



TECNICATURA SUPERIOR EN  
**Desarrollo Web y Aplicaciones Móviles**

**EMPRENDEDURISMO**

Módulo: Emprendedurismo

---

**Tema: Clase 4**

**Prof. Yamil Salomón**

**Prof. Ana María Yannelly**

---

## ÍNDICE

Objetivos de la clase .....	3
Contenidos.....	3
Modelos de proceso emprendedor.....	4
Modelos de formación de vocación emprendedora .....	5
Modelos focalizados en las etapas del negocio.....	8
Referencias Bibliográficas.....	10

## Objetivos de la clase

Conocer los distintos modelos del proceso emprendedor.

Analizar las etapas del proceso emprendedor.

## Contenidos

Modelos de proceso emprendedor con énfasis en la formación de la vocación emprendedora.

Proceso emprendedor: desde la idea de negocio hasta los primeros años de vida de la empresa.

## Presta atención a los íconos



Fijar conocimiento



Mejorar tu potencial



Investigar

## Modelos de proceso emprendedor

Existen tres factores determinantes del éxito de un emprendimiento: una idea válida, capital inicial y conocimientos profesionales y de gestión. (Salinas, Gándara Martínez, & Alonso Sanchez, 2013).

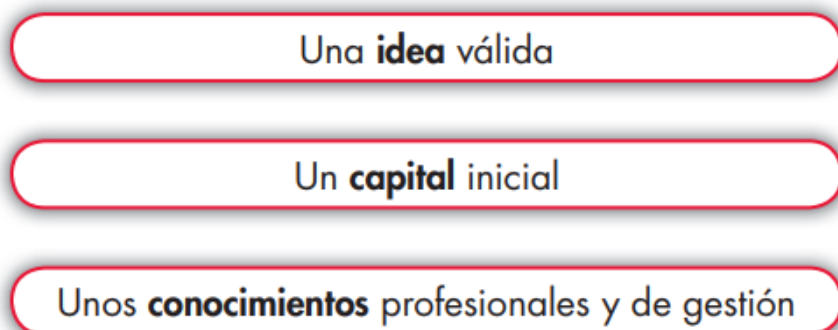


Gráfico 1: Factores determinantes del éxito de un emprendimiento  
Fuente: Salinas, J., Gándara Martínez, J., & Alonso Sanchez, A. (2013). Empresa e iniciativa emprendedora. Madrid: McGraw Hill.



*Pedro y Juan están interesados en comenzar una actividad vinculada al proyecto final de la carrera “Desarrollo Web y Aplicaciones Móviles”. ¿Cuáles son los requisitos básicos con los que deben contar? Haz una lista de las cosas que resultan necesarias teniendo en cuenta lo indicado en el párrafo anterior.*

Ahora bien, se entiende por **proceso emprendedor** a las diferentes actividades vinculadas con la creación de la idea, el modelo de negocio, el plan de negocio y las herramientas para la financiación de dicho emprendimiento. Por lo general, deben interpretarse como “*un conjunto de actividades, secuenciales o interrelacionadas, que transforman insumos en salidas o resultados valiosos para algún cliente*” (Messina, y otros, 2018).

Siguiendo a Messina y otros (2018), esos modelos de proceso emprendedor pueden agruparse en dos grupos:

- **Modelos de formación de vocación emprendedora** que enfatizan la etapa previa a la generación de la idea de negocio.

- **Modelos focalizados en las etapas del negocio** que incluyen desde la idea de negocio y hasta la creación de la empresa.

## Modelos de formación de vocación emprendedora

Dentro de esta categoría se pueden enumerar los siguientes modelos (Gonzalez, 2004):

- a) **Modelo de tres fases de Shapero.** La fase previa, íntimamente relacionada con acontecimientos positivos o negativos que inciden en el individuo generándole el deseo de emprender; la fase de deseo, donde la cultura, el entorno familiar, las relaciones personales con amigos o conocidos o la presencia de mentores, transforman al individuo en un potencial emprendedor; y finalmente la fase de acción, en la que el individuo trabaja para darle forma a la futura empresa mediante la aplicación de los recursos necesarios (o también denominados soportes).

