

EMPRENDIMIENTO

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien se utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. La escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues para estos los emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. Hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes.¹

Para Schumpeter, concebía al emprendedor como la persona que es capaz sacar provecho de las inestabilidades de los mercados, como una persona extraordinaria, la cual ayuda explotar el potencial de nuevas oportunidades.

En palabras de Shumpeter

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o mas comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”²

En la década de los ochenta Howard Stevenson, interpreto la mentalidad emprendedora más como la capacidad de gestión basada en el aprovechamiento de las oportunidades existente, que en los recursos. Este tipo de emprendimiento ha permitido el desarrollo de empresas y el aprovechamiento de oportunidades;

¹ CASTILLO, Alicia. El estado del arte en la Enseñanza del Emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. 1.999. INTEC Chile.

² SCHUMPETER, Joseph Alois. Capitalismo, socialismo y democracia. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers. 1.950. disponible en: http://x.azjmp.com/1Rdr7?sub=16_Marc_descargar%20libros%20gratis-4801

donde los emprendedores hacen hasta lo imposible para desarrollar sus ideas; al igual, de grandes emprendedores que han tomado pequeñas unidades de negocio y aprovechando y creando oportunidades las han convertido en empresas de talla mundial. Esto nos permite referirnos al emprendedor, como la personas que tiene las actitudes, no solo para iniciar un negocio exitoso; sino también aquella que es capaz de poner todo su talento en las empresas que se desempeñan para hacerlas más dinámicas y con mayor proyección en el mercado.

“La verdadera fuente de riqueza de una sociedad moderna no es precisamente el nivel de su productividad, su producto natural bruto o sus bienes tangibles, sino la inteligencia creativa de sus ciudadanos. Durante mucho tiempo hemos invertido lo mejor de nuestras energías en una búsqueda desordenada de fines secundarios, esperando encontrar en ellos la satisfacción que no puede venir más que de la realización de uno mismo. Ahora se nos ofrece la posibilidad de modelar un mundo más libre, en el que existe un nuevo espíritu: el de ser emprendedor.”

JUSTIFICACIÓN

El desempleo general en Colombia, alcanza niveles del 13,2%³, para el segundo semestre del 2.009, en el cual las personas que tienen formación con nivel técnico y profesional también se ven afectadas; un alto porcentaje de jóvenes profesionales se encuentran fuera de una actividad laboral, subempleados y/o empleados con bajos salarios, y/u ocupados por necesidad en oficios que no corresponden a sus conocimientos con lo cual no logran cumplir las expectativas que tenían cuando estudiaron, y como egresados deambulan con un futuro incierto ante una sociedad que nos les da respuesta.

Las fusiones empresariales, los procesos de privatización e internacionalización están creando un mercado laboral cada vez más exigente, con personas cada vez más jóvenes mejor capacitados. Para este problema se presentan dos soluciones que deben ir de la mano, y son: primero la formación constante; es decir, profundizar formación profesional y por segundo la necesidad de generar capacidades emprendedoras y/o de creación de empresas. Donde los profesionales deben pensar en un sistema laboral no estático y cada vez más exigente con sus posibles aspirantes.

Las empresas cada vez exigen un mayor nivel de capacitación y formación, con bajos salarios, en promedio \$1.200.000, para el nivel profesional, que poco corresponde con las exigencias que estas tienen a nivel de experiencia y formación, tal como se puede ver en el cuadro adjunto, donde el Diario económico Portafolio, muestra el promedio de los salarios que tienen los profesionales hoy en Colombia⁴.

Ante este panorama la educación tiene un papel fundamental, pero se debe tener claro que tipo formación es la que necesitan los nuevos egresados para ser competitivos en la era de la información y el conocimiento productivo. Un profesional competente que sabe y con la capacidad de aplicar su conocimiento en situaciones específicas que requieren soluciones que no están diseñadas de antemano, en la cual las destrezas de un emprendedor son necesarios para garantizar el éxito profesional.

³ DANE, reporte consolidado de desempleo segundo semestre de 2.009.

⁴ Disponible el artículo completo en http://www.portafolio.com.co/finanzas/guias/educacion/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-5306968.html

PROMEDIO DE SALARIO, SEGÚN LA CARRERA (En pesos*)

CARRERA	CON PREGRADO	CON POSGRADO
Derecho	1.508.722	2.748.672
Medicina	2.087.414	3.020.385
Comunicación social	1.391.117	2.597.326
Psicología	1.232.454	1.869.674
Música	1.358.499	1.427.333
Administración	1.370.824	2.917.220
Economía	1.512.443	3.266.283
Ingeniería de minas	2.729.324	2.960.705
Ingeniería eléctrica	1.617.200	3.658.732
Ingeniería electrónica	1.550.308	2.712.256
Ingeniería Industrial	1.621.338	2.666.941
Ingeniería mecánica	1.715.448	3.684.858
Ingeniería de sistemas	1.327.901	3.020.385
Antropología	1.339.619	2.397.698
Arquitectura	1.330.175	2.167.563
Artes plásticas y visuales	1.020.648	1.759.221
Artes representativas	895.286	2.673.090
Biología	1.149.402	2.213.130
Deportes	1.055.316	1.244.101
Diseño	1.097.046	1.560.887
Educación	935.055	1.629.697
Física	1.363.108	2.754.601
Ingeniería agroindustrial	1.205.460	2.061.817

Tomado de: Diario Económico Portafolio.

Estas competencias sientan las bases para el aprendizaje continuo a lo largo de la vida y para el desarrollo de **competencias específicas**; que se requieren para desempeñarse en ocupaciones propias de la actividad productiva.

PROPÓSITO GENERAL MÓDULO

Este modulo tiene como propósito el brindar herramientas para la identificación de oportunidades de creación de nuevas actividades empresariales, al igual, que resalta cuales son las cualidades que debe tener una persona que quiera triunfar en el mundo empresarial.

FICHA TÉCNICA

Área		Nivel de Formación		Objetivos			
Global	Específica			General		Específicos	
Administración	Administración de personal		Perceptual	X	Explorar	X	Explorar
					Describir		Describir
			Aprehensivo		Comparar		Comparar
				X	Analizar	X	Analizar
		X	Comprensivo		Explicar		Explicar
					Predecir		Predecir
					Proponer		Proponer
			Integrativo		Modificar		Modificar
					Confirmar		Confirmar
				X	Evaluar	X	Evaluar
Indicadores Metodológicos							
Propósito de Formación			Fundamentación Conceptual				
		X	Fundamentación Procedimental				
			Aplicación en el Saber Específico				
Competencias a Desarrollar		X	Interpretativas				
			Argumentativas				
			Propositivas				

Uso del Conocimiento	X	Capacidad para Representar
		Capacidad para Reconocer Equivalencias
	X	Capacidad para Recordar Objetos y sus propiedades
Uso de Procedimientos		Habilidad y Destreza para Usar Equipos
	X	Habilidad y Destreza para Usar Procedimientos de Rutina
		Habilidad y Destreza para Usar Procedimientos Complejos

ORACIÓN DEL EMPRENDEDOR

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=I6Fq77bC99I>

¡Señor!, te doy las gracias por esta nueva oportunidad
que me das para volver a intentarlo.

Prometo dar mi mejor esfuerzo para estar a bien contigo y conmigo,
con mi familia y con la gente que me rodea e inclusive con mi país.

Ayúdame a pensar más en los problemas de la gente y menos en los míos.
de antemano te pido perdón por todo lo que pueda pensar, decir o hacer equivocado.

En tus manos encomiendo mis planes y no permitas que me vaya a dormir
con el sentimiento de saber que mi día no ha sido productivo.

Señor, se que existe la posibilidad de no estar aquí el día de mañana,
por eso te pido que me ayudes a dejar huella.

Te lo pido a través de Jesucristo nuestro señor.
Amén.

UNIDAD 1. EL FLUJO DEL CUADRANTE DEL DINERO

Objetivo Terminal Unidad

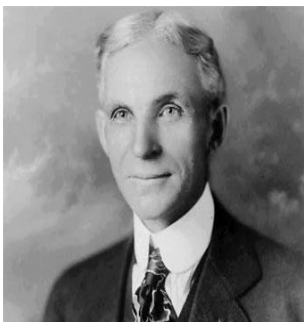
Identificar los cuadrantes a través de los cuales se generan los ingresos la población, la diferencia que existe en cada uno de estos.

Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son las diferentes formas en que las personas logran el dinero “El cuadrante del Flujo del Dinero”.
- Aprender la diferencia entre la inteligencia académica y la inteligencia financiera.

DESARROLLO DE LA UNIDAD

1.1. Historias de empresarios exitosos. Caso 1. Henry Ford⁵.



“El fracaso es una gran oportunidad para empezar otra vez con más inteligencia”

“Pensar es el trabajo más difícil que existe. Quizá esa sea la razón por la que haya tan pocas personas que lo practiquen”

“Tanto si piensas que puedes, como si piensas que no puedes, estás en lo cierto”

“La mayoría de las personas gastan más tiempo y energías en hablar de los problemas que en afrontarlos”

Empresario norteamericano (Dearborn, Michigan, 1863-1947).

No alcanzó el éxito hasta su tercer proyecto empresarial, lanzado en 1903: la Ford Motor Company. Con su modelo T, Ford puso el automóvil al alcance de las clases medias, introduciéndolo en la era del consumo en masa; con ello contribuyó a alterar drásticamente los hábitos de vida y de trabajo y la fisonomía de las ciudades, haciendo aparecer la «civilización del automóvil» del siglo XX.

La clave del éxito de Ford residía en su procedimiento para reducir los costes de fabricación: la producción en serie, conocida también como fordismo.

La fabricación en cadena, con la que Ford revolucionó la industria automovilística, era una apuesta arriesgada, pues sólo resultaría viable si hallaba una demanda capaz de absorber su masiva producción; las dimensiones del mercado norteamericano ofrecían un marco propicio, pero además Ford evaluó correctamente la capacidad adquisitiva del hombre medio americano a las puertas de la sociedad de consumo.

Al mismo tiempo, la dirección de la empresa adquiría un control estricto sobre el ritmo de trabajo de los obreros, regulado por la velocidad que se imprimía a la cadena de montaje. Los trabajadores de la Ford entraron, gracias a los altos salarios que recibían, en el umbral de las clases medias, convirtiéndose en consumidores potenciales de productos como los automóviles que Ford vendía; toda una transformación social se iba a operar en Estados Unidos con la adopción de estos métodos empresariales.

El éxito de ventas del Ford T, del cual llegaron a venderse unos 15 millones de unidades, convirtió a su fabricante en uno de los hombres más ricos del mundo, e hizo de la Ford una de las mayores compañías industriales, hasta nuestros días. El ingeniero y empresario estadounidense Henry Ford modificó de un forma radical las costumbres y los hábitos de

⁵ Mayor Información disponible en:

Biografía escrita en: http://www.biografiasyvidas.com/biografia/f/ford_henry.htm

Diana Uribe en Audio: <http://www.mediafire.com/historiadelmundo#13,1>

consumo de la sociedad, gracias a su innovadora forma de entender la producción industrial. Su Ford T figura hoy en muchos museos como una obra de arte equiparable a las grandes creaciones humanas.

Nacido el 30 de junio de 1863 en Dearborn, Michigan, Henry Ford demostró desde muy joven unas condiciones poco comunes para la mecánica. Ford volvió a instalarse en Detroit en 1891 y entró a trabajar como mecánico en la Edison Illuminating Company, de la que llegaría a ser ingeniero jefe.

Durante los primeros años del siglo, Henry Ford fue asentando su fama de mecánico conduciendo con éxito sus propios coches de carreras. Las diferencias acaban siendo tan graves que Ford opta por comprar la mitad de las acciones, dejando a los Dodge en minoría.

A partir de aquí los analistas del fenómeno Ford discrepan. A sus cuarenta años, Henry Ford no sólo era ya el primer fabricante mundial de automóviles, sino uno de los hombres más ricos del país.

Paralelamente a sus esfuerzos en favor de la paz, Henry Ford hubo de librar una dura batalla de orden legal contra los hermanos Dodge, quienes a la cabeza de un amplio sector de accionistas minoritarios se oponían a que el magnate reinvirtiese los beneficios de su empresa en ampliarla y consolidarla. Obligado en 1919 por un juez a repartir entre sus accionistas casi veinte millones de dólares, Ford reaccionó con una contraofensiva brutal y en cuestión de semanas, y por medio de agentes interpuestos, invirtió más de cien millones de dólares en hacerse con la casi totalidad de las acciones de la Ford Motor Company.

Henry Ford fue, además, el primero en advertir las ventajas del mercado exterior y estableció una completa red de ventas en Europa. Hacia la mitad de la década de los años veinte, el Ford T acaparaba entre un 40 y un 57 % del mercado de automóviles.

El dramático descenso en las ventas experimentado durante 1927 obligó a Ford a suspender la producción del modelo T. A finales de ese año salió a la venta el Ford A y poco después, en 1929, el asombroso V-8, que le permitieron recuperar algo del terreno perdido. Pero la Ford Motor Company ya no es la número uno, porque tanto General Motors (con el famoso Chevy) como la Chrysler van por delante. Al final de esa década, y cuando se hizo evidente que Hitler acabaría arrastrando otra vez a Estados Unidos a intervenir bélicamente en Europa, Henry Ford volvió a oponerse públicamente a la guerra. En este sentido cabe destacar la positiva influencia ejercida por Edsel Ford, y que hubiera podido incrementarse aún más debido a los reiterados problemas cardíacos sufridos por Henry Ford a principios de los años cuarenta.

Hasta que en 1945, y tras una suerte de golpe de estado familiar en el que tuvo una destacada actuación la esposa del fundador, Clara Jane Bryant, el hijo de Edsel, Henry Ford II, fue aupado a la presidencia con la misión de reestructurar, sanear y poner al día el fabuloso conglomerado de empresas levantado por Henry Ford. En 1956, siete millones de acciones de la Ford Motor Company salieron a la venta, poniendo fin al control absoluto ejercido por los Ford. Gran parte de los beneficios generados actualmente por la empresa van a parar a la Fundación Ford, creada en 1936 y sucesivamente fortalecida por los legados dejados por el propio Henry Ford, su esposa Clara y su hijo Edsel, totalizando en la

actualidad más de medio billón de dólares dedicados íntegramente al fomento de la investigación y las artes.

1.2. El cuadrante del Flujo del Dinero⁶

Robert Kiyosaki es un inversionista, empresario, orador motivacional, creador de juegos de mesa y computador, además de escritor de libros que llegaron a bestseller, de la serie “Cash Flow”. Es conocido mundialmente por su serie de libros derivados de Padre Rico, Padre Pobre. Kiyosaki donde enseña sobre la libertad financiera personal y el uso adecuado del dinero. Sin importar las diferentes opiniones que genera, sus enseñanzas son importantes para todos aquellos que quieren algún día ser independientes financieramente, mediante la creación de una empresa o por medio de una serie de inversiones que así se lo permitan.

Robert Kiyosaki tiene una serie de libros de los cuales la recomendación es leer, durante los cursos de emprendimiento *Padre Rico, Padre Pobre. Qué le enseñan los ricos a sus hijos que la clase media y baja no*. Segundo libro del mismo autor *El cuadrante del Flujo del Dinero*. Y un libro de finanzas adaptado al caso colombiano, del autor Camilo Pinto “Mis Finanzas Personales”.

1.3. Inteligencia Intelectual e Inteligencia Financiera.

La inteligencia intelectual, normalmente medida con el **EI CI o Cociente Intelectual**, es una estimación general de la capacidad de los individuos de pensar y razonar. El nivel de CI indica como se posiciona una persona frente al resto de individuos dentro de un nivel de edad concreto. El sistema educativo tradicional, la escuela, el colegio y la universidad, son creados para ayudar al desarrollo adecuado de este tipo de inteligencia; pero en la creación de empresas este no basta. Para reforzar esta afirmación basta mirar los casos de éxito de muchos de los empresarios de la nueva era como Bill Gates y Steve Jobs⁷; los cuales no terminaron la universidad, no obstante son parte de los millonarios del siglo XXI.

⁶ Kiyosaki, ROBERT. *El cuadrante del flujo del Dinero*. Time & Money Network Editions. Arizona 1.998.

⁷ Se recomienda ver la charla que Steve Jobs dio durante la graduación de un grupo de estudiantes de la universidad de Stanford, disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=6zIHAiddNUY>. disponible en internet. consultado el 1 de julio de 2.010.

Se recomienda ver el video disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=6zIHAiddNUY>; donde Steve Jobs cuenta la historia como logra su desarrollo personal y profesional; y da recomendaciones para emprendedores.

