

Ser empresario



para aprender a emprender

Dinero





- Capacidad de almacenamiento de hasta 2GB de información.
- Posibilidad de envío o recepción de mensajes con archivos adjuntos de hasta 20MB.
- Disponibilidad plena de todos los mensajes enviados y recibidos desde la cuenta accediendo desde cualquier equipo con acceso a Internet.
- Fácil acceso a través de la dirección <http://correo.misena.edu.co>
- No requiere la utilización y configuración de aplicativos de correo electrónico complementarios.
- Adicional, el usuario tendrá acceso a los servicios complementarios: Agenda electrónica, calendario, sistema de administración de documentos colaborativos, Grupos de trabajo administrables a través de los contactos y sesiones de chat a través de la aplicación Google Talk.

Para la creación de la cuenta de usuario sólo se requiere ingresar a la dirección <http://www.misena.edu.co> y adelantar el procedimiento de registro correspondiente.



SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

- Mayor información:
Teléfono: (1) 5461500 ext 2269 o al E-mail: yrusique@sena.edu.co

Este título digital por Sistema de Bibliotecas SENA se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-compartirigual 3.0 unported License.

<http://co.creativecommons.org/tipos-de-licencias/>

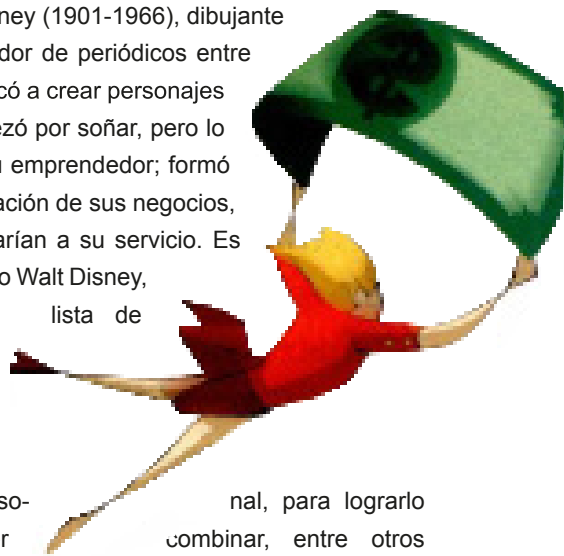
Creado a partir de la obra en <http://biblioteca.sena.edu.co>

Paso 1

Mentalidad emprendedora

Si alguna o muchas veces ha rondado en su cabeza la idea de montar un negocio propio, y se ve en él ganando dinero, alégrese, ya tiene el primer requisito para ser empresario: soñar. Soñar es la primera de una serie de motivaciones que conducen al emprendimiento; soñar con la independencia, soñar que se dispone de muchos recursos, soñar con ser exitoso y construir grandes proyectos que trasciendan al mundo.

“Si lo sueñas puedes lograrlo”, decía Walter Elías Disney (1901-1966), dibujante que luego de ser conductor de ambulancia y repartidor de periódicos entre otros oficios, perfeccionó su talento artístico y se dedicó a crear personajes que de su cabeza saltaron al cine. Walt Disney empezó por soñar, pero lo que más hizo fue trabajar y poner a rodar su espíritu emprendedor; formó equipo con su hermano, que le ayudó en la administración de sus negocios, y con los mejores dibujantes que posteriormente estarían a su servicio. Es interminable la lista de grandes empresarios que, como Walt Disney, empezaron por soñar, pero también hay una larga lista de quienes no continuaron sus sueños.



¿Por qué?

No todos logran lo que sueñan

Si bien convertirse en empresario es un sueño personal, para lograrlo se requiere mentalidad emprendedora, es decir, saber combinar, entre otros factores, el talento y el trabajo para transformar su destino. Un buen ejercicio consiste en cerrar los ojos y proyectarse durante unos minutos, por lo menos cinco años hacia adelante. ¿Se ve usted en el mismo trabajo? ¿Tendrá el mismo auto, la misma casa? ¿Estará haciendo lo que hace actualmente? Si bien el entorno puede hacerle tomar decisiones o tomarlas por usted, el hecho de querer ser emprendedor lo obliga a sacar las respuestas de usted, de lo que quiere hacer con su vida de aquí en adelante, no importa si está ganando un buen salario y es exitoso en su empleo.

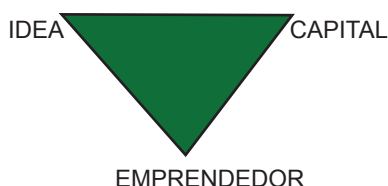
En estas seis cartillas trataremos de orientar a los que quieren hacer empresa y sueñan ser empresarios.

