Y GALATEA**

##### **3.1.1 El mito**

En la mitología griega, Pigmalión (*Πιγμαλίων* en griego antiguo) fue un rey de Chipre que se enamoró de una estatua de la diosa Afrodita. La cultura romana (Ovidio, en su *Metamorfosis*) reelaboró el mito: Pigmalión, un escultor, fabricó una estatua de marfil representando su ideal de mujer y se enamoró de su propia creación. La diosa Venus –la equivalente latina de la griega Afrodita– dio vida a la estatua atendiendo a las plegarias de Pigmalión.

##### **3.1.2 ¿Qué es el efecto Pigmalión?**

El efecto Pigmalión es el proceso por el cual las creencias y expectativas de una persona afectan de tal manera su conducta, que esta provoca en los demás una respuesta que confirma esas expectativas. **En la vida diaria puede aplicarlo a sí mismo para lograr los mejores resultados en los retos que se plantean día a día.**

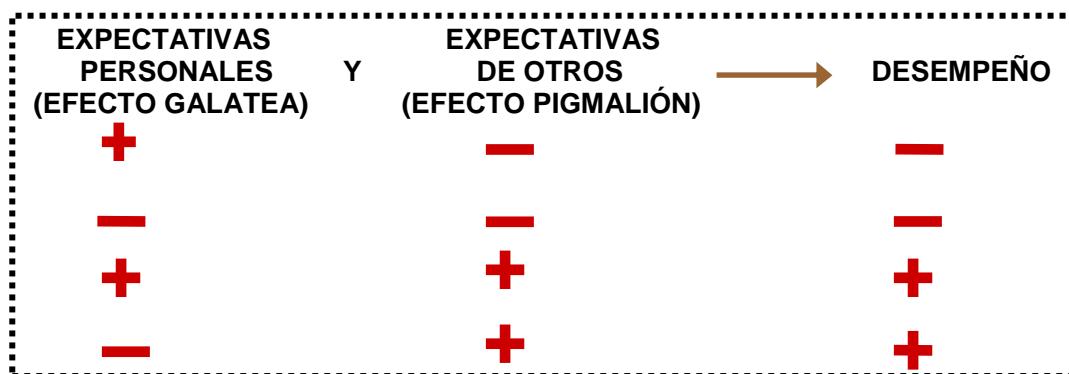
##### **3.1.3 Víctima o responsable, la parte invisible de la competitividad**

Resolver el problema de la parte “invisible” de la competitividad es una tarea difícil, lenta y atemorizante, a la que se han consagrado miles de personas. Pero hay otra dimensión de la competitividad que, aunque rara vez se trata, es la más prometedora en lo que respecta a la creación de un cambio duradero. En Latinoamérica existe la percepción común de que los resultados dependen del contexto en el que la gente vive y trabaja: las estructuras y prácticas visibles, que son poco susceptibles al cambio. Por el contrario, para nosotros los resultados suelen depender de cómo la gente piensa que el mundo funciona, lo cual determina la forma en que estructuran sus problemas y relaciones, lo cual a su vez influye en su comportamiento. Y son precisamente estas acciones las que producen los resultados de baja competitividad que se han venido obteniendo.

##### **3.1.4 ¿Por qué Gestores y Aprendices?**

La palabra gestor nos pone de cara al actor, al que actúa, al que hace que las cosas sucedan, por lo tanto, a quien crea y gesta realidades en el universo de todas las posibilidades (contrario al marco mecanicista de la imposibilidad). Su visión se ha alineado para ver donde otros no ven, porque ha afinado su capacidad de observar y de anticiparse a los eventos.

En la dinámica empresarial, educativa, de *couching* estratégico, están presentes estos dos arquetipos sistémicos frente al desempeño de las personas (gráfica 6).