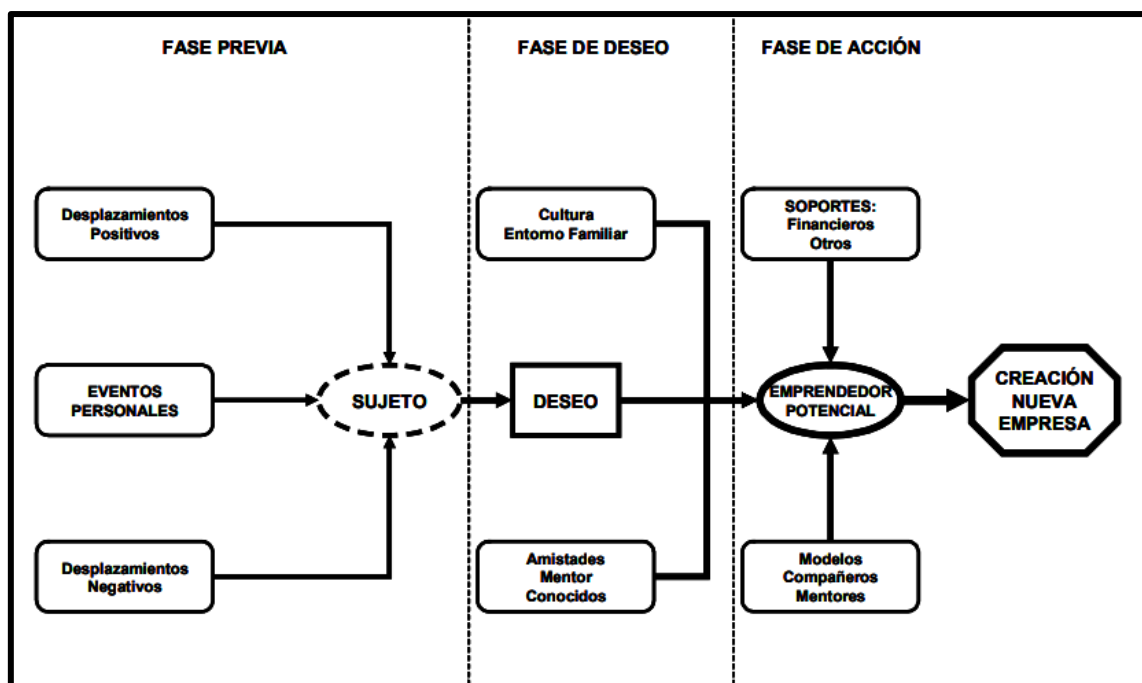


Gráfico 2: Modelo de tres factores de Shapero

Fuente: González, F. (2004). Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- b) **Modelo de Factores Aditivos de Martin.** Antes de convertirse en un emprendedor, todo individuo necesariamente debe atravesar, al menos, por alguna de las siguientes situaciones, a saber: predisposición psicológica (por ejemplo, necesidad de logro, compromiso social, etc.); la alienación social parcial (propia de los inmigrantes o minoría étnicas, que hicieron su “América” para salir adelante); y percepciones demostrativas: (relacionadas con el ecosistema emprendedores que facilitan la creación de la nueva empresa). Esta disposición a actuar del individuo lo lleva indefectiblemente a buscar y apropiarse de una oportunidad de mercado, que se favorecida tanto por *eventos precipitadores* (como desempleo, cambio en el estado civil, etc.), como por un *entorno favorable* (dominado por buena infraestructura, nivel educativo, acceso al crédito, etc.).