Emprendimiento

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad. (Ley 1014 de 2006, Artículo 1°, numeral C, República de Colombia)

Proceso emprendedor

Según la teoría del Triángulo invertido propuesta por Andy Freire*, todo proceso emprendedor combina tres componentes:



Como vemos en esta gráfica, el punto de apoyo es el emprendedor, que necesita dos componentes adicionales para llegar al equilibrio: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables,

o la combinación entre ellas: el emprendedor no hizo una buena gestión, no se obtuvo el capital o el proyecto emprendido era equivocado.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor 'exitoso' siempre logra el capital o el gran proyecto, por lo que se puede afirmar que la base del emprendimiento es el individuo o el equipo de personas que conjuga su energía creativa y su capacidad de gestión.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos. Se trata de un proceso en el que se integran en forma armónica los tres componentes para alcanzar un resultado exitoso y próspero.

La pasión por emprender

Si usted es una persona que quiere hacer algo diferente y no se conforma con pasar por la vida viendo cómo otros la realizan y asumen roles protagónicos.

Si usted es hombre o mujer de acción, dispuesto a vivir intensamente.

Si la incertidumbre no lo asusta.

Si quiere ser más libre y manejar su propio destino.

Si quiere dejar su huella de creatividad en este mundo, entonces la oportunidad de ser un empresario emprendedor es para usted. Sobre todo, en un continente donde se privilegia el trabajo fijo.

Los empresarios o emprendedores modernos enseñan que determinar un alto nivel de objetivos constituye el primer paso para convertir lo invisible en visible, los cimientos de todo éxito en la vida.

“Si piensas que estás vencido, lo estás; si piensas que no te atreves, no lo harás;

si piensas que te gustaría ganar, pero no puedes, no lo lograrás;

“si piensas que perderás, ya has perdido; porque en el mundo encontrarás que el éxito empieza con la voluntad del hombre”.

Fernando Vigorena Pérez



ONCE CUALIDADES DE UN EMPRENDEDOR

Las siguientes son las cualidades, valores o características que debe tener el emprendedor.

(Fuente: Andy Freire*)

1. Emancipación

Es la búsqueda de la libertad y la independencia como principal motivación para emprender.

2. Moderación en la ambición

El emprendedor ve el dinero como una consecuencia inevitable, no como un objetivo en sí mismo.

3. Pasión

Emprender es estar dedicado en mente, cuerpo y alma, todo el tiempo, al proyecto.

4. Resultados

Los emprendedores sueñan, pero sobre todo hacen, hacen y hacen. Su foco siempre está puesto en lograr resultados concretos.

5. Espiritualidad

Los emprendedores suelen combinar su trabajo profesional con un profundo trabajo espiritual consigo mismos. Mejorar como personas.

6. Novicio

El emprendedor muestra una voluntad permanente de aprender.

7. Disfrute del camino

Es el equilibrio entre la dureza de sortear obstáculos y el placer y el humor de disfrutar cada paso que se da día tras día.

8. Éxitos compartidos

El emprendedor ve a los integrantes de su equipo como socios y busca formas de compartir con ellos.

9. Determinación

Toma el tiempo necesario para las decisiones; muestra gran seguridad y firmeza en sus acciones.

10. Optimismo y sueños

El emprendedor tiene esperanza y una clara visión sobre hacia dónde puede y quiere llevar su futuro y el de su empresa.