Gráfica 6  
Fuente: G&T Consultores

Fredy Koffman complementa los efectos Pigmalión y Galatea (gráfica 7) con la interacción de las personas con su entorno. A esta la denomina Capacidad de Respuesta (CR), representada mediante la siguiente fórmula:

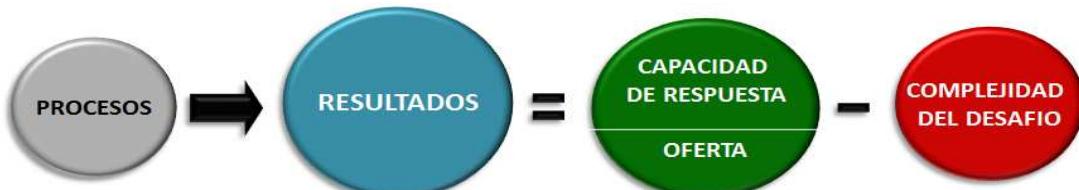
$$D > CR = \text{Resultado } (-)$$

$$CR > D = \text{RESULTADO } (+)$$

D= Desafío o complejidad del desafío

CR= Capacidad de Respuesta

El “aprendiz”, como lo expone Koffman, “es aquel que privilegia las explicaciones generativas. Reconoce la importancia de los factores que se encuentran fuera de su control, pero se concentra en las variables que puede modificar. Para ser aprendiz es necesario arraigar la autoestima en el éxito a largo plazo, más que en la gratificación inmediata de tener la razón. Comprende que todo resultado es consecuencia de la comparación entre un determinado desafío del entorno o complejidad del desafío y su capacidad de respuesta ante a él. La podemos expresar en la siguiente fórmula:



Gráfica 7  
Fredy Koffman

Si el desafío es mayor que la capacidad, el resultado será negativo. Si la capacidad es mayor al desafío, el resultado será positivo. Para transformar un resultado negativo en uno positivo es necesario reducir la complejidad del desafío o aumentar la capacidad de respuesta.

Al tomar responsabilidad incondicional por su vida, el aprendiz se ve como factor causal en cualquier problema que lo afecte. Cuando busca una explicación que le abra posibilidades de mejora, siempre se coloca en el centro, como agente de su vida. La explicación le sirve para generar acciones efectivas y no para deslindar sus posibilidades.

En el modelo real, frente a cualquier situación o dificultad tendemos a culpar a los demás, pues es más fácil que reconocer que uno tuvo algo que ver con la producción de un resultado no deseado.

### 3.2 DOMINANCIA CEREBRAL

Si todo depende de mí, esto depende de la dominancia cerebral o formas de pensamiento. El cerebro humano consta de dos hemisferios unidos por el cuerpo calloso, que se hallan relacionados con áreas muy diversas de actividad y funcionan de modo muy diferente, aunque complementario. Podría decirse que cada hemisferio, en cierto sentido, percibe su propia realidad; o quizás deberíamos decir que percibe la realidad a su manera. Ambos utilizan modos de cognición de alto nivel.

Nuestros cerebros son dobles, y cada mitad tiene su propia forma de conocimiento, su propia manera de percibir la realidad externa. Incluso, podríamos aventurarnos a decir que poseen su propia personalidad, siendo ambas mitades complementarias una de la otra.

En síntesis, tenemos cuatro cuadrantes dominantes que definen nuestros talentos y debilidades. Este conocimiento ayuda a escoger la carrera universitaria, la carrera profesional y a contar con la persona correcta en el lugar correcto.



## Dominios Cerebrales

Exploración de Autoconocimiento



**A**

**Lóbulo superior izquierdo**

Se especializa en el pensamiento lógico, cualitativo, analítico, crítico, matemático y basado en hechos concretos

**D**

**Lóbulo superior derecho**

Estilo de pensamiento conceptual, holístico, integrador, global, sintético, creativo, artístico, espacial, visual y metafórico

**B**

**Lóbulo inferior izquierdo**

Estilo de pensamiento secuencial, organizado, planificado, detallado y controlado

**C**

**Lóbulo inferior derecho**

Estilo de pensamiento emocional, sensorial, humanístico, interpersonal, musical, simbólico y espiritual

El origen de la creatividad viene de la utilización completa del cerebro. Todos tenemos un estilo personal, diferentes estilos y diferentes filtros.

