

# Unidad I

## Introducción

### 1.1. Papel social del emprendedor.

El emprendedor social representa un nuevo tipo de empresario que integra en su actuación el beneficio social y el económico, entendiendo la actividad empresarial como la mejor herramienta de desarrollo y una respuesta eficiente a la falta de eficiencia de la administración pública.

Ya que así se puede mejorar todas las actividades del emprendedor.

### 1.2. Características del emprendedor.

1. **Pasión.**- Los **emprendedores** se entregan a su actividad con cuerpo y alma para lograr las metas y objetivos trazados. La pasión es un componente esencial que orienta otras conductas, y hace sobrevivir al sacrificio que requiere la empresa.

2. **Visión.**- Para alcanzar el éxito cada **emprendedor** necesita un plan y la visualización de los objetivos finales. El trabajo comienza definiendo los pasos estratégicos que lo llevará a alcanzar los resultados. Además a partir del establecimiento de las metas, se gana una perspectiva más clara de cuáles son las prioridades inmediatas y necesidades en el presente.

3. **Capacidad de aprendizaje.**- Los **emprendedores** exitosos reconocen que están aprendiendo siempre y que pueden aprender de todos cada día. No estar dispuesto a escuchar y a aprender, es negarse muchas oportunidades.

4. **Buscar lograr resultados.**- Los **emprendedores** son personas prácticas que creen que pueden controlar su propio destino y que toman decisiones llevadas a la acción para **lograr objetivos** en un plazo determinado.

5. **Determinación y coraje.**- Los **emprendedores** tienen que aceptar los problemas y tomar oportunas y firmes decisiones para solucionarlos con eficacia. El emprendedor debe anticiparse a las dificultades, y estar en la capacidad de identificar cuando algo está mal para corregirlo.

6. **Creatividad e innovación.**- La **creatividad** es el proceso por medio del cual las ideas son generadas, desarrolladas y transformadas en valor agregado. No es necesario inventar lo que ya está inventado, pero si es necesario identificar nuevas posibilidades de hacer las cosas y garantizar diferenciación.

7. **Persistencia.**- Toda iniciativa debe ser persistente. Tratar una sola vez y darse por vencido no es suficiente. Hay que dar un paso a la vez y buscar

perfeccionarlo de manera creativa y organizada si es que no ha dado los resultados esperados a la primera.

8. **Sentido de oportunidad.**- El **emprendedor** identifica **necesidades, problemas** y tendencias de las personas que viven a su alrededor y trata de concebir alternativas de satisfacción o solución según sea el caso.

9. **Trabajo en equipo.**- El **liderazgo del emprendedor** busca unificar ideas y lograr consensos ante los problemas que se le presenta haciendo que el grupo humano involucrado en el emprendimiento funcione en armonía .

10. **Autoestima.**- El **emprendedor** es optimista y seguro. De tener confianza en uno mismo y en las propias habilidades y capacidades surge el poder mágico de ser positivo y atraer el éxito.

11. **Asertividad.**- No dar rodeos e ir directo al grano para manifestar lo que se piensa, siente y quiere sin lastimar a los demás es una característica básica para poder **alcanzar los objetivos** trazados.

12. **Organización.**- Establecer un **cronograma de actividades** que se programa con la capacidad de recibir ajustes permanentes.

### **1.3. Evolución de los negocios de tecnologías de la información.**

Aunque la revolución de los negocios electrónicos se deshizo también con la caída del boom de las punto com, la evolución de las prácticas de negocios basadas en la Web ha continuado su curso.

Se han presentado muchos cambios en la forma como las empresas han abordado el tema de los negocios electrónicos, impulsando su evolución. Los objetivos de los negocios con su incursión en el comercio electrónico han cambiado. Los que están participando de este nuevo canal están tomando una posición más pragmática para las inversiones. Aunque las empresas todavía esperan eliminar costos excesivos en la cadena de suministro y en las relaciones con canales y socios de negocios, el mayor énfasis está en facilitarle a los proveedores, clientes corporativos, socios de negocios y socios en la manufactura el hacer negocios con la empresa.

También han cambiado los participantes en este nuevo negocio. Inicialmente la innovación en los negocios fue liderada por empresas de la elite tecnológica como Intel, Microsoft, y General Motors entre otros. Varias empresas pequeñas, que eran muy pequeñas para incursionar y administrar las complejidades del EDI, están dando el salto

directo del papel por fax al proceso digital, teniendo acceso a cambios radicales en procesos de negocios que las grandes empresas obtuvieron hace una década con el EDI. También se presentan cambios en las tecnologías disponibles. Ya cada proveedor de sistemas está ofreciendo, incorporado en sus sistemas tradicionales, facilidades para efectuar este tipo de relaciones de negocios, e inclusive interactuar con sistemas antes considerados competidores. Se esperan todavía mayores desarrollos en las interacciones persona a sistema y sistema a sistema, que permitirán integrar aún más los procesos de negocios. El fracaso percibido de la revolución de los negocios electrónicos estuvo causado por las empresas dejándose llevar por nuevos modelos de negocios en vez de ver la Internet como un medio para proveer conveniencia, reducir tiempos de espera en comunicación y procesos y aumentando las capacidades de distribución. Algunos han aplicado mejor la tecnología que otros, pero tratar los negocios como una simple moda será más peligroso para una organización en el largo plazo que la sobre inversión por optimismo. Esta visión del negocio se refleja en la tipología diferente de los contenidos que crean/distribuyen. Las empresas de México se volcaron a la incorporación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's) para impulsar su desarrollo. Se trata de un crédito fiscal de hasta el 30% del impuesto de la inversión en ciencia y tecnología. Como podemos ver las tecnologías de la información son muy indispensables y las encontramos en todos lados. Las empresas antes de lanzarse al mercado deben primeramente hacer un estudio de mercado para saber la situación actual y así mismo saber si es el momento oportuno para lanzar su producto al mercado y obtener los resultados esperados para la empresa y principalmente cubrir las necesidades del cliente.