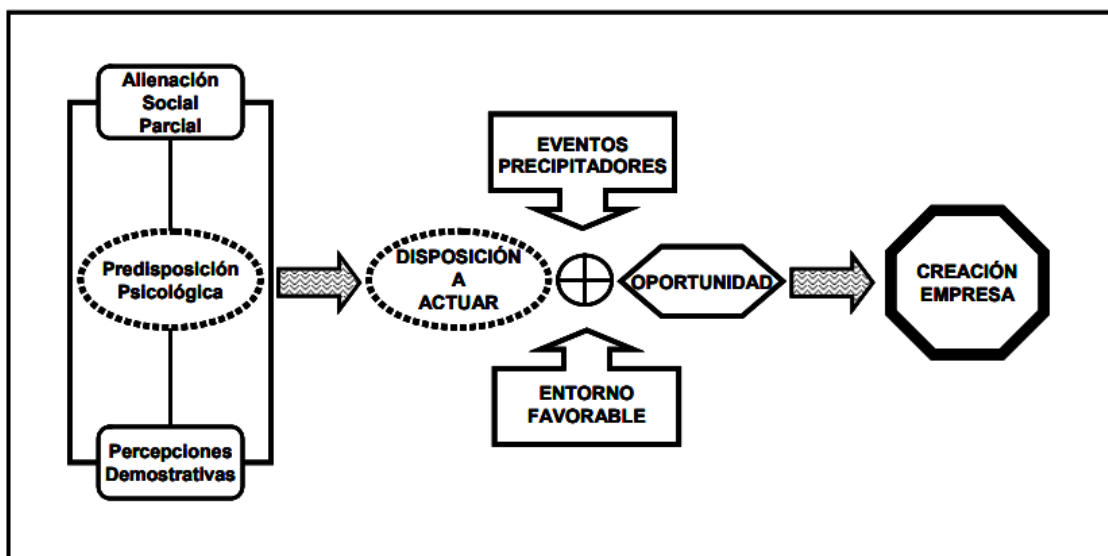


Gráfico 3: Modelo de Factores Aditivos de Martin

Fuente: González, F. (2004). Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- c) **Modelo de Greenburger y Sexton.** Para emprender, estos autores consideran que es necesario tener: predisposición, percepción y personalidad. La visión se vincula con la idea de negocio y la manera de actuar para alcanzar el éxito. La percepción o deseo de control entendido como la relación esperada entre sus acciones y los resultados. La personalidad relacionada por la capacidad del individuo.

Además de estos tres componentes imprescindibles, a la hora de emprender existen 4 factores determinantes: la autopercepción (si el individuo se visualiza como un emprendedor, seguramente lo será), el control poseído (crear una empresa implica, en cierta medida, la capacidad de controlar su realidad), los acontecimientos (son su influencia positiva o negativa) y el soporte social (como la familia, los amigos, otros emprendedores que reafirman de la creencia en el emprendedor y su visión de empresa).

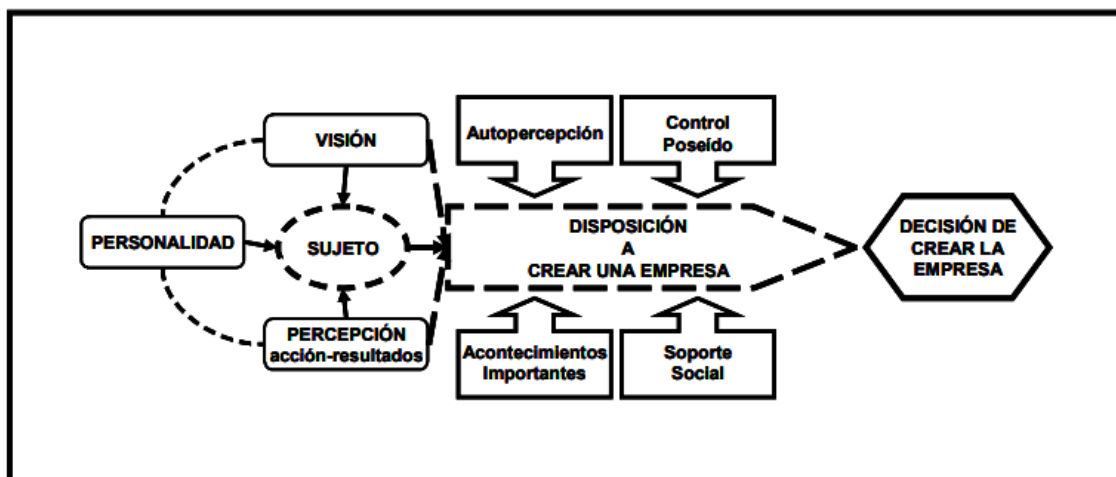


Gráfico 4: Modelo de Greenburger y Sexton

Fuente: González, F. (2004). Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía. Sevilla: Universidad de Sevilla.

**d) Modelo de Huuskonen.** Este autor sostiene que la vocación emprendedora y el compromiso con crear la nueva empresa dependen de dos aspectos significativos: la realidad objetiva y la realidad subjetiva. La *realidad subjetiva* se sustenta en la percepción de su *realidad objetiva*, formada por sus antecedentes generales (como la situación personal, laboral y profesional; su nivel de formación; sus vínculos sociales; sus acontecimientos y experiencias vividas) y sus factores personales (sustentados en sus valores y creencias).

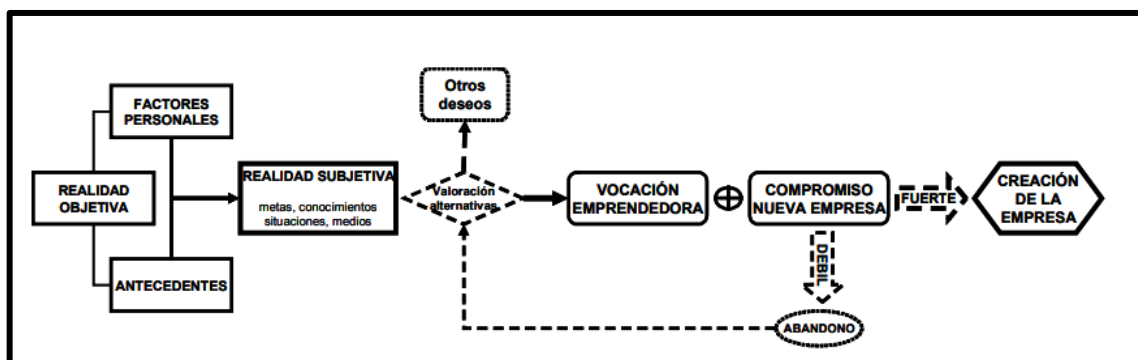


Gráfico 5: Modelo de Huuskonen

Fuente: González, F. (2004). Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía. Sevilla: Universidad de Sevilla.