Inteligencia Financiera; no se refiere a cuánto dinero es capaz de ganar una persona, sino a cuánto dinero es capaz de conservar y que tan productivo es el trabajo de ese dinero para la persona y la inteligencia financiera se incrementa si conforme te vuelves más viejo tu dinero te permite adquirir más libertad, felicidad, salud y opciones en la vida." (Robert Kiyosaki)

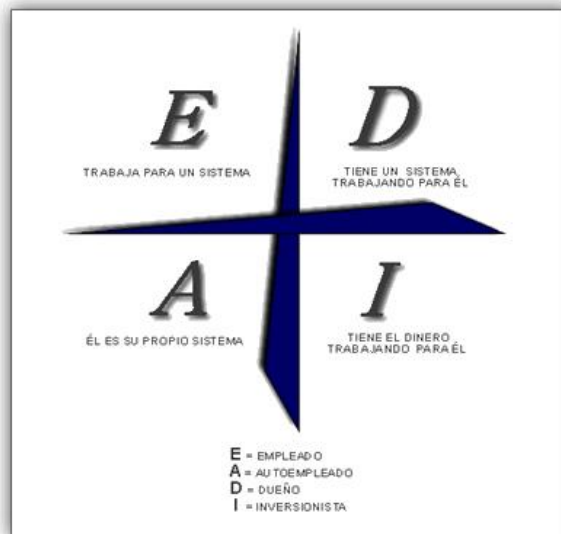
Muchas personas son muy ricas, tienen mucho dinero y conforme pasa el tiempo ganan más dinero, pero tienen menos libertad, son esclavos del dinero, trabajan más para tener más dinero y en otros casos su dinero no les hace felices. Desde el punto de vista financiero, esto no es INTELIGENCIA FINANCIERA.

Trabajar y hacer mucho dinero y no ser feliz no es inteligencia financiera y no tiene sentido. Inteligencia Financiera es encontrar una manera de trabajar y ser feliz utilizando el dinero que se recibe, ya que el hecho de tener dinero no te hace rico

Un aporte muy importante de la inteligencia financiera es el que permite distinguir entre Activos Financieros y Pasivos Financieros; donde los primeros son todos aquellos que nos ayudan a conseguir dinero, mientras con los segundos pasa lo contrario; nos sacan dinero de nuestros bolsillos; por ejemplo tener una casa para vivir en ella para muchos puede ser considerado un activo, pero desde el punto de vista financiero, es un pasivo, ya que solo implica más gastos entre el pago por el mantenimiento de la misma, el impuesto predial y otros.

1.4. Los cuatro Cuadrantes del flujo del dinero

El modo en que se generan ingresos se encuentra en uno de los siguientes cuadrantes:



En el lado izquierdo encontramos:

E: son aquellas personas que tienen un empleo, trabajan para el sistema empresarial de otras personas; se intercambia tiempo por dinero. El limitante de este cuadrante es que solo se disponen de 24 horas al día para intercambiar. Adicionalmente se debe contar con las cualidades necesarias y que esta buscando el dueño de la empresa para poder ser contratado. Se necesita conocimiento y experiencia.

una persona de este cuadrante normalmente se le escuchan palabras como: “Estoy buscando un empleo estable y seguro, con buen sueldo y excelentes beneficios”; “Es que mi jefe no me entiende; me siento explotado”; “Qué trabajo tan duro”...etc.

A: usted genera su propio empleo. Son las personas que crean su propio sistema empresarial, los dueños de su propia empresa, o aquellos que generan sus ingresos por medio de su trabajo directo, son dueños de su tiempo; en este cuadrante se encuentran los dueños de pequeñas empresas, o profesionales independientes. La desventaja de este cuadrante es que solo se generan ingresos en el tiempo que se trabaja, si se deja de trabajar, se deja de generar ingresos. Adicionalmente, se debe tratar directamente con clientes, proveedores, trabajadores, el gobierno y la competencia. Es un cuadrante de mucho stress, por estar todos los días enfrentando diferentes dificultades.

Es común escuchar que las personas de este cuadrante digan frases como: “Mis honorarios son de \$xx la hora”, “la comisión por mis servicios es de x% sobre el precio normal”, “parece que no puedo encontrar quien quiera trabajar y hacer las cosas bien”, etc.

En el lado derecho encontramos; los dueños de medianas y grandes empresas, llamados D, y los inversionistas I:

D: Dueño de empresa. Se posee un sistema y personas que trabajan para él. La manera de identificar si se trata de un Autoempleado, o un dueño de empresa es simple. ¿Usted se puede tomar varios días de vacaciones, más de 20 días y la empresa continuar de manera normal, generando utilidades y creciendo en el mercado, tal como lo haría si usted no estuviera?

Si la respuesta es afirmativa, usted es el dueño de una empresa, si es negativa, usted es un auto empleado, con un buen sistema empresarial; usted no posee empresa, su empresa lo posee a usted.

Una frase normal de un D es: “Estoy buscando un nuevo presidente para que dirija mi compañía”.

El lema de un verdadero D es: “Por qué hacerlo tú mismo si puedes contratar a alguien que lo haga por ti, y puede hacerlo mejor”. Ser un D exitoso requiere, ser el dueño de un sistema empresarial y la habilidad para liderar a las personas.

I: Inversionista. son personas que tienen o han generado un flujo de dinero que les permite vivir de sus inversiones. El flujo de ingresos generado le permite conservar su estilo de vida y aun así continuar incrementando su riqueza. Las personas que están en este cuadrante no necesitan trabajar, por que su dinero esta trabajando para ellos. Las palabras comunes para las personas que están en este cuadrante son: “Mi flujo de dinero se basa en una tasa interna de rentabilidad de X%”; “la rentabilidad de la inversión fue del x%”. Si se quiere ser rico, se tiene que llegar a este cuadrante, es el lugar donde el dinero se convierte en fortuna.

Las cualidades y características que se tienen que desarrollar en cada uno de los cuadrantes es totalmente diferente, ese es uno de los principales motivos por los cuales las personas que toda su vida han sido empleadas, cuando tratan de crear una empresa propia fracasan; no es por la falta de inteligencia intelectual, es por no poseer las características de personalidad ni la inteligencia emocional e intelectual para afrontar las características del cuadrante A y D.

Una lectura Final⁸

¿Para qué sirve el dinero?. Por: Warren Buffett

Hubo una entrevista de una hora en CNBC con Warren Buffett, la segunda persona más rica del mundo, quien donó \$31 mil millones de dólares para caridad. He aquí algunos aspectos muy interesantes de su vida:

- 1.- Compró su primera acción a los 11 años y se lamenta de haber empezado demasiado tarde!
 - 2.- Compró una pequeña granja a los 14 años con sus ahorros provenientes de repartir periódicos.
 - 3.- Todavía vive en la misma pequeña casa de 3 cuartos en Omaha que compró luego de casarse hace 50 años. Él dice que tiene todo lo que necesita en esa casa. Su casa no tiene ningún muro o reja.
 - 4.- Él maneja su propio carro a todas partes y no anda con chofer o guardaespaldas.
 - 5.- Nunca viaja en jet privado, a pesar de ser el dueño de la compañía de jets privados más grande del mundo.
 - 6.- Su compañía, Berkshire Hathaway, es dueña de 63 compañías. Él le escribe sólo una carta cada año a los CEOs de estas compañías, dándole las metas para el año. Nunca convoca a reuniones o los llama regularmente. Él le ha dado dos reglas a sus CEOs:
 - Regla número 1: No perder nada del dinero de sus accionistas.
 - Regla número 2: No olvidar la regla número 1.
 - 7.- Él no socializa con la gente de la alta sociedad. Su pasatiempo cuando llega a casa es prepararse palomitas de maíz y ver televisión.
 - 8.- Bill Gates, el hombre más rico del mundo, lo conoció apenas hace 5 años. Bill Gates pensó que no tenía nada en común con Warren Buffett. Por esto, programó la reunión para que durara únicamente media hora. Pero cuando Gates lo conoció, la reunión duró diez horas y Bill Gates se volvió un devoto de Warren Buffett.
 - 9.- Warren Buffet no anda con celular ni tiene una computadora en su escritorio.
 - 10.- Su consejo para la gente joven: Aléjese de las tarjetas de crédito e invierta en usted.
- RECUERDE:

- A. El dinero no crea al hombre, sino que fue el hombre el que creó el dinero
 - B. La vida es tan simple como usted la haga.
 - C. No haga lo que los otros digan. Escúchelos, pero haga lo que lo hace sentir mejor.
 - D. No se vaya por las marcas. Póngase aquellas cosas en las que se sienta cómodo.
 - E. No gaste su dinero en cosas innecesarias. Gaste en aquellos que de verdad lo necesitan.
 - F. Después de todo, es su vida. ¿Para qué darle la oportunidad a otros de manejársela?
 - G. Si el dinero no sirve para compartirlo con los demás, entonces ¿para qué sirve?
- AYUDE AUNQUE NO PUEDA HACERLO; SIEMPRE HABRÁ BENDICIÓN PARA AQUELLOS QUE SABEN COMPARTIR.**
- H. No gaste el dinero que no tiene. El Crédito, Prestamos, etc. fueron inventados por la

⁸ Mensaje llegado vía email. Disponible de manera digital: <http://www.youtube.com/watch?v=CL-bd6dk1IQ>. Consultado el 15 de septiembre de 2010.

sociedad de consumo.