#### **1.4. Cuadrante del flujo del dinero.**

El cuadrante a su vez se divide en dos lados: Lado izquierdo y lado derecho. Del lado izquierdo se encuentran los empleados y autoempleados, y del lado derecho los dueños de negocio y los inversionistas. Una misma gente puede ocupar, de acuerdo a la forma en que obtiene sus ingresos, más de un cuadrante e incluso los 4, pero de donde obtenga la mayoría de sus ingresos define su futuro. La gente del lado izquierdo NO LOGRARA su independencia económica, mientras que la gente del lado derecho si lo hará. La gente del lado izquierdo trabajará

siempre para tener dinero, y la gente del lado derecho pondrá a trabajar su dinero.

La mayoría de la gente cae en el primer cuadrante, es decir, trabaja para que otro gane dinero. Un artículo que nos dice porque no debemos estar en ese cuadrante es el siguiente: 10 razones para no conseguir un trabajo

Ahora, otra gente decide no trabajar para nadie más y emprende, creyendo que pone un negocio, cuando en realidad es un autoempleo. Ya no trabaja para otra gente, pero sigue trabajando por dinero y no logrará tener independencia económica. Son el vendedor, contador, cobrador, diseñador, etc. Ellos son el negocio, y si ellos no trabajan, el negocio no genera ingresos.

La gente que esta en **Autoempleo** debe evolucionar hacia **Dueño de negocio**, es decir, debe lograr que el negocio funcione aún cuando el no esté. Para ello debe aprender a confiar en otras gentes, documentar su experiencia y crear manuales, invertir en tecnología que ahorren tiempo y dinero, etc. En resumen: Crear una maquina de hacer dinero. Crear su propio sistema. Cuando logre hacer esto tendrá los "planos" que le permitirán construir otras máquinas iguales y replicar su negocio, tal como lo hacen las tiendas oxo, walmart, cemex, dominos, etc. Esa gente cuenta con plena libertad económica y tienen a la gente del primer cuadrante trabajando para ellos.

Y el último cuadrante es el de los inversionistas: Gente que invierte su dinero en los sistemas creados por los dueños de negocios. Gente que cree en los sistemas de otros para crear dinero, y aporta dinero para construir más máquinas de estas.

Esperamos que después de leer esto estés pensando mudarte al lado derecho del cuadrante.

- Para tener éxito, debes encontrar aquello que amas
- Suposiciones peligrosas en los negocios
- Punto y aparte

### **1.5. Inteligencia y educación financiera.**

Puede definirse de manera simple y clara como la habilidad de generar riqueza, o como la capacidad para resolver o eludir problemas financieros. La inteligencia financiera está estrechamente vinculada a la psicología de la persona, el dominio propio y el ser autodidacta, ya que la educación financiera actualmente es una cuestión nueva que ha aparecido y no se ha integrado en las escuelas de muchas partes del mundo.

Complementando un poco más el concepto de inteligencia financiera se debe considerar que la inteligencia en si es definida como un "conjunto de habilidades que sirven para resolver problemas y encontrar distinciones, diferencias y

similitudes” por lo que finalmente terminaríamos con que un concepto más completo de inteligencia financiera sería “un conjunto de habilidades que sirven para resolver problemas financieros” pudiendo ingresar en esta la capacidad de aumentar los ingresos o disminuir los egresos personales.

En la inteligencia financiera se incluye las habilidades como el marketing personal, las ventas, el poder de hacer amistades de influencia y la estrategia aunque algunas de estas habilidades pueden ser calificadas dentro de la “inteligencia social” igual llegan a ser relevantes como auxiliares de la inteligencia financiera.

### **1.6. Ética del emprendedor.**

La ética es la suma de los valores, trata de identificar aquellos razonamientos universales, que permiten identificar una conducta como buena o como mala, mientras la moral es la búsqueda individual de estos principios rectores, por ello, si bien ambos van juntos, a nivel de una organización se debe hablar de ética, ya que debe operar con principios comúnmente aceptados, basados en obligaciones o límites morales de cuatro factores diferentes: el individuo (el propio emprendedor o accionista), el cliente, la organización y la sociedad. Al tener intereses y principios rectores diferentes, pasamos a estudiarlos rápidamente:

#### 1. Emprendedor.

Cualquier puede ser la causa inicial, pero un emprendedor normalmente tiene en su arsenal de principios rectores cuatro que los identifican: libertad(independencia o autonomía), ya que normalmente no es de su gusto el trabajo remunerado, donde debe seguir o acatar instrucciones u horarios específicos, sino tomar y trabajar sus propias decisiones; Abnegación(sacrificio), ya que abandona su "*zona de confort*", por un proyecto que no garantiza su permanencia en el tiempo, y para ello, debe no sólo invertir capital, sino tiempo y esperanzas en mayor proporción que en un trabajo remunerado; Frónesis (sentido común), que consiste en poder evaluar las cosas según los objetivos y las consecuencias que lleva la acción seleccionada; y Honestidad (sincero), en los negocios y en la vida, quien es consecuente entre sus palabras y sus acciones, se le cree más, ya que este valor va de la mano de la capacidad futura de seguir haciendo negocios.