### ¡DESPPIERTA EL GENIO QUE HAY EN TI!



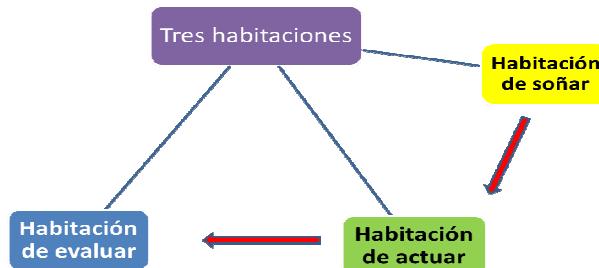
### 3.3 EL MODELO WALT DISNEY

Dice la leyenda que Disney explicaba su éxito de la siguiente manera: "Sueño, pruebo mis sueños con mis creencias y me atrevo a tomar el riesgo para ejecutar mi visión y convertir mis sueños en realidades".

Soñar, creer, atreverse, hacer. Estas palabras reverberan a través de décadas de logros del animador. Todas sus decisiones, todas sus estrategias, se originaron en esos cuatro conceptos. La forma como Disney entrenaba y potencializaba a sus empleados, dirigía la creatividad y la innovación y proporcionaba servicio a sus clientes fue influenciada por una filosofía anclada a esas cuatro columnas.

El secreto de mi éxito, según Walt Disney, se puede resumir en 4C: *Curiosidad, Confianza, Coraje y Constancia*; pero la más importante es la Confianza. "Si puedes soñarlo, puedes lograrlo", dijo.

Walt Disney dejó algunas claves para hacer los sueños realidad y para convertir un sueño en un éxito: "Solo se necesitan tres habitaciones".



Gráfica 8

En la habitación de soñar, él ponía fotos de sus proyectos, de aquellas cosas que quería lograr, un lugar rodeado de libros y palabras que inundaban su imaginación y lo inspiraban. En esta habitación decía: "Hay que soñar a lo grande, tener una imagen de lo que queremos alcanzar sin límites. ¿Qué soñarías hoy si supieras que no vas a fracasar?". Esta sala tenía una regla: **nunca, nunca critiques tu sueño**.

Luego puedes ir a la habitación para la acción, para la imagina-acción. El lugar donde das todos los pasos para hacer el sueño realidad, donde planeas cada detalle. Y cuando pones tu imaginación en acción estás listo para cumplir tu sueño y entrar en la próxima etapa: la habitación de evaluación. Allí puedes ver el camino que recorriste y hacerte una única y muy importante pregunta: ¿Cómo puedo hacerlo mejor?, ¿cómo puedo mejorar mi proyecto?, ¿cómo puedo ser aún más exitoso?

El problema es que a menudo, cuando tenemos un sueño, vamos de la habitación de soñar a la de evaluar y criticamos el sueño. Lo evaluamos antes de que haya nacido. Esta es la peor forma de matar un sueño.



Gráfica 9

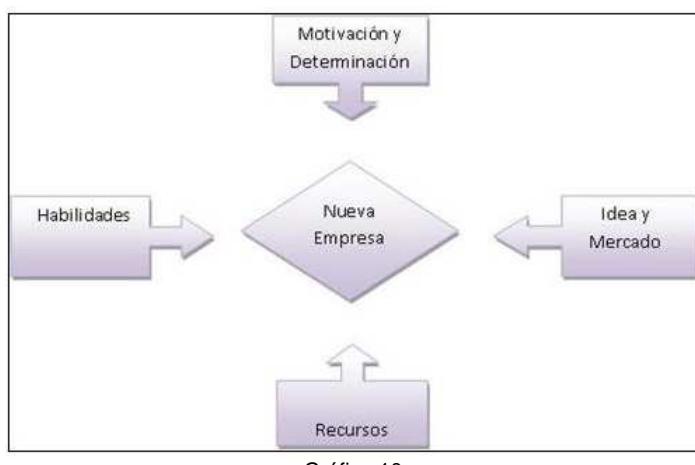
*"Cuando te pones en acción para lograr tus metas y sueños, debes darte cuenta de que no todas tus acciones serán perfectas. Cometer errores y experimentar para ver qué sucede son partes del proceso para, finalmente, lograr lo que te propones".*  
Jack Canfield.

## 4. DIAMANTE EMPRENDEDOR

### 4.1 MODELO DE GIBB

Alan Gibb ha generado una corriente de pensamiento que tiene gran acogida en los países en vía de desarrollo y relaciona muy bien el evento empresarial con los temas de desarrollo de cultura, sobre todo en el tema de educación empresarial.