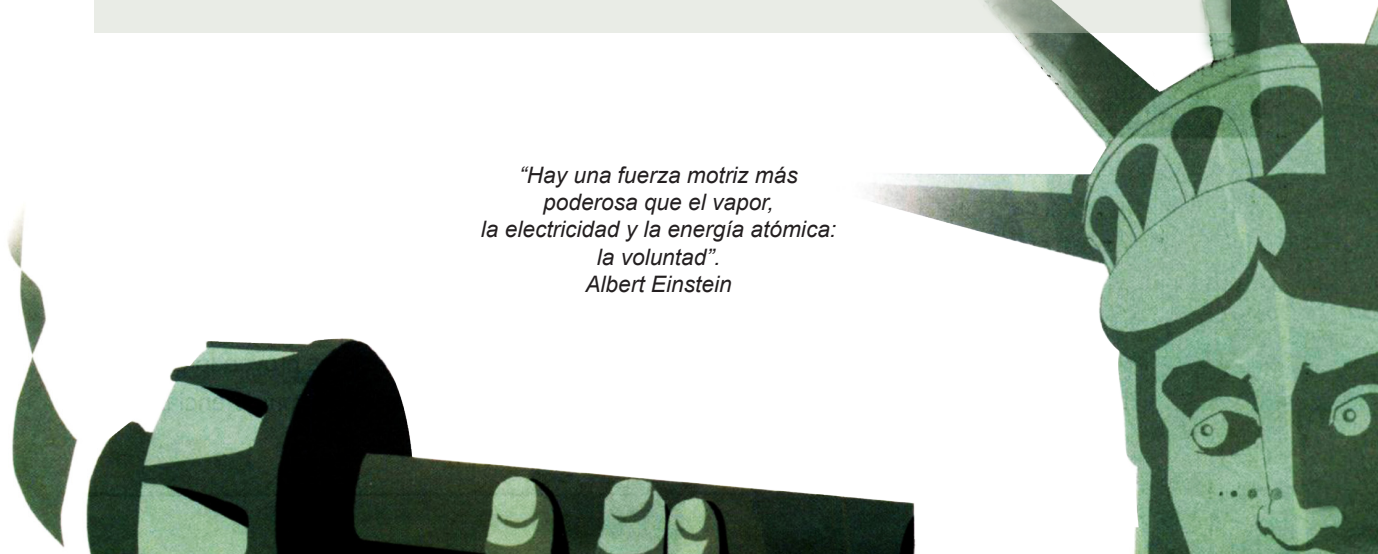
11. Responsabilidad

Asume una responsabilidad incondicional frente a su destino. Igualmente, frente a lo que implica asumir riesgos

***ANDY FREIRE** es licenciado en Economía *magna cum laude* por la universidad de San Andrés, Argentina, y OPM de la escuela de negocios de la Universidad de Harvard. Emprendedor en el ámbito empresarial y social, creó a los 18 años la Fundación iniciativa, que se dedica a promover el liderazgo entre jóvenes. Junto a Santiago Bilinkis fundó y lideró Officenet, exitosa empresa que revolucionó la industria de distribución de artículos de oficina en Latinoamérica y ha sido caso de estudio en numerosas universidades de todo el mundo. Es creador y **Chief Executive Officer** de Axialent, empresa de consultoría que cuenta con oficinas en Norteamérica, Latinoamérica y Europa, que se dedica a mejorar el desempeño de las organizaciones mediante el liderazgo, el trabajo en equipo y el desarrollo individual.

Andy Freire colabora semanalmente con la cadena CNN en español como "emprendedor experto". Fue distinguido por el Foro Económico Mundial como "Líder Global del Mañana", por la Fundación Endeavor como "Emprendedor del Año en Latinoamérica", y fue uno de los dos finalistas mundiales premiados en el reconocido World Young Business Achiever Award celebrado en Filipinas en 2002. **Fuente: Alfaguara.**

"Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad".
Albert Einstein



Ser empresario, un proyecto de vida

¿Se ha preguntado por qué, de los cientos de negocios que a diario aparecen en el mercado, sólo muy pocos llegan al éxito? ¿Qué hace que unos triunfen y otros no? ¿Qué los diferencia? Si bien puede intervenir una infinidad de factores, en estos hechos hay uno fundamental: el empresario.

En el mundo actual, crear empresa es el primer motor que genera riqueza, y la cantidad de opciones a las que se enfrenta un emprendedor son enormes; entonces, ¿por qué todos no llegan al mismo fin? Porque ser empresario no es una profesión, es un proyecto de vida. Según el reciente estudio GEM en 42 países, Colombia se sitúa en el quinto lugar en creación de empresas, pero resulta, a su vez, el segundo con mayores cierres de empresas; se argumenta, entre otras razones, la gran competencia, la falta de consumidores o los problemas financieros.

Montar una empresa es la primera idea que pasa por la mente de cualquier emprendedor. Mejorar sus ingresos personales y alcanzar una mayor independencia, son las principales motivaciones de los nuevos empresarios. (Estudio GEM Colombia). También alcanzar su realización personal y profesional. Querer ser independiente, autónomo, exitoso. Sin embargo, no es una tarea fácil. Algo ocurre en este proceso que hace que unos lleguen y otros cierren. Y no es suficiente poseer algunas de las características que determinan la personalidad de un empresario. Hay que asumir a profundidad un estilo y un esquema de vida que van mucho más allá de un simple querer. Esto muestra el alto nivel que debe presentar un empresario en el proceso de consolidación de su carrera. Un proyecto de vida empresarial es una búsqueda continua, planeada estratégicamente. Capacidades y habilidades se unen para estructurar un plan de negocios que configure un horizonte de vida. Es una toma de decisión profunda.