I. Antes de comprar algo, piense: ¿Que me pasará si no lo compro? Si la respuesta es 'Nada', no lo compre; porque no lo necesita.

“Nada hemos traído al mundo, ni nada nos vamos a llevar”

UNIDAD 2. Conceptos Básicos del Emprendimiento

Objetivo Terminal Unidad

Aprender los elementos conceptuales generales referentes al emprendimiento empresarial

Objetivos Específicos

- Aprender los conceptos básicos del emprendimiento y las diferencias entre los diferentes términos que se usa en el medio.

DESARROLLO DE LA UNIDAD

2.1. *Historias de empresarios exitosos. Caso 2. Walt Disney⁹.*



“Coraje es la principal cualidad del liderazgo, en mi opinión, no importa dónde se ejerza. Por lo general, implica algunos riesgos, especialmente en las nuevas empresas”

“Nuestro mayor recurso natural es la mente de nuestros niños”

“No duermas para descansar, duerme para soñar. Porque los sueños están para cumplirse”

“Piensa, cree, sueña y atrevéte”

A pesar de los esfuerzos de sus biógrafos, un fondo de leyenda sigue aún planeando sobre la figura de Walt Disney. Un repetido rumor asegura que Disney era un emigrante europeo, probablemente español, que llegó a los Estados Unidos y que, más tarde, por temor a suspicacias, falseó su origen. También han sido mitificadas las circunstancias de su muerte: muchos creyeron que Disney había sido congelado con modernas técnicas de hibernación.

Pero la prosaica realidad es que el cadáver Disney fue incinerado por deseo de sus familiares.

Walter Elias Disney nació el 5 de diciembre de 1901 en Chicago, Illinois.

En 1906, Elias Disney decidió empezar una nueva vida en una granja cerca del pequeño pueblo de Marceline, Missouri, donde Walt descubrió la naturaleza y los animales.

Durante la guerra fue conductor de ambulancias

En 1917, cinco años después de que Roy Disney abandonara también el hogar paterno, Elias Disney se trasladó con su mujer y sus dos hijos pequeños de nuevo a Chicago, donde probó suerte montando una pequeña fábrica de mermelada. Cuando los dos se quedaron sin trabajo montaron su propia compañía, la Iwerks-Disney Commercial Artists.

Inquieto e innovador por naturaleza, Disney pidió una cámara prestada y montó un modestísimo estudio en el garaje de su casa, en el que con la ayuda de Iwerks y trabajando por las noches, produjeron su primera película de dibujos animados.

Su viaje a Hollywood, en 1923, Disney emigró a Hollywood. Disney creyó que con su experiencia como cámara obtendría trabajo de director, pero ningún estudio quiso contar

⁹ Mayor Información disponible en:

Biografía escrita en: http://www.biografiasyvidas.com/biografia/f/ford_henry.htm

Diana Uribe en Audio: <http://www.mediafire.com/historiadelmundo#13,1>

con sus servicios, por lo que decidió volver a montar su propia empresa con su hermano Roy como socio.

El 13 de julio de 1925, tres meses después de que su hermano Roy se casara, Disney contrajo matrimonio con Lillian Bounds, una joven empleada de su estudio, con la que tuvo dos hijas: Diane Marie, nacida el 18 de diciembre de 1933 cuando el matrimonio ya descartaba que pudieran tener descendencia, y Sharon Mae, a la que adoptaron en 1936. En la primavera de 1926, y después de haber tenido que cambiar de local porque la compañía crecía, los dos hermanos cambiaron el nombre de su empresa, que pasó a llamarse Walt Disney Studio. Pero el estudio sufrió un importante revés cuando su principal cliente se quedó con los derechos del conejo Oswald, un personaje creado por Disney que había protagonizado diversos cortometrajes.

Así lo contó Disney, pero, en realidad, la paternidad de Mickey Mouse ha sido siempre motivo de polémica, y actualmente tiende a atribuirse el propio Iwerks. En octubre de 1928, cuando Disney buscaba distribuidor para las dos películas que había producido con Mickey Mouse como protagonista, se proyectó el primer filme del cine sonoro. Adelantándose a otros productores que creyeron pasajera aquella innovación, Walt se apresuró a incorporar el sonido a una tercera película de Mickey, Willie en el barco de vapor (1928). Buen imitador de voces y acentos, Disney hizo que el ratoncillo y su novia, Minnie, hablaran con su propia voz para abaratar costes. El 13 de enero de 1930 empezó a publicarse una viñeta del popular personaje (con Disney como guionista e Iwerks como dibujante) en varios periódicos de Estados Unidos, y ese mismo año se editó un libro de dibujos de Mickey que fue reeditado en numerosas ocasiones.

En noviembre de aquel mismo año, el estudio Disney se convirtió en el primero que tuvo su propia escuela de dibujantes y animadores.

Cuando ya se había hecho un nombre en la industria de Hollywood, Walt Disney emprendió una iniciativa arriesgada y sin precedentes: producir el primer largometraje de dibujos animados de la historia del cine. Blancanieves y los siete enanitos (1937) demostró no sólo que Disney y su equipo eran unos virtuosos de la animación, sino que los dibujos animados podían ser todo un género cinematográfico.

Fantasía (1940), costó 2.300.000 dólares. Considerada una obra maestra por unos y una insultante caricatura de la música clásica por otros, Fantasía no fue la «obra total» que Walt Disney había imaginado y deseado.

En 1941, Walt se encontraba de viaje por diversos países de Sudamérica. De aquel largo viaje salieron varias películas destinadas básicamente al público latinoamericano. Con aquel dinero, Disney puso en marcha 18 nuevos proyectos, entre ellos Cenicienta (1950), Alicia en el país de las maravillas (1951) y Peter Pan (1953). Para entonces, su compañía ya no era la reina de los dibujos animados. Aquel conejo era el contrapunto del cándido, apolítico y asexuado Mickey Mouse, que a principios de los años cincuenta vivió sus momentos más bajos de popularidad, aunque siguió siendo el personaje preferido de Disney y el emblema de su imperio.

A diferencia de otros productores de Hollywood, que la consideraban una amenaza, Disney creyó que la televisión era un excelente medio de difundir sus productos. Pero a Disney no

le importaron, porque esas películas le daban el dinero que necesitaba para hacer realidad un proyecto que acariciaba desde hacía tiempo: construir un enorme parque de atracciones basado en sus personajes.

Adicto al trabajo y perfeccionista, el productor cinematográfico diseñó hasta el último detalle de Disneyland, que abrió sus puertas el 17 de julio de 1955 en Anaheim, California.

El «Mago de Burbank» había fallecido sin llegar a ver terminado El libro de la selva (1967), la segunda película más comercial de Disney desde los tiempos de Blancanieves y que dirigió Wolfgang Reitherman, quien asumió la producción de los largos de animación disneyanos hasta 1981. Después de años de mucha producción y pocos éxitos destacables, los estudios Disney volvieron a ser los reyes del género de dibujos animados con La bella y la bestia (1991), Aladdin (1992) y El Rey León (1994). Con el fallecimiento de Disney, entraba en la leyenda uno de los nombres fundamentales de la cultura popular del siglo XX. Con variada fortuna, tratarían de sustituirle figuras tan dispares como su hermano Roy O. Disney, su sobrino Roy E. Disney y su yerno Ron Miller.