Gibb, ingeniero y economista neozelandés, creó un modelo de cuatro factores que se complementan para obtener como resultado el proceso empresarial para la constitución y desarrollo de una nueva empresa. De acuerdo a lo expresado por Silveira (2008), los componentes que intervienen en el proceso son los siguientes:



Gráfica 10

**Motivación y determinación:** refleja el conjunto de factores culturales que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa.

**Idea y mercado:** refleja la factibilidad real de la oportunidad de negocio.

**Habilidades:** expresa todos los conocimientos, experiencias y competencias que el emprendedor requiere para liderar exitosamente su negocio.

**Recursos:** es la variable económica del proceso. Representa la identificación y consecución de todos los recursos con que cuenta la empresa (dinero, tecnología, infraestructura física, humana, informática, entre otros).

De acuerdo con Silveira (2008), además del modelo planteado por Gibb, existen otros cuatro elementos básicos para garantizar las posibilidades de éxito de un negocio:

1. **Conocimiento técnico:** el empresario debe disponer o acceder a los conocimientos y habilidades que el negocio exige. Asimismo, debe permanecer al nivel de los cambios que el entorno exija a nivel de desarrollo tecnológico.
2. **Oportunidad de negocio:** la existencia de una oportunidad de negocio clara y viable es requisito para tener una posibilidad de éxito. Esta debe ser oportuna, acorde a los gustos, deseos, necesidades, expectativas y capacidades de mercado.

3. **Contactos personales:** el éxito de todo negocio o empresa está relacionado con las relaciones del grupo empresarial, además de la dedicación del empresario a establecer contactos que serán muy útiles en los procesos empresariales.
4. **Recursos:** se refiere al estudio de recursos físicos, financieros, humanos, productivos e informáticos por parte del empresario, determinando también las necesidades de estos recursos en las distintas etapas del desarrollo del negocio.

#### 4.2 ASPECTOS PARA EL CAMINO DEL EMPRENDIMIENTO

Bogotá Emprende ha desarrollado un formato que permite visualizar las fichas que se deben tener en la mira en el proceso emprendedor, las cuales se explican a continuación:

La búsqueda de una idea para crear empresa no tiene mucho sentido si se plantea desconectada de nosotros como personas; esto conlleva trabajo, empeño y dedicación para contestar finalmente la pregunta: ¿Cómo voy a ganar dinero con lo que quiero hacer?

Un creador de empresa o empresario requiere tener una **visión global** del entorno, de lo que sucede a su alrededor. Para ello, debe desarrollar habilidades de investigación, concentración y **sentido común**. En términos de negocio, el sentido común es clave porque determina si un mercado es atractivo, está interesado o si hay gran cantidad de compradores potenciales de un producto o servicio; asimismo, el sentido común permite observar al cliente, el entorno y las empresas.

Finalmente, un emprendedor necesita tener **determinación**, debe tener fe en lo que hace y actitud para llevar a cabo su emprendimiento con el fin de hallar una idea de negocio exitosa. Tener una **idea de negocio** clara y definida es haber hecho un estudio macro del sector al que se desea ingresar; por ejemplo, si su deseo es abrir un jardín infantil, el sector que debe investigar es el educativo, desde tres frentes: **tendencias, necesidades e innovaciones**.

Es importante observar cómo a ese sector lo afecta el entorno, es decir, el **PESTAL** (los aspectos político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal). Con ello es posible potencializar esa iniciativa empresarial, conocer la competencia, los clientes y los proveedores, los comportamientos de la actividad económica, etc. Estar monitoreando el mercado al que se quieren dirigir cambios o políticas se convierte en **una tendencia y una necesidad**.