Un empresario tiene claras sus aspiraciones, sus expectativas; además, es consciente de su desarrollo familiar y social, de su educación y de sus valores. Familia y trabajo van de la mano. Son personas cuya mayor riqueza está en su capacidad de transformar, de encontrar otros caminos y de crear nuevas necesidades.

Todo emprendedor exitoso debe tener un pensamiento empresarial, que se puede resumir en tres pasos:

1. Análisis complejo de las ideas maximizando el número de variables
2. Formulación de proyectos concretos
3. Realización de situaciones simples.

Darío Montoya, director general del SENA.

El mundo actual exige más retos. Eso supone, al mismo tiempo, nuevas visiones de empresarios. La economía globalizada está determinada por nuevos factores de conocimiento, tecnología y capital humano. El empresario de hoy debe tener la capacidad de ser altamente productivo y competitivo, factor primordial de riqueza. La sociedad de mercado demanda, de modo más exigente, profesionales auténticos que tengan un conjunto de características indispensables en lo personal y empresarial, para afrontar los caminos que se ha señalado. Ya no son negocios pequeños e informales, o chispazos de ideas lo que hacen a un empresario. Es la capacidad para visionar y estructurar a largo plazo. Es frecuente encontrar que los empresarios no conocen detalles del mercado, que ignoran características esenciales de los proveedores en su ramo, que desconocen la competencia.

La claridad con la que un empresario vislumbra su vida y su futuro hace que disponga de una mayor facilidad en la puesta en marcha de sus proyectos empresariales. Sus competencias, disposición, capacidad, habilidades, aptitudes y actitudes, configuran todo su capital humano. Por eso, ser empresario no significa simplemente ejecutar una obra: es prever un futuro personal y empresarial en forma optimista. Desde luego, no existe una teoría única para que un empresario estructure su proyecto de vida, porque así como cada empresa necesita su diseño, cada empresario necesita su estrategia. Lo que le sirve a uno puede no funcionarle a otro. En los negocios, las fórmulas exactas no siempre funcionan y hay que estar dispuesto a una continua creación para no correr el riesgo de fracasar. Los seres humanos tienen etapas claramente definibles y se pueden predeterminar en un orden aproximado, pero las empresas no comparten ese desarrollo. Por esto, hay que saber combinar y equilibrar muy bien estos dos factores para constituir un buen proyecto de vida, acorde con la realidad personal y del mercado.

Ahora, si bien la fórmula exacta no existe, ¿qué ocurre? ¿Cómo prepararse para el cumplimiento del objetivo de conseguir un proyecto de vida? Hay una serie de pasos comunes que un empresario puede estudiar y estructurar en su proyecto. Estos son:

1. Definición de metas

Si las metas no se encuentran bien definidas o medianamente definidas, si el punto de llegada es un lugar como puede ser la naturaleza de la empresa, porque se incurre de nuevo en el error de ser un empresario de profesión. Se debe tratar de definir una totalidad, un proyecto global lanzado

a mediano o largo plazos y que incluya rasgos tan importantes como las aspiraciones personales, por un lado, y el tamaño y sostenibilidad de la empresa, por otro. Y un tercero que es el riesgo de tolerancia. Qué clase de empresa quiero formar: ¿grande o pequeña? Si es grande, ¿cómo vaya hacer soportar su estructura? Si es pequeña, ¿qué ganancia vaya tener?

2. Estrategia adecuada

Cuando el empresario piensa en mediano o largo plazos, es innegable que debe diseñar una estrategia para su empresa. Para los emprendedores de corto vuelo, la táctica en las operaciones es suficiente; a un emprendedor de verdad, esto no le sirve. La estrategia es el arma básica que sirve para resolver una infinidad de problemas: personales, de control, de dependencia, etc. Los empresarios que planifiquen su estrategia pueden sobrevivir. Desde luego, debe estar bien definida, ser fácil de entender, con puntos clave para que sea útil, y dispuesta a variaciones por estar expuesta al largo plazo.

La estrategia tiene que ver con la agilidad de dirigir los asuntos de la empresa.



Competencias del empresario

Independientemente de la idea que esté en su mente, debe saber que para emprender un negocio y mantenerlo con éxito es necesario desarrollar una serie de habilidades personales, denominadas competencias. No tienen que ver con el conocimiento sobre determinado tema, y se refieren a su manera de actuar.

1. Saber comunicar

El empresario debe aprender a ser efectivo en su comunicación verbal y no verbal y eso supone establecer contactos clave y en forma oportuna. Desde conseguir una cita hasta obtener una información por internet, pasando por la entrevista con el gerente del banco, exige que el empresario se prepare para hablar asertivamente. De nada sirve saber con quién se debe hablar si luego se enmudece y se desaprovecha la oportunidad. Otro aspecto que a menudo se descuida es la presentación personal; se pasa de la formalidad del empleado a la informalidad del 'independiente', olvidando que el empresario es la imagen de su empresa.