2.2. Palabras claves del emprendimiento

Para el desarrollo del modulo es necesario tener claro cada uno de los términos asociados al trabajo y al desarrollo empresarial:

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza en una sociedad, buscando el desarrollo social. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades y la capacidad de articular los medios y las herramientas necesarias para aprovecharlas.

Empresa: sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica. Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión. La planificación posterior está condicionada por dicha definición¹⁰.

Empresario: aquella persona que de forma individual o colegiada, se fija objetivos y toman decisiones estratégicas acerca de las metas, medios, administración y control de las empresas.

¹⁰ guía del emprendedor. disponible en internet en:

http://www.madrimasd.org/emprendedores/servicios_emprendedores/guia_autoevaluacion/etapa1/concepto.aspx. Consultado el 01 de julio de 2010.

Plan de Negocios: un documento escrito que le permite al empresario o al emprendedor, enunciar de una manera clara sus ideas, propósitos, formas y resultados de su negocio en un futuro.

Ventajas de elaborar un Plan de negocios:

- ✓ Porque le ayuda al emprendedor a comprometerse y convencerse de la idea.
- ✓ Conocer el entorno en el cual se va a desarrollar su empresa.
- ✓ Brindar la practica acerca de condiciones competitivas, actividades promocionales y situaciones que pueden resultar ventajosas para el negocio.
- ✓ Establecer contratos.
- ✓ Tomar decisiones de manera ágil y práctica.
- ✓ Determinar la factibilidad de mercado del proyecto.
- ✓ Determinar la factibilidad técnica y económica del proyecto.
- ✓ Es la carta de presentación para posibles fuentes de financiación.
- ✓ Permitir al emprendedor desarrollarse como administrador.
- ✓ Atraer inversionistas potenciales.

3. UNIDAD 3. VALORES DEL EMPRENDEDOR

Objetivo terminal de la unidad

Identificar cuáles son los valores y características que identifican a las personas que son consideradas emprendedores.

Objetivos específicos

- Aprender sobre la importancia de la creatividad en el desarrollo de la capacidad emprendedora.

2.1. Historias de empresarios exitosos. Caso 3. George Westinghouse¹¹



Nacido en Nueva York (1846-id., 1914)

Responsable de la adopción del sistema de corriente alterna, sistema en el cual operan los electrodomésticos en el mundo. Tuvo que vencer la oposición del gran inventor Thomas Alva Edison para que se adoptara la corriente alterna por él propugnada en el suministro de energía eléctrica en Estados Unidos.

Creador del sistema de freno de aire comprimido en 1869, aplicado inicialmente en trenes, volviendo el sistema de frenado mucho más seguro y salvando miles de vidas.

La historia ha sido poco justa con este gran inventor, en cabeza del cual se registraron 613 patentes en diferentes áreas, con el objetivo principal de mejorar la vida cotidiana.

En 1886 fundó en Pittsburgh la Westinghouse Electric & Manufacturing Company, hoy una de las empresas más importantes del mundo en generación de energía nuclear.

Westinghouse, fue uno de los primeros industriales en cuestionarse el papel de la era industrial en cuanto a la capacidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes, en este caso de los Estados Unidos, por lo cual implementó políticas de mejores salarios y programas de compensación, que permitieron llevar las ventajas de la industrialización a todas las personas.

2.2. Identificación de la Oportunidad

Las empresas se han desarrollado de acuerdo a las oportunidades que los emprendedores han podido identificar y han sabido aprovechar en su momento; estas oportunidades se generan en función de problemas, que para darle solución se tiene que ofrecer un producto o un servicio, en una oportunidad de mercado o en una capacidad especial de determinadas personas, como deportistas; allí radica la capacidad de las personas, la visión para detectar estas oportunidades y materializarlas en negocios, así tenemos:

- Artículos de alta tecnología
- Productos de belleza

¹¹ Mayor Información disponible en:

Biografía escrita en: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/w/westinghouse.htm>

Diana Uribe en Audio: <http://www.mediafire.com/historiadelmundo#13,1>

- Desarrollo de nuevos productos alimenticios, etc.

Como se puede apreciar con estos ejemplos se tienen necesidades humanas atendidas, entonces el punto de partida para aquellas personas que aún no han decidido sobre que producto o servicio pueden crear su negocio o empresa, pero que tienen la firme convicción de ingresar a este mundo, tienen en las necesidades del ser humano un abanico de posibilidades que mañana más tarde les permita forjar negocios o empresas prometedoras a un corto o mediano plazo, que a su vez les permita los ingresos económicos para atender sus propias necesidades y adicionalmente generar puestos de trabajo y mejorar la calidad de vida que muchos desean.

2.3. Creatividad

La creatividad, todavía, es un tema muy vago y confuso, que parece abarcar una enorme cantidad de actividades y personas. Ser creativo significa, literalmente, hacer algo que antes no existía y creatividad es la facultad para crear.

Ahora bien, crear algo que no existe no es suficiente. Luego se le asigna un cierto valor al resultado, de modo que lo nuevo debe tener valor (ser útil y factor diferencial en mi quehacer). En ese punto es donde se puede empezar a hablar de creatividad.

Un producto creativo no debe ser ni obvio ni fácil, sino que debe tener algún rasgo singular o raro. Ahora cuando se introducen conceptos como “inesperado” o “cambio” se empieza a tener una visión diferente de la creatividad.

La palabra “creatividad” abarca una amplia gama de destrezas y competencias diferentes. Y abarca una serie de conceptos que igualmente es necesario tener claro:

CONCEPTO: Idea, representación mental de una realidad, un objeto o algo similar.- Pensamiento expresado con palabras.- Opinión, juicio, idea que se tiene sobre algo.- Aspecto, calidad, título.

PERCEPCIÓN: Sensación interior que resulta de una impresión material, captación realizada a través de los sentidos.

Conocimiento, aprehensión de conceptos e ideas.- percepción extrasensorial. La que se produce sin mediación normal de los sentidos.

Se puede considerar que la creatividad es misteriosa, por que las personas observan que se producen ideas nuevas pero no saben bien de donde han salido. Pero lo cierto es que no existe una “caja negra” de donde de vez en cuando aparecen ideas brillantes.

Conocer cómo funciona el sistema imaginario humano, no nos hace más creativos, pero nos da la pauta del potencial que tenemos y como lo podemos usar. ¿Qué es? ¿Cómo funciona? ¿Para que sirve? Es el gran paso para entender la naturaleza de la creatividad.

Hablar de creatividad, no significa ejercerla.

Esto significa que no por decir que se tiene una empresa creativa, eso sea del todo cierto. Generalmente no hay empresas creativas, hay solo algunas personas creativas dentro de las organizaciones.

Particularmente lo que mata a la creatividad, son las creencias de las personas, los juicios que existen sobre ella. Pues la gran mayoría cree, que la creatividad es una iluminación que llega así por que si – Que se nace creativo – O peor aun, que la creatividad es solo para los artistas o publicistas.

Estas creencias son las que hacen que la gente no se ocupe de la creatividad o la postergue. Pero hay una razón de peso a favor de la creatividad, nadie niega su existencia ni su importancia. Todo el mundo sabe que los creativos son los que cambian la humanidad. Y desde ahí se ve a partir para introducir la creatividad en todos los órdenes de la vida y en todos los niveles y en todas las edades.

Todos necesitan de la creatividad, de modo que está en todos los actos que las personas hacen día a día. Precisamente por estas razones suele suceder que la creatividad no es campo específico de nadie y por eso nadie hace nada. Nada sucederá en la creatividad si no hay alguien que la provoque.

La creatividad no es magia, pero se le parece, por la manifestación que tiene, por la forma de aparecer, pero el previo a la iluminación es sueños, metas, trabajo, concentración, pruebas, errores, intentos, frustraciones, más trabajo y mucha motivación.

La motivación es la disposición de una persona para detenerse y enfocar la atención sobre determinado punto, es crear un motivo y comprometerse con este.

Motivación= El motivo que nos lleva a la acción.

A partir de allí, solo se necesita tiempo, esfuerzo y atención, pues la voluntad de aplicar la creatividad, ya existe.

“La creatividad es la inteligencia de los sentidos”.

2.4. Innovación

*“Cuando uno tiene una idea de
negocio y quiere que sea exitosa, lo
primero es identificar al consumidor y
arreglarle un mayor problema”*

Christian Vélez Bitterli.

Fundador de EXALOS AG.

