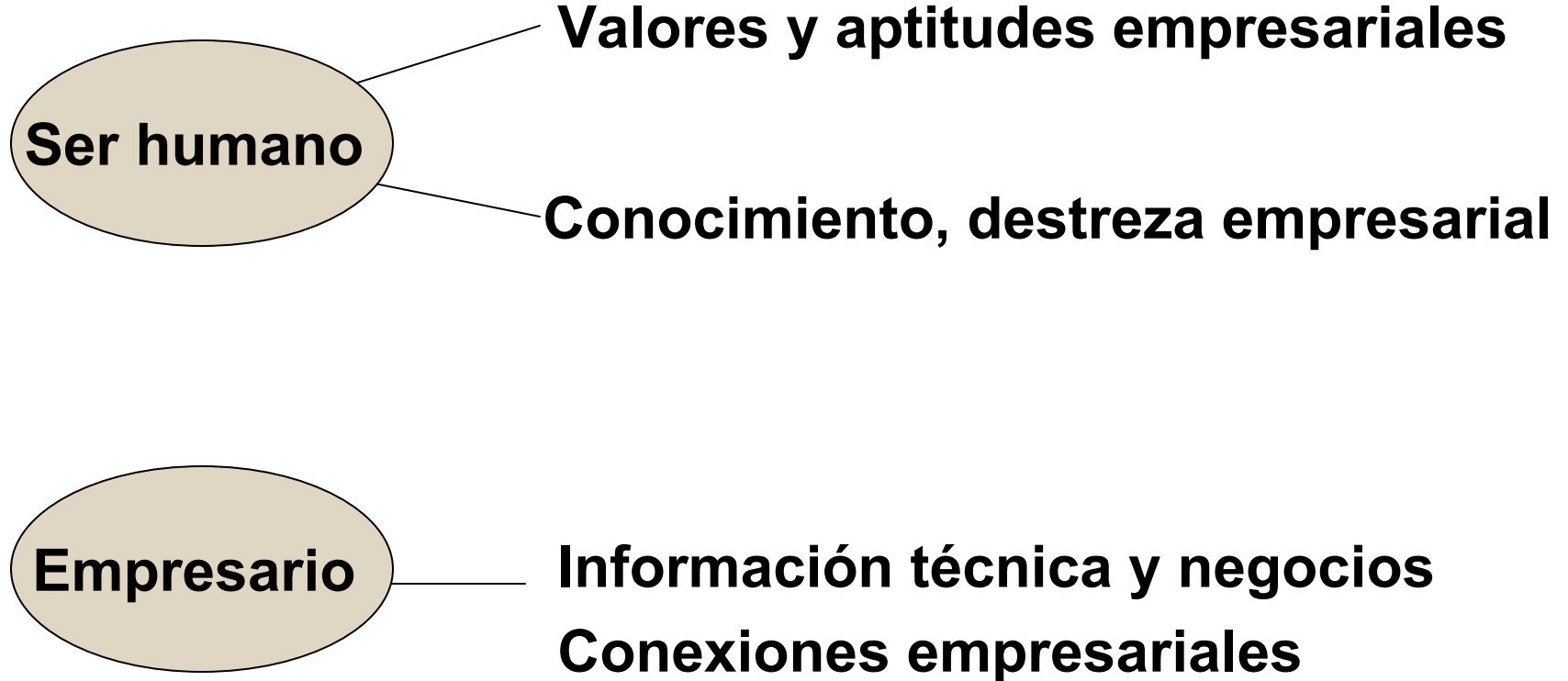


Qué es el espíritu
emprendedor y cómo
ayuda a lograr el éxito
empresarial”

El hombre razonable se adapta al mundo el hombre no razonable intenta adaptar el mundo a sí mismo. Por tanto, todo progreso depende del hombre no razonable.

Espíritu empresarial + innovación = prosperidad



Que es un empresario?

1. Se necesita un catalizador = mente empresarial = actitud poco compasiva, pero no feroz, confianza en la intuición, pero también, en la racionalidad, capacidad de pensar táctica como estrategicamente.

No vine sólo a jugar, vine a ganar

Qué es ser un empresario?