## Modelos focalizados en las etapas del negocio

Dentro de esta categoría, se pueden encontrar los siguientes modelos (Messina, y otros, 2018):

- a) **Modelo de Reynolds.** Plantea una analogía con el proceso de creación biológica, configurando cuatro etapas bien definidas, entre las cuales se dan una serie de períodos de transición: concepción, gestación, infancia y adolescencia. En otras palabras, el proceso comienza con una idea y termina cuando ha superado los primeros años de vida. Así, la *etapa de concepción* inicia con la idea de negocio; la *etapa de gestación* continúa con las acciones concretas para llevar adelante el emprendimiento, validará su idea de negocio y buscará hacerse de los recursos necesarios para hacerlo; la *etapa de infancia* que dura aproximadamente cinco años y se relaciona con el aprendizaje y afianzamiento de la nueva empresa; y, finalmente, la *etapa de adolescencia* donde se consolida el emprendimiento.
- b) **Modelo de Gibb y Ritchie.** Es un modelo detallado de todo el proceso empresarial que consta de seis fases. Este modelo comienza con la *motivación para emprender*, es decir, por los estímulos que recibe el emprendedor que lo motivan a emprender. Continúa con la fase de *búsqueda de ideas*. Luego, con la *validación de ideas* se realiza la evaluación técnica y comercial del producto. Con la *identificación de los recursos* comienza la



siguiente fase e incluye, entre otros, los recursos económicos, físicos y humanos para ejecutar el proyecto. La *fase de negociación* se refiere a la aplicación del plan y el contacto con clientes, proveedores, bancos, estado, entre otros. Finalmente, se produce el *nacimiento de la empresa*, con el desarrollo de los procesos y rutinas de trabajo habituales.

- c) **Modelo de Timmons.** Para este autor, “*si bien los recursos son necesarios, no son lo primero que hay que tener en cuenta para lograr el éxito en el emprendimiento*”. (Messina, y otros, 2018). Así, identifica tres elementos o fuerzas que configuran su modelo simplificado: la *oportunidad*, que marca el inicio del proceso, donde el emprendedor identifica el potencial de éxito que su idea tienen en el mercado y define cuánto tiempo y esfuerzo planea invertir; el *plan de negocios* que es la herramienta para llevar adelante la nueva empresa; y la *formación del equipo empresarial* que liderará, como pieza fundamental del proyecto emprendedor. Como se observa, este es un modelo sumamente pragmático y orientado por acciones más concretas que los anteriores.

## Referencias Bibliográficas

- Alles, M. (2005). *Gestión por competencias*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Gonzalez, F. (2004). *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Holguín Montoya, A. M., Arboleda Jaramillo, E., Torres Marín, G., & Gomez Zuluaga, M. E. (2010). *Tipología de emprendimientos universitarios*. Programa de emprendimiento e innovación UPB.
- Kantis, H., Federico, J., & Menéndez, C. (2012). *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina: Tendencias y desafíos*. Caracas: PRODEM (Programa de Desarrollo Emprendedor).
- Messina, M., González, S., Mari, J., Javier Castro, R., Rivas, A., Pena, J., & Rey, M. (2018). *Manual didáctico de Emprendedurismo*. Montevideo: Comisión Sectorial de Enseñanza de la Universidad de la República.
- NU. CEPAL. (2009). *La importancia del proceso emprendedor en la Argentina post crisis 2002 y las asimetrías en la evaluación de factores influyentes en el financiamiento de empresas jóvenes*. CEPAL.
- Reynolds, P., Camp, S., Bygrave, W., Autio, E., & Hay, M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Babson College. London Business.
- Rivera Kempis, C. (2015). *Competencia emprendedora y comportamiento emprendedor: análisis en el contexto venezolano*. Madrid: Madrid Editorial.
- Salinas, J., Gándara Martinez, J., & Alonso Sanchez, A. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid: McGraw Hill.
- Varela, R. (2007). *Mitos sobre los emprendedores*. Bogotá: Informe.