El documento *Cómo identificar una idea de negocio. Ocho tips*, de Bogotá Emprende, aclara los elementos que se deben tener en cuenta para una idea de negocio:

*"La idea de negocio es el resultado de identificar una oportunidad en el mercado, para hacer dinero.*

1. **Determina el cliente que quieras atender.** Para ello, debes saber dónde se ubica y qué características demográficas tiene.
2. **Identifica la necesidad que deseas satisfacer.** Esto no es lo mismo que conocer qué actividad quieras realizar. Por ejemplo, la BMW satisface la necesidad de movilizarte con estatus, y su actividad es producir automóviles.
3. **Define cómo comunicarle al cliente tu oferta.** El negocio que pretendes llevar a cabo debe promocionarse permanentemente, es decir, debes apoyarte en, por lo menos, tres medios de comunicación (por ejemplo, web, tarjetas de presentación y radio).
4. **Ten claro cómo será la distribución de tu producto o servicio para que llegue a tu consumidor.** La distribución es directa, si tú mismo entregas el bien o el servicio al consumidor, o indirecta, si para que esto ocurra te vales de un intermediario.

5. **Diferencia tu idea de negocio.** Debes tener claro qué hace diferente tu oferta respecto a tu competencia; verdaderamente, esto te dará ventajas para ganar clientes. Puedes hacer diferencia en el producto, en el precio, en la promoción o en la distribución, o en una combinación de estos.
6. **Determina el rango que tendrá la inversión que debes hacer.** Al tener conciencia de los recursos con que realmente cuentas, aterriza tu idea; al sobreestimar tus posibilidades de acceder regularmente a recursos, te frustras. Si tus posibilidades son, por ejemplo, de \$20.000.000 de recursos propios, seguro que te pueden financiar \$60.000.000 u \$80.000.000 más, como máximo. Esto no quiere decir que tu sueño de tener una empresa grande se frustre, solo que debes ser sensato al conocer cuál es tu verdadero punto de partida.
7. **Investiga cuál es el precio que tu cliente potencial está pagando por satisfacer la necesidad que tú también quieras satisfacerle.** Con trabajo de campo, puedes pasar por cliente incógnito de tu competencia o puedes hacer un pequeño sondeo con tus clientes potenciales, preguntándoles cuánto pagan por ese bien o servicio.
8. **Para tener una idea definitiva y clara de tu negocio, responde esta pregunta: ¿cuál es el producto o servicio que voy a ofrecer?** Es clave conocer bien la elaboración del producto y la prestación del servicio, según sea el caso. Esta información te dará mayor certeza de las exigencias tecnológicas que debes cumplir y, por supuesto, así no habrá sorpresas”.

Teniendo clara la **idea de negocio**, entran en juego herramientas de apoyo para disminuir el riesgo, como el **plan de empresa**. Es un documento que formula de manera clara, coherente y pertinente la idea de negocio que el emprendedor pretende poner en marcha, con el objetivo de determinar si el modelo de negocio con el que busca salir al mercado es viable o no. Un plan de empresa sirve para:

- Definir el modelo de negocio
- Reflexionar sobre el proyecto empresarial
- Planificar la puesta en marcha de la empresa
- Disponer de una carta de presentación para presentar a terceros (bancos, instituciones, posibles socios...)
- Determinar y definir los recursos y fuentes de financiamiento – acceso a financiamiento
- Determinar la viabilidad de la idea de negocio

Además de comprender el entorno, se debe entender que hay unos **actores** que entran a formar parte del proceso emprendedor: unos **actores internos** como la familia, amigos que pueden influir, etc. Es pertinente estar seguros de que ellos nos apoyan o no, a fin de establecer estrategias que eviten involucrarnos de manera personal en nuestras decisiones. Otro **actor interno** soy yo, qué quiero yo dentro del proceso emprendedor, debo hacer conciencia si emprender es mi opción de vida, si lo que deseo desarrollar lo comprendo y me apasiona.

Por otra parte, también hay **actores externos** que nos pueden apoyar dentro del proceso: **entidades técnicas y operativas**, como los centros de desarrollo tecnológico, ministerios, agremiaciones con información actualizada sobre el entorno; **entidades de apoyo empresarial** como Bogotá Emprende que forma a los creadores y empresarios desde todas las áreas (mercadeo, producción, organización y gestión, jurídico, financiero) y pone espacios para que los emprendedores generen redes de contacto, o **entidades de apoyo financiero** que prestan recursos.

Crear empresa no es solo tener una idea, es una conexión de elementos que se deben tener claros para comprender el mundo empresarial y reconocer que el personaje principal en este proceso es el emprendedor.