2. Espíritu empresarial es una forma de pensar, razonar y actuar que se basa en una obsesión por la oportunidad, en un enfoque holístico un liderazgo balanceado.
3. Global Monitor, persona o grupo de personas capaces de percibir la oportunidad y de tomar los riesgos existentes para abrir nuevos mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovativos.

Historia Magic Johnson = más vivo que nunca HIV 500 millones de dolares

Toma convivir = AZT
Inhibidor de la
proteasa que
neutraliza el virus

Plazas comerciales
Cadenas de cines
32 cafeterías
Dos TGI Friday's
Firma disquera
Magic Johnson
Music
Founder Bank of
Comerce
5% franquicias Los
Laker

MITOS DEL EMPRESARIO

“Excusa de no tener la decisión o de no querer el hacer trabajo”

Mito No.1: Los empresarios no analizan sino que van haciendo cosas.

Esta posición de la idea de ser loco, a quien plantea una oportunidad y sin raciocinio se lanza y se pone en riesgo y peor aun que esto lo conduce al éxito.

- Verdad: Los empresarios exitosos a largo plazo no juegan la ruleta rusa, sino, con análisis formales o informales, tiene la habilidad para pensar evaluar la situación y actuar en el momento oportuno bien sea para realizarlo o rechazarlo, si cree que sus oportunidades son escasas.

Mito No. 2: Los empresarios nacen, no se hacen.

- Aplica para políticos, artistas, gerentes, deportistas = errado.
- Verdad: Los empresarios se forjan mediante aprendizaje y experiencias educativas que combinan en proporciones diversas lo formal y lo no formal, energía, salud, inteligencia \pm habilidades en función del ambiente= iniciativa, toma de decisiones, capacidad de riesgo y creatividad.

Mito No. 3 El empresario clásico o puro

Existe la creencia de que sólo es empresario quien cumple todos los requerimientos sobre el proceso empresarial.

- Verdad: La misión del proceso educativo es promover y despertar las competencias necesarias para que una persona que no ha actuado como empresario, empiece a hacerlo.

Mito No. 4: Todo lo que se necesita es dinero

Esta es la disculpa más frecuente de quienes son empresarios para explicar la falta de creatividad, decisiones e iniciativa.

- Investigaciones a nivel mundial indican que el iniciar un negocio proviene = ahorros personales, familiares, herencias o amigos.
- Verdad: La falta de dinero es más un sintoma que la causa del problema . Muchas veces la gente quiere que le den dinero para una idea general sin ser analizada.

Existen muchas formas de mejorar un proyecto y la tarea del empresario es identificar la forma funcional para su nivel de recursos.

Mito No. 5: El empresario es falto de preparación

Los empresarios de 1900 no fueron a la escuela primaria
1950 no fueron a la Universidad.

•Verdad: El empresario del futuro tiene que ser un empresario educado, formal o informalmente, de lo contrario sus posibilidades de éxito y/o crecimiento son nulas.

Mito No. 6: Los empresarios son los fracasados

Existen mediocres, muy brillantes, habilidosos, incapaces en sus actividades sociales.

¿Qué es un fracasado?

Acaso un empresario con 20 empleados y buenas utilidades?

Ese empresario puede ser más útil a la sociedad y más exitoso que se jubila sin haber generado un empleo extra y dependiendo de una pensión de C.S.S.

Mito No. 7: Todo lo que se necesita es suerte

Hay que entender que existen personas que estuvieron en el lugar indicado en el momento apropiado y fueron capaces de captar la oportunidad que se presentó.

- La suerte es la capacidad de ver y apreciar oportunidades.
- La idea es crearnos la suerte y no esperar a que ella nos llegue, o sea crear la empresa y no esperar a que alguien nos las traiga.

Mito No. 8: Con el primer negocio me enriquezco

El ser empresario requiere práctica y es probable que algunos de los intentos no sean exitosos.

- Muchos han fracasado y de ello aprendieron nuevas técnicas y procedimientos que lo llevaran al éxito.

Mito No. 9: La mayoría de los negocios fallan rápidamente

Se dice que la mayoría de los negocios fallan a los cinco años. Una manera de no fallar = no intentar.

- Es mejor equivocarse por intentar que morir virgen empresarial.