Empresa Gacela

El término innovar etimológicamente proviene del latín innovare, que quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades.

Existen varias definiciones de **la innovación**, en emprendimiento podemos rescatar la siguiente definición de Pavon e Idalgo: como *“el conjunto de las etapas técnicas, industriales y comerciales que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de productos manufacturados, o la utilización comercial de nuevos procesos técnicos. Según esta definición, las funciones que configuran el proceso de innovación son múltiples y constituyen una fuerza motriz que impulsa la empresa hacia objetivos a largo plazo, conduciendo en el marco macroeconómico a la renovación de las estructuras industriales y a la aparición de nuevos sectores de actividad económica”.*

Desde Josehp Schumpeter, se ha rescatado la importancia de la innovación en los procesos de creación de empresa, los procesos de innovación se pueden desarrollar en:

- Nuevos productos y/o aplicaciones de los mismos.
- Nuevos servicios.
- Procesos industriales.
- Otros.

2.5. *Orientación al Logro*

Es la preocupación por realizar bien el trabajo o sobre pasar un estándar. Los estándares pueden ser el propio rendimiento en el pasado (esforzarse por superarlos), una medida objetiva (orientación a resultados), superar a otros (competitividad), metas personales que uno mismo se ha marcado o cosas que nadie a realizado antes (innovación). El realizar algo único y excepcional también indica orientación al logro.

Las personas orientadas al logro (los que buscan retos) uno de sus principales motores es el reconocimiento de quienes le rodean.

2.6. *Decisión*

Ser decidido es una virtud básica para emprender; el emprendedor sabe la certeza del camino que esta tomando, y logra como un gran soñador seguir adelante en su determinación para alcanzar el logro. Cuando Thomas Edison invento la bombilla tuvo más de 100 ensayos antes de encontrar la adecuada, si no hubiera estado decidido en su trabajo no habría conseguido iluminar el mundo.

2.7. *Disciplina*

Abrir un negocio propio significa que se debe ser una persona muy disciplinada; esta característica ayuda a impulsar el éxito, cumplir con horarios, con tareas y objetivos planteados claros y trabajar de manera ardua para cumplirlos.

2.8. *Capacidad de organización*

Probablemente una de las partes más difíciles, pero que va de la mano con la disciplina y el éxito, es la capacidad de jerarquizar lo que se debe hacer y a tiempo, es decir, reinvertir las utilidades; pagar a tiempo a colaboradores y proveedores; llevar un control de inventarios, etc. Con organización, las utilidades rendirán y se multiplicarán; sin esta característica, los problemas no se harán esperar.

2.9. *Liderazgo*

Es la capacidad de convocar a las personas que están en el entorno a que te sigan, emocionarlos y hacer todo para que valoren la idea que se les propone. Un líder va a la vanguardia, se prepara y comparte información con quienes pretende hacer el negocio. El líder debe ser positivo y la gente que lo rodea ayudará a que alcance el éxito. ¿Te consideras líder?

Entusiasmo. Imagina que alguien se acerca a ti, quiere venderte algo y lo miras apagado, aburrido, desmotivado. Claro que nunca se te antojará lo que le está ofreciendo. Por el contrario, si esta persona llega llena de energía, contenta y así lo expresa, te contagiará y con seguridad el impulso de compra aparecerá. ¿Eres entusiasta? Me atrevo a afirmar que esta característica hace la diferencia entre el éxito y el fracaso, y es la más difícil de todas. Tener entusiasmo exige superar todos los estados de ánimo: desesperación, agotamiento y tristeza, además de tener que ocuparse en emocionar al de enfrente.

2.10. Desarrollo de Competencias¹²

La visión “Tener un sueño”

Trazar el camino a partir de la Visión, de tener un sueño, ayuda a definir con claridad el futuro y las metas de crecimiento hasta donde se quiere llegar, así como planificar la Misión que debe cumplir y conocer. La Pyme tiene que trabajar sobre la Visión, que es la imagen del futuro que quiere crear la organización, esta visión debe ser formada y construida desde la estructura organizacional proactiva y no impuesta desde la jerarquía superior. La visión determina la estrategia general que se debe implementar y debe buscar los recursos a desarrollar.

Mercadeo y Ventas

Las ventas representan el motor de crecimiento de las organizaciones, a través de ellas se impulsan los productos y es el generador de todos los ingresos operacionales. La PYME siempre encuentra muchas barreras para vender, por la gran concentración de poder que asume el empresario, ya que la mayoría de las

¹² Revista Dinero y Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Crecimiento para el éxito Empresarial. Cuadernillo Número 1. Edición 2.005. Pag. 12.

veces su labor principal es la administración del negocio por encima de la función de vender.

Por otra parte las áreas de mercadeo son muy olvidadas en la organización y muy pocas veces se trabajan investigaciones de mercado que permitan desarrollar estrategias de ventas efectivas.

Es por eso que la estrategia direccionada a desarrollar las áreas de Mercadeo y Ventas, requiere algunos de los siguientes elementos:

- Formar personal con mentalidad cerradora de negocios, que mejoren el desempeño de las ventas y su margen.
- El mercadeo y las ventas son áreas que se complementan continuamente, y la única manera de lograrlo es definir claramente las estrategias direccionadas al objetivo de crecer.

2.11. Desarrollo de los Recursos Humanos

El Talento Humano

En un mercado competitivo la verdadera ventaja competitiva no la da los recursos financieros, porque estos se consiguen, no la da la tecnología porque esta se compra. La verdadera ventaja está centrada en contar con el talento humano requerido, que tenga las competencias laborales necesarias para desempeñarse de acuerdo a las necesidades de cada ocupación o trabajo.

Para hacer más productivo el talento humano la estrategia se debe centrar en desarrollar las competencias de las personas que contribuyen a los objetivos de la organización. Esto permite desarrollar funciones específicas, aportando creatividad, innovación y mejoramiento continuo.

2.12. Acompañamiento del SENA

Los emprendedores colombianos tienen a su alcance y en un mismo sitio la tecnología necesaria para desarrollar sus propias ideas innovadoras y de negocios. Se trata de TecnoParque Colombia –un ambiente impregnado de

innovación y creatividad-, impulsado por el SENA, en donde tendrán cabida las ideas tecnológicas de los “inquietos cerebros” nacionales.

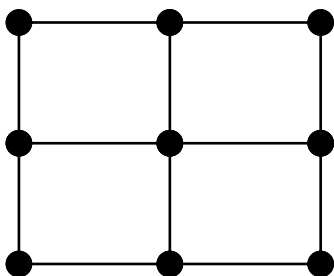
Allí, los emprendedores tienen acceso a una red de expertos y de entidades líderes en tecnología quienes facilitan acceso a equipos, herramientas y materiales didácticos, soporte para la construcción de conocimiento que les permita concretar su creatividad y desarrollar innovación o transformación de servicios, productos o materiales, que contribuyan a mejorar la competitividad y productividad de las empresas o incluso, estructurar lo que será su propio negocio.

“Buscamos incentivar la capacidad creativa e innovadora de nuestros jóvenes, por medio de la interacción con la tecnología; como alternativa de autoempleo y de generación de riqueza; y apoyar el desarrollo personal y profesional de los estudiantes y egresados de la entidad, de los universitarios, de los profesionales y de los colombianos en general”, expresa
Darío Montoya Mejía, Director General del SENA.

Tareas de la unidad

Ejercicios de creatividad.

1. toma un artículo cualquiera de tu vida diaria, y aplícalo a 10 usos diferentes.
2. unir los nueve puntos, con cuatro líneas rectas, sin despegar el lápiz de la hoja.



3. Resolver el siguiente sudoku

	7					8	
	5	8	6				1
		3	1	4			
9		6		5	3		
		5		2	1		7
				6	5	7	
3					1	9	2
	4						1

4. Con cuatro números uno, utilizando diferentes formulas matemáticas, encontrar los números del 1 al 20.

$$(1/1) - (1/1) = 0$$

5. Entrevista a un empresario, que este desarrollando una actividad empresarial en la actualidad este desarrollando una actividad empresarial desde hace mas de cinco años y tenga a su cargo un equipo de más de cinco personas.

