



## EMPRENDIMIENTO, EMPRESARISMO Y EMPRESARIADO

Nº 2006

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas  
Consultor / Gerente

Hace unos días nos referíamos a la idea de tomar como prioridad del país el crear más empresarios, pues bien, se retoma esta idea que me parece central y fundamental para, por un lado, afianzar el desarrollo y el crecimiento económico y social del país, y por el otro, permitir para el emprendedor el desempeño profesional de sus conocimientos y el de sus competencias, habilidades, imaginación y creatividad, lo cual le otorgará seguridad y confianza personal y profesional y lo proyectará hacia el futuro, como una persona de valor para sí mismo, sus allegados y su comunidad. Para describir esta realidad, técnicamente empleamos tres palabras, parecidas pero con significados diferentes: emprendimiento, empresarismo y empresariado. Vamos a explorar su significado y consecuencias.

Como en todas las realizaciones de actividades productivas con fines de lucro, lo primero que surge es una idea u oportunidad de negocio, porque se crea algo nuevo y novedoso o porque se satisface alguna necesidad que va dirigida a un público a quien llamaremos el mercado objetivo, en forma similar o mejorada con relación a otro alguien que produce el mismo bien o servicio. En algunos casos podría tratarse de una verdadera innovación, es decir, algo no visto antes como solución a una necesidad personal, empresarial, de colectivos específicos o también comunitaria. Allí surge el **emprendimiento** que consiste en la actitud y la aptitud para iniciar un nuevo proyecto de negocios de bienes o servicios a través de ideas y oportunidades.

Sin embargo, desde que surge la idea de realizar un emprendimiento hasta que se vuelve realidad, pasa un buen tiempo, generalmente lleno de vicisitudes por la necesidad de contar con recursos económicos (financiamiento propio o externo, este último provisto por instituciones financieras tradicionales o

especializadas en nuevos negocios), desarrollar el producto o servicio (procesos productivos: materias primas, maquinaria y equipo, personal capacitado), la labor de mercadeo y ventas para poder situar el producto o servicio en el mercado (logística de distribución), con canales propios o en cadenas de distribución o ventas, y finalmente, materializar la idea con ventas y clientes, que perciban el valor del producto o servicio y desarrollen la percepción de valor de lo adquirido y la disposición de recomprar. Hasta que, finalmente, se crea una marca y un producto o servicio reconocidos.

Generalmente, frente a los emprendimientos, hablamos de tres etapas sucesivas, las cuales se desarrollan para tener certeza de que el emprendimiento es una realidad en su mercado: etapa de formación, la de consolidación y la de expansión. **La etapa de formación** es prácticamente la que acabamos de describir y suele ser la más dura de las tres, por ser el inicio, donde se enfrenta a lo desconocido y se cuenta normalmente con poco capital y relaciones para empezar. De hecho, la gran mayoría de los emprendimientos inician con recursos propios o de la familia del emprendedor, en ocasiones de agencias gubernamentales o privadas especializadas en favorecer y apoyar los emprendimientos.

Muy pocos emprendimientos nacen “grandes”, generalmente inician siendo micro, famiempresas (de la familia), pequeñas empresas o aún trabajadores independientes, muchos de manera formal y la gran mayoría con un inicio informal, que luego se deben volver formales para poder acceder a nuevos recursos y facilidades para su desarrollo y crecimiento y especialmente para poder contratar formalmente con clientes de mayor importancia o con el Estado, que así lo exigen. Normalmente, la banca comercial no está



preparada para atender los emprendimientos en su etapa de formación, esto lo hacen unas pocas entidades financieras que tienen esta vocación y especialización, dado que esta operación de crédito es costosa, riesgosa y verdaderamente especializada en el conocimiento y seguimiento cercano del emprendedor para poder ser financiador exitoso en este mercado.

Los primeros años (dos-tres años) de experiencia de un emprendimiento permiten la formación del negocio, al cual le sigue **la etapa de consolidación**, donde su actividad ya salió de la incertidumbre inicial y demostró su viabilidad, para pasar a un período de fortalecimiento y desarrollo en todos los campos de la organización (humano, tecnológico, financiero, comercial y organizacional). Esta etapa puede ser de más larga duración hasta que el emprendimiento se pone “pantalón largo” y se vuelve una verdadera empresa. Salimos del emprendedor y pasamos al verdadero **empresario**.

Un negocio que superó con éxito su etapa de formación y consolidación generalmente entra en etapas de expansión y diversificación, es decir, ya está en capacidad de desarrollar nuevos productos, servicios o líneas de negocios diversas y abastecer nuevas geografías y diversidad de clientes para volverlos parte de su mercado objetivo. En este caso las empresas que originalmente fueron emprendimientos atendidos por financieras especializadas pasan a ser atractivas y por ende a ser atendidas en su progreso por la banca comercial tradicional, quien dispone de los recursos en los

volúmenes y modalidades necesarias para apoyar esas empresas (facilidades de crédito de tesorería, sobregiros, remesas, crédito ordinario, de fomento, leasing, factoring, transacciones diversas, descuentos, recaudos, transferencias, comercio exterior, cartas de crédito, fiducia, inversiones, depósitos de corto, mediano y largo plazo, carteras colectivas, etc.). Ya estamos al frente de una **empresa y un empresario**.


Como se observa, el camino para llegar a ser empresario y a disponer de una empresa, suele tener unos prerequisites exigentes y prolongados en el tiempo, pero, con paciencia y esfuerzo, se pueden lograr y se deben fomentar. Al final, algunas de las pequeñas empresas se vuelven también grandes empresas y pueden llegar a formar parte de grupos económicos, realizar alianzas significativas con otras empresas para apalancar sus campos de negocios, estar inscritas en la Bolsa de Valores, emitir papeles comerciales y ser significativos factores de desarrollo y crecimiento tanto en el país como en el exterior. Algunas, incluso, se vuelven empresas multi-latinas y otras, hasta multinacionales.

Si queremos llegar a tener grandes empresarios démosle la mano a nuestros emprendedores y sus emprendimientos desde sus inicios. Casi podemos decir que todas las empresas nacen “chiquitas” y poco a poco se vuelven grandes, muy pocas comienzan siendo grandes. El 90% de las empresas del país son micro, pequeñas o medianas empresas.

**Junio 2020**

## Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

 **Servicios:** Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



**Recomiende a un amigo:** Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



**Información de contacto:** Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a [info@planning.com.co](mailto:info@planning.com.co) o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síguenos en:  