Mito No. 10: Solo los experimentados pueden ser empresarios

- 76% de los empresarios iniciaron su empresa antes de los 44 años de edad.
- 11% menor de los 25 años de edad.
- 8% mayor de los 54 años de edad.

Bill Gates “Cuando tenía 19 años percibí un camino para mi futuro y basé mi carrera en esa percepción”.

Mito No. 11: La situación del país no permite crear empresas

Lo importante es identificar aquellos mecanismos y circunstancias que limitan la actualidad empresarial y que valdría la pena encontrarle una solución viable.

**Mito No. 12: Para formar empresas
hay que ser inventor o trabajar en
tecnología avanzada**

**Mito No. 13: Mi status profesional se
rebaja por ser empresario**

Mito No. 14: El empleo es seguro, los negocios no lo son.

El profesional que no debe correr riesgos y que este sentido debe buscar algo estable y de por vida.

Mito No. 15: Mi profesión no es para formar empresas.

Hay que formar a la gente para el trabajo creativo bien sea en una organización propia o en una organización que se emplee y no sólo empleados burocráticos.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
1. Motivación	Definir carrera empresarial	<ul style="list-style-type: none">✦ Evaluar mi situación actual.✦ Evaluar mis perspectivas.✦ Decidirme o no a seguir una carrera empresarial.
2. Generación de ideas de negocio	Definir una línea de actividad que me brinde el acceso potencial a un negocio.	<ul style="list-style-type: none">✦ Estudiar oportunidades que existen en el entorno (ideas de negocio).✦ Aplicar creatividad e innovación para desarrollarlas.✦ Evaluar las ideas de negocio.✦ Seleccionar las ideas de negocios para desarrollar.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
3. Conformación de oportunidad de negocio	Definir una línea de actividad que me brinde el acceso potencial a un negocio.	<ul style="list-style-type: none">✦ Explorar capacidades✦ Segmentar el mercado✦ Definir tecnologías de base✦ Elaborar prototipo✦ Evaluar prototipos✦ Validar conceptos de negocio✦ Determinar tamaño✦ Evaluar factores legales✦ Identificar competidores✦ Determinar especificaciones

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
4. Elaboración del plan de negocio	Determinar la factibilidad integral de la empresa y las estrategias para lograr las metas	<ul style="list-style-type: none">✦ Hacer todos los análisis propios al plan de negocio: mercadeo, técnico, administrativo, económico, financiero, ambiental, social, personal y de intangibles.✦ Determinar las necesidades de recursos y las estrategias para lograrlos✦ Establecer y evaluar metas estratégicas para la empresa✦ Hacer el cronograma de ejecución del proyecto✦ Evaluar integralmente el proyecto✦ Determinar las posibilidades de entrar en el sector✦ Determinar las variables estratégicas para el éxito de la empresa✦ Estudiar medidas de contingencia✦ Elaborar el primer presupuesto✦ Cuantificar probalidades de éxito.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
5. Conseguir los recursos	Disponer de todos los recursos necesarios para poder iniciar el negocio	<ul style="list-style-type: none">✦ Negociar con todos los proveedores de recursos✦ Conformar el grupo empresarial✦ Identificar los trámites legales✦ Conseguir socios✦ Negociar con bancos asegurados y empresas de apoyo.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
6. Dar nacimiento al negocio	Volver realidad todo lo planteado en el plan de negocios	<ul style="list-style-type: none">✦ Hacer los trámites legales.✦ Colocar órdenes para equipo, maquinarias y materias primas.✦ Construir o adecuar instalaciones.✦ Cumplir requisitos legales.✦ Asegurar el capital necesario.✦ Implementar cultura organizacional.✦ Adquirir materias primas e insumos.✦ Desarrollar mercados y atraer clientes.✦ Inicia labores de mercadeo.✦ Iniciar labores de producción.✦ Establecer las operaciones de producción/servicios y los mecanismos de Control .✦ Establecer redes empresariales.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
7. Lograr supervivencia del negocio	Buscar que el negocio pase la etapa inicial de pérdidas y empiece a generar utilidades	<ul style="list-style-type: none">✦ Identificar nuevos clientes.✦ Mejorar relaciones con clientes, proveedores y empleados.✦ Consolidar el negocio✦ Asegurar su liquidez✦ Liderar el recurso humano✦ Cumplir obligaciones legales✦ Controlar costos✦ Fortalecer redes empresariales.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
8. Lograr crecimiento del negocio	Identificar e implementar formas de expansión del negocio.	<ul style="list-style-type: none">✦ Identificar nuevos mercados✦ Identificar nuevas tecnología, reunir nuevos recursos✦ Elaborar plan de crecimiento.✦ Equilibrar recursos con el proceso de crecimiento✦ Adecuar estructuras y procesos✦ Capacitar al personal✦ Mejorar los indicadores económicos y financieros.✦ Ampliar clientes y mercados.