Nombre del empresario: _____

Nombre de la empresa: _____

Tel de contacto: _____

CARACTERISTICA	No importa para nada	Debe tener un poco	Es más o menos importante	Es bastante importante	Es imprescindible
Creatividad e innovación: como modo de ocupar la inteligencia para ver la realidad superando bloqueos individuales y ofreciendo respuestas personales diversas.					
Tenacidad: como fuerza activa ante los obstáculos, resistencia a los obstáculos.					
Auto-confianza: como sentimiento de auto-estima, seguridad que proviene de la conciencia que uno tiene por si mismo.					
Liderazgo y coordinación: como capacidad de movilización de recursos y de intercambios de información para realizar operativos funcionales.					
Comunicación: como formas de intercambio de información entre actores humanamente integrados y estimulantes.					
Negociación: como capacidad para lograr acuerdos.					
Responsabilidad: como compromiso al cumplimiento.					
Capacidad para asumir riesgo: como la habilidad para asumir incertidumbre, aventurarse a hacer cosas nuevas y diferentes.					
Altruismo: como solidaridad, proyección a los demás, trascendencia individual.					
Honestidad: como transparencia, claridad de propósito.					

LECTURA

NO INVENTE DISCULPAS...

Una empresa estaba en situación difícil, las ventas iban mal, los trabajadores y colaboradores estaban desanimados, y la situación financiera del negocio era crítica.

Era preciso hacer algo para revertir el caos.

Nadie quería asumir nada. Por el contrario, el personal apenas reclamaba que las cosas andaban mal y que no existía perspectiva de progreso en la empresa.

Ellos consideraban que alguien debería tomar la iniciativa de revertir aquél proceso.

Un día, cuando los funcionarios llegaron a trabajar, encontraron en la portería un enorme cartel que decía:

"Falleció ayer la persona que impedía el crecimiento de nuestra empresa. Usted está invitado a participar del velorio en el salón de los deportes."

Al principio todos se entristecieron ante la muerte de alguien, pero después de algún tiempo, sintieron curiosidad por saber quién estaría bloqueando el crecimiento de la empresa.

La agitación en el salón de deportes era tan grande que fue preciso llamar a los guardias de seguridad para organizar una fila india.

A medida que las personas iban aproximándose al cajón la excitación aumentaba.

- ¿Quién será el que estaba estorbando el progreso?

- ¡Qué suerte que este infeliz se murió!!!

Uno a uno, los funcionarios agitados se aproximaban al cajón, miraban al difunto y se quedaban pasmados en seco, quedando en absoluto silencio como si hubiesen sido heridos en lo más hondo de sus almas.

Pues bien, ciertamente usted no habrá imaginado que había en el fondo del cajón...

¡Había un espejo!..

Consideraciones:

Sólo existe una persona capaz de limitar su crecimiento: usted mismo.

Usted es la única persona que puede cambiar su vida.

Usted es la única persona que puede perjudicar su vida.

Usted es la única persona que puede ayudarse a sí mismo.

No intente hallar culpables para sus fallas.

Es dentro de su corazón donde encontrará la energía para transformarse en el artista de su creación...

"El resto son disculpas..."

No invente disculpas y cumpla lo que se promete a si mismo, a los demás y comprométase...

4. LA IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Objetivo terminal de la unidad

Desarrollar la capacidad de evaluar una idea de negocio, que permita desarrollar el Plan de Negocio de Manera más clara y sensata posible.

Objetivos específicos

2.13. Identificación de la Oportunidad

El municipio de Medellín tiene disponible una herramienta utilizada en los concursos de emprendimiento, que sirve para plasmar de manera clara la Idea de Negocio, de manera que se tiene desde un principio claro las posibilidades de desarrollo y viabilidad de una posible actividad empresarial, que permitirá desarrollar la Formulación del proyecto y/o Plan de Negocio Respectivo. Disponible en:

www.culturaemedellin.gov.co/.../CulturaE/.../FORMATO_9ConcursodePlanesdeNegocio.doc

Este es un formato sencillo que tiene la explicación de cómo desarrollarlo en cada uno de sus ítems, haciéndolo fácil y aplicable al desarrollo de las ideas de negocio.

Igualmente una vez desarrollado el formato de idea de negocio, es importante utilizar el Test de Idea de negocio, en cual de manera virtual con solo 25 preguntas puede ayudarnos a medir la madurez, no solo de la idea de negocio sino de nosotros como emprendedores para el desarrollo e implementación de esta idea.

Este test está disponible en:

<http://200.13.255.8/testIdea/html/>

El uso de estas herramientas, sirve para tener una idea clara de las posibilidades de una nueva actividad empresarial. Pero se debe recordar, que muchos de los asesores empresariales nunca han sido emprendedores, y lo que en muchas ocasiones ha parecido una idea descabellada para muchos de los asesores en emprendimiento, han terminado siendo empresas exitosas en el mercado.

Leer la historia de Anita Roddick y la creación de “The Body Shop”, disponible en:

<http://montarfranquicia.com/?p=165>

CONCURSO DE PLANES DE NEGOCIO ALCALDÍA DE MEDELLÍN

CONVOCATORIA 2010
NOVENO CONCURSO DE PLANES DE NEGOCIO

DATOS DE LA INICIATIVA

NOMBRE DE LA
INICIATIVA :

DIGITE EL NOMBRE DE LA INICIATIVA

NOMBRE EMPRENDEDOR
CONTACTO :

NOMBRE COMPLETO

CEDULA EMPRENDEDOR
CONTACTO :

DIGITE SU CÉDULA

CORREO ELECTRÓNICO :

DIGITE SU E-MAIL

TELÉFONO :

DIGITE SUS TELEFONOS DE CONTACTO

IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD

0. ANTECEDENTES DE LA INICIATIVA

Describa brevemente los antecedentes de la iniciativa y que lo motivó a su desarrollo.

Incluya una descripción breve de las motivaciones que lo llevaron a plantear la presente iniciativa empresarial y cual es el grado de avance, investigación o desarrollo de la iniciativa. Describa si la iniciativa proviene o no de un Centro de Emprendimiento Universitario. En caso afirmativo escriba de cual proviene. Mencione si ha concursado en otra convocatoria del concurso de planes de negocios, de ser afirmativo coloque en cual.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la necesidad, deficiencia, carencia o ausencia detectada en el mercado?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Un problema es una necesidad, carencia o deficiencia que puede ser resuelta a través de un producto o servicio. En este punto el emprendedor deberá investigar cual es el problema que intenta solucionar y describirlo de forma breve y comprensible, en lo posible acompañar la descripción sustentada sobre datos cuantitativos de la situación.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

¿Describa brevemente el producto o servicio, con el cuál se espera solucionar el problema identificado, incluyendo características, usos, precio?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

El producto o servicio es la forma tangible de satisfacer las necesidades de un mercado. Es recomendable describir de manera corta pero muy específica cual es el producto o servicio que piensa desarrollar, sus características físicas y técnicas, su funcionalidad, los usos específicos, cual es su innovación, precio tentativo, entre otros. Si se trata de un servicio describa los procesos que le componen.

3. CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

¿Cuál es el área del conocimiento y/o tecnología sobre los que se fundamenta la iniciativa empresarial?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

En este numeral debe identificarse el componente tecnológico requerido para poner en marcha la idea empresarial, especificando el grado de acceso y dominio que posee el equipo emprendedor con dichas tecnologías. Esto quiere decir, que debe saber el equipo emprendedor (conocimiento) y que debe poseer (Procesos, productivos, maquinaria, equipos etc) para llevar a cabo su iniciativa empresarial.

4. MERCADO Y CLIENTES

Describa cual es el mercado objetivo y clientes potenciales de su iniciativa

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Aquí se recomienda investigar y determinar cual será el mercado al cual irá dirigido su producto (mercado objetivo). Para esto se debe tener en cuenta las características demográficas, geográficas y de estilo de vida, entre otros, de los potenciales clientes.

¿Cuál es el tamaño del mercado y su posible participación?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Dimensione el tamaño del mercado al cual piensa dirigir su producto o servicio y cuanto espera vender usted como nuevo empresario. (Sea realista con sus estimaciones y procure tener en cuenta estadísticas de ventas del mercado de productos similares)

5. COMPETIDORES Y PRODUCTOS SUSTITUTOS

¿Qué empresas ha identificado como su competencia directa e indirecta, qué productos ofrecen y cuáles son sus fortalezas y debilidades?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Usted debe conocer todo lo posible sobre sus competidores tanto directos como indirectos. Que productos vende, a quien le vende, sus precios, los canales de distribución, sus métodos productivos, cual es la ventaja competitiva, etc. Es importante conocer los productos sustitutos, estos son productos o servicios diferentes al que usted plantea en su proyecto pero que satisface la misma necesidad. Los productos sustitutos pueden incidir directamente en cambios de volúmenes de venta y precios de su compañía.