Gráfica 11  
Juego de habilidades "Entrénate para emprender". Bogotá Emprende  
Cámara de Comercio de Bogotá

**"La esencia del emprendedorismo no está relacionada con hacer dinero, sino con las ganas de hacer del mundo un lugar mejor".**

Guy Kawasaki, fundador y director ejecutivo de Garage Technology Ventures.

## Referencias bibliográficas

- Alonso, Carlos (2009). *De ejecutivo a empresario. Reflexiones prácticas de un empleado convertido en empresario*, España: Díaz de Santos.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2007). *Creatividad, innovación y redes. Modelo Empresarial*. Diplomado de Logos-Desarrollo de Competencias Emprendedoras, Bogotá.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2007). *Del dominio al talento, gestión gerencial*. Diplomado de Logos-Desarrollo de Competencias Emprendedoras, Bogotá.
- Frankl, Viktor E. (1991). *El hombre en busca de sentido*, Barcelona: Herder.
- González, José Alonso. *Referencias al origen del concepto emprendedor*, En : [http://www.google.com.co/#hl=es&scilex=psy-ab&q=Referencias+al+origen+del+concepto+emprendedor&oq=Referencias+al+origen+del+concepto+emprendedor&gs\\_l=serp.12...3767.3767.0.5108.1.1.0.0.0.0.153.153.0j1.1.0...0.0...1c.1.Z2tsBx3GGk4&pbx=1&bav=on.2,or.r\\_qc.r\\_pw.r\\_qf.&fp=2c95b0af736d0080&bpcl=35466521&biw=1600&bih=719](http://www.google.com.co/#hl=es&scilex=psy-ab&q=Referencias+al+origen+del+concepto+emprendedor&oq=Referencias+al+origen+del+concepto+emprendedor&gs_l=serp.12...3767.3767.0.5108.1.1.0.0.0.0.153.153.0j1.1.0...0.0...1c.1.Z2tsBx3GGk4&pbx=1&bav=on.2,or.r_qc.r_pw.r_qf.&fp=2c95b0af736d0080&bpcl=35466521&biw=1600&bih=719)
- Ministerio de Educación Nacional, República de Colombia. *Colombia aprende. La red del conocimiento*, Bogotá.
- Molina, Mauricio y Torres, Islena (1997). *Empresarialidad sostenible como estrategia cultural para el desarrollo regional. Manual de Formadores – asesores*, Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá – Misión Empresarial Universitaria.
- Morales Cobo, Patricia (2009). *Cómo organizarte adecuadamente para el montaje de tu nueva empresa*. Documento Contenido Matriz.
- Mumford, Jenni y Potdevin, Phiilip (2012). *Coaching para dummies. Cómo aplicar las técnicas del coaching para dar mayor equilibrio y sentido a su vida*.
- Dominancia cerebral. En: <http://dominaniacerebral.blogspot.com/2006/11/aplicacion-del-test-benziger-de.html>
- Schnarch Kirberg, Alejandro y Schnarch González, David (2010). *Marketing para emprendedores. Cómo identificar oportunidades y desarrollar empresas exitosas*, Bogotá: Ecoe.
- Tapias Ospina, Jairo (2000). *Desarrollo empresarial. Guía para la creación de empresas. Fomento al espíritu empresarial*, Bogotá: Corporación Universitaria de Colombia.
- Artículo Noveduc, Buenos Aires, febrero de 2009.
- *Finanzas personales*. En: [http://biblioteca.itson.mx/oa/desarrollo\\_personal/oa13/proyecto\\_vida/p6.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/desarrollo_personal/oa13/proyecto_vida/p6.htm)
- *Hemisferios cerebrales y el procesamiento de la información*. En: <http://www.personarte.com/hemisferios.htm>
- *Modelo Alan Gibb*. En: <http://empresario.wikispaces.com/Modelo+de+Alan+Gibb>
- *Planea tu vida para el éxito*. En: <http://crearunaempresa.wordpress.com/2011/01/01/planea-tu-vida-para-el-exito/>
- *Toma el control sobre tus finanzas*. En: <http://www.secretosdeprosperidad.net/finanzas/finanzas-personales/toma-el-control-sobre-tus-finanzas/>