FUENTES GENERALES DE IDEAS DE NEGOCIOS

GIMNASIA MENTAL	CONTACTOS PERSONALES CON	VISITAS A	LECTURA DE	TENDENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> ✦ Brainstoming ✦ Observación ✦ Búsqueda de nuevos giros, etcétera. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Clientes potenciales ✦ Proveedores potenciales ✦ Propietarios de negocios ✦ Negociantes ✦ Empresarios exitosos ✦ Dueños de propiedades ✦ Profesores ✦ Estudiantes graduados 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Ferias ✦ Bibliotecas ✦ Museos ✦ Fábricas ✦ Exposición de inversiones ✦ Universidades ✦ Institutos de investigación; etcétera. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Anuncios ✦ Directorios comerciales ✦ Anuncios de bancarrota ✦ Anuncios clasificados ✦ Libros y periódicos ✦ Oportunidades de negocios y otras publicaciones de las cámaras de comercio 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Escasez de materiales ✦ Escasez de energía ✦ Disposición de residuos ✦ Nueva tecnología ✦ Recreación ✦ Nostalgia ✦ Moda ✦ Cambios legales ✦ Contaminación

FUENTES GENERALES DE IDEAS DE NEGOCIOS

GIMNASIA MENTAL	CONTACTOS PERSONALES CON	VISITAS A	LECTURA DE	TENDENCIAS
	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Abogados ✦ Distribuidores ✦ Jefes y empleados previos ✦ Socios potenciales ✦ Banqueros ✦ Inversionistas ✦ Cámaras de comercio. ✦ Departamento de patentes ✦ Editores ✦ Consultores gerenciales ✦ Agencia de transferencia de tecnología ✦ Agencias de desarrollo regional; etc. 		<ul style="list-style-type: none"> ✦ Gaceta de patentes, publicaciones sobre nuevos productos. ✦ Tesis doctorales, libros y circulares con ideas. ✦ Publicaciones de nueva tecnología. ✦ Servicios de información sobre licencias; etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Salud ✦ Autodesarrollo ✦ Seguridad ✦ Personal ✦ Comercio internacional ✦ Movimientos sociales; etc.

GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

1. Trate de identificar tendencias, comportamientos, modas, cosas que parecen estar volviéndose comunes.
2. Mire los detalles pequeños.
3. Nunca deje de pensar y analizar lo obvio.
4. Analice ideas que fueron ensayadas en el pasado y no funcionaron. Encuentre por qué y vea si al resolver la dificultad se lograría el propósito.
5. Combine ideas.
6. Consiga información que es desconocida para la mayoría.
7. Hable con muchas personas. Interrelaciónese.
8. Lea revistas, periódicos y publicaciones dedicadas a los negocios.
9. Mire qué ha funcionado bien en otro lugar y no esta disponible en su lugar.
10. Analice formas nuevas de satisfacer deseos y necesidades viejas.
11. Identifique formas de vencer las barreras que permitieron en el pasado, llevar a cabo ciertos negocios.
12. Estudie mercados segregados o despreciados.
13. Identifique ideas susceptibles de mejorarse.
14. Analice las razones de compra de la gente.

GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

15. Búsquele nuevos usos a viejos productos.
16. Identifique lo que no está trabajando.
17. Identifique gente insatisfecha, vea por qué y qué le falta.
18. Identifique gente satisfecha, vea por qué y qué más le gustaría recibir.
19. Mantenga ojos y oídos abiertos y despiertos.