6. MODELO DE NEGOCIOS

¿Cuál es el modelo de operación para satisfacer con el producto, las necesidades detectadas?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Un modelo de negocios es "la forma de hacer negocios", mediante la cual la empresa genera ingresos y utilidades. Un modelo de negocios se representa con base en la cadena de valor, que no es mas que la descomposición de los procesos que constituyen una empresa. Aquí usted deberá identificar y explicar brevemente cada uno de los procesos de su empresa (investigación y desarrollo, producción, comercialización, servicio, etc) y especificar cuales son las actividades que generan más valor a su compañía. Además debe definir cuales van a ser desarrollados directamente por la empresa, cuales subcontratados a terceros o bajo alianzas.

¿En qué forma se generan los ingresos para la empresa?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Existen muchas formas de vender productos y servicios. Hay quienes idean nuevos productos y venden sus prototipos. Otros fabrican y venden sus propios productos, otros los fabrican y los venden mediante comercializadoras. La forma en la que la empresa genera sus ingresos depende directamente de su modelo de negocios. Tenga en cuenta que desarrollar un producto o servicio no asegura su éxito en el mercado, esto depende de un modelo de negocio coherente con las posibilidades que brinda el mercado.

7. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

¿Cuales son los factores fundamentales de diferenciación?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Para que una empresa sea sostenible en el tiempo requiere de habilidades de adaptación a las cambiantes necesidades del mercado en cuanto a variaciones del producto, comportamientos del consumidor entre otros, la empresa debe tener una capacidad innovadora que le permita responder a las nuevas necesidades del medio. En este campo debe de citar cuales son los factores diferenciadores con productos o servicios similares en el mercado.

Un elemento diferenciador se refiere a factores innovadores frente a lo que ya existe en el mercado. Estas características deben ser innovadoras, con valor agregado, que no sean fáciles de copiar. Aclaración: Pocas veces una empresa logra diferenciarse por características como precio o calidad.

¿Cuáles son los factores críticos que ha identificado para su iniciativa empresarial?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Los factores críticos son las variables que determinan el éxito o fracaso de una empresa ya que en gran medida de ellos depende que la empresa tenga un buen funcionamiento. Se debe tener una visión critica del proyecto para detectar aquellos factores clave para minimizar el

riesgo y buscar su viabilidad, lo que facilita el desarrollo de estrategias para aprovecharlos y minimizar los referidos al fracaso.

¿Cómo se asegura una capacidad innovadora que permita un mejoramiento continuo y un crecimiento empresarial?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Debe citar cual será la estrategia para mantener la diferenciación con respecto a posibles competidores en el mediano y largo plazo.

8. RED DE TRABAJO

¿Cuál es el perfil de las instituciones o personas que harán parte de la red de trabajo?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

RED DE TRABAJO INTERNA: Se recomienda que la red de trabajo interna, es decir, el equipo emprendedor, esté compuesto por un grupo de personas de diferentes áreas del conocimiento que conforme un equipo interdisciplinario donde cada miembro realice aportes que agreguen valor a la empresa desde su formación. Describa brevemente como se compone su equipo de trabajo.

RED DE TRABAJO EXTERNA: Son todas las personas, empresas o instituciones con las que se deben establecer vínculos para que la empresa pueda desarrollar su función. Esto comprende conocimientos, tecnología, apoyo logístico entre otros. Utilice nombres propios si los posee, en caso contrario describa su perfil.

¿Cuál es la estrategia para la creación y puesta en marcha de la red externa de trabajo?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Describa cual es la estrategia para poner en marcha dicha red externa y cual es la relación que existe o existiría con las personas, empresas o instituciones miembros de dicha red.

9. IMPACTO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO

¿Qué impactos ambientales, sociales y económicos se generan con la empresa (positivos y negativos)?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

En este punto se debe explicar cual es el impacto que va a traer la empresa a nivel social, ambiental y económico, y explicar la forma como se piensan minimizar los efectos negativos.

¿De qué manera es posible minimizar los impactos negativos que se generan?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Describe cual será la estrategia para minimizar los impactos negativos si los hay.

10. PUESTA EN MARCHA

¿Cuánto tiempo se requiere para poner en marcha la iniciativa empresarial?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

El emprendedor debe especificar, cuanto tiempo se requiere para que la empresa pueda estar en marcha. Para esto debe listar las actividades principales que llevara a cabo previo inicio de actividades de la empresa, la fecha de inicio y duración. Puede ilustrar la información a modo de cronograma.

¿Qué inversión se requiere para poner en marcha la iniciativa empresarial y con cuanto se dispone?

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Cuanta inversión es necesaria para poner en marcha el proyecto y de cuanto se podría disponer. Discrimine dicha inversiones en dinero y especie. Dentro de la inversión en especie, valore la mano de obra del equipo emprendedor.

Discrimine las inversiones requeridas.

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Discrimine las inversiones (solo las de dinero) requeridas citadas en la anterior pregunta. Sea tan específico como sea posible.

11. LISTAR LAS FUENTES DE CONSULTA PARA LA FORMULACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Tipo de letra: Arial Tamaño 10 Color negro. Borrar estos comentarios antes de enviar la propuesta

Listar las fuentes de consulta para la formulación de la iniciativa empresarial: En este punto se recomienda mostrar la bibliografía empleada para documentar en documento de identificación de la oportunidad.

Lectura de la Unidad

EL PLAN DE NEGOCIOS¹³:

Una herramienta de acceso a la financiación

El plan de negocios es un instrumento básico de dirección de la empresa, que establece la orientación concreta de la gestión de las operaciones, en un período dado, para alcanzar sus objetivos. Una empresa sin plan de negocios es como “un automóvil sin dirección”.

El plan de negocios se convierte en sí mismo, en un producto visto como un modelo de negocio, sobre el cual se puede invertir, o se puede acceder a financiamiento.

El plan de negocios muestra cada etapa del ciclo vital de una empresa y varía en cuanto a los objetivos a alcanzar.

El ciclo de Inicio: Muestra las estrategias de lanzamiento y la forma de entrar al mercado y como se espera esa participación. Define la organización de la nueva empresa, el desarrollo e implementación de las ideas de negocio y cómo será el retorno de la inversión de la PYME. Define los procesos de selección del Talento Humano por competencias.

El ciclo de Crecimiento: Hace el continuo monitoreo y cumplimiento del plan de negocios.

Identifica como incrementar la participación en el mercado y el logro de la rentabilidad esperada y mide su productividad. Muestra los indicadores de gestión con base en las competencias desarrolladas por el talento humano. Se concentra en valorar la empresa, el valor actual neto y el valor de la marca.

El ciclo de Madurez: actualiza el plan estratégico y el plan de mercadeo. El aumento de la participación del mercado. Aumento de rentabilidad y la productividad. Se trabaja en los procesos de innovación y actualización de los productos y servicios.

¹³ Revista Dinero y Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Crecimiento para el éxito Empresarial. Cuadernillo Número 2. Edición 2.005. Pag. 15.

DIRECTORIO DE AYUDA EN INTERNET

- <http://www.medellin.gov.co/educacion/competencias/index.htm>
- <http://www.culturae.net>
- <http://www.eafit.edu.co/eafitcn/empresarismo>
- <http://www.camaramed.org.co/esp/fomipyme/index.html>
- http://www.comfama.com/contenidos/publicidad/Guía%20de%20Emprendimiento/guia_emprendimiento.asp
- <http://www.sena.edu.co/Portal/Emprendimiento/>
- <http://www.desarrolloweb.com/>
- http://www.encarreradesdecasa.com/art/ajeno_internet.htm
- <http://eduteka.org/curriculo/referencias.php>
- <http://www.iniciativalatinoamericana.org/>
- <http://main.edc.org/>
- http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia_actualidad_emp_col.jsp?noticia=79186
- <http://www.sidisalta.com.ar/Educaci%C3%B3n/CODESA.htm>
- <http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/exp/observa/hon/caderh.htm>
- <http://www.diariopyme.cl/newtenberg/1451/article-37774.html>
- <http://www.myownbusiness.org/>
- http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=24655&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- www.colciencias.gov.co
- www.ics.trieste.it
- www.wipo.int
- www.sic.gov.co