Claves para mejorar la comunicación emprendedora

- Lea por lo menos un libro al mes sobre el tema de su negocio.
- Revise cuánto domina el correo electrónico, las videoconferencias, el Messenger y demás herramientas tecnológicas a su alcance.
- Si aún no habla otro idioma, dedique tiempo a su estudio.
- Revise su imagen y si está alineada con el negocio que ha elegido emprender.
- Prepare una presentación clara y concisa, de corta duración, sobre su negocio.

2. Crear e innovar

El empresario debe destinar buena parte de su tiempo a pensar en crear proyectos originales o innovar con los ya existentes. Tener mentalidad

emprendedora es proponer nuevos caminos o novedosos destinos para llegar al éxito. Algo que alimenta la creatividad del empresario es estudiar casos de negocio; lo puede sorprender descubrir cómo en el mundo entero inventan negocios que encuentran seguidores por ser innovadores.

Claves para desarrollar la creatividad emprendedora

- Piense en cuántas categorías pueden existir de un mismo producto; por ejemplo, en champús: para cabello liso, tinturado y de uso frecuente. En leches: semidescremada, de alta digestibilidad.
- Haga asociaciones de palabras en su mente y busque en el diccionario las raíces y las diferencias. Ejemplo: paradigma, paracaídas, parabrisas, parafrasear.
- Dibuje con un lápiz, trate de plasmar lo que llega a su mente.
- Vaya con frecuencia a museos, cine o actividades culturales; de allí surgen buenas ideas.
- Pregúntese, por ejemplo: ¿qué pasaría si no existiera la gravedad?, ¿qué pasaría si existiera un motor sin combustible?, etcétera.



3. Trabajar en equipo

Un empresario sabe que para alcanzar sus sueños debe recibir y manejar el talento de muchas personas, como instructores, socios, accionistas, proveedores, aliados, colaboradores o clientes. La clave es saber conformar el equipo y no sentirse solo, estableciendo la comunicación y el contacto necesarios para pedir ayuda en el momento oportuno. Ya no existen los empresarios exitosos que solos pueden sacar su empresa adelante: esos mitos en la actual economía han desaparecido.

Claves para trabajar en equipo

- Aprenda a escuchar y reciba las críticas.
- Reconozca cuando no sabe hacer algo y llame a la persona indicada para que lo haga.
- No maltrate a nadie por el hecho de ser el dueño del negocio; los demás están para colaborar, pero no son súbditos.
- Valore el talento de los demás mediante remuneración y condiciones justas.
- El mejor grupo de trabajo es aquel que se complementa interdisciplinariamente. En un grupo donde todos saben hacer lo mismo, posiblemente sobran todos.

4. Asumir riesgos

Si bien el objetivo de estructurar un plan apunta, entre otras cosas, a minimizar riesgos, ya tener planes de contingencia, el simple hecho de emprender un negocio obliga al empresario a asumir las consecuencias de sus decisiones. Algunos riesgos pueden incluir no tener ingresos fijos durante algún tiempo, desestabilizar su familia o exponer su capital o recursos para invertir en su empresa. Necesitará mucho valor para defender y seguir adelante con su proyecto.

Claves para desarrollar fortaleza

- Durante la elaboración del plan de negocio, establezca claramente sus potenciales mercados, sus

necesidades de ingresos, sus obligaciones y el flujo de caja que tendrá en cada etapa.

- Reafirme su mentalidad emprendedora. Usted ha dado un salto en busca de la prosperidad y tiene el talento para lograrlo.
- Rodéese de gente optimista que ojalá haya superado obstáculos y tenga su propio negocio; además de inspirador, será reconfortante oír que es posible lograr sus metas.

5. Saber negociar

Diferente de saber vender, esta competencia se refiere a su capacidad de conseguir lo que quiere en un escenario de equidad y respeto. Ser empresario es muy diferente de ser negociante y querer siempre obtener ventaja. Si también ganan, los que negocian con usted tendrán ganas de ampliar las transacciones y sentirán confianza. El empresario debe saber negociar su tiempo, su producto y su aspiración. Ante el gerente del banco, con sus socios, proveedores o empleados, se verá enfrentado todo el tiempo a negociar.

Claves para negociar

- Conozca los beneficios, el costo y el precio de lo que usted ofrece, así sabrá hasta dónde puede aumentar o disminuir su oferta.
- No subestime a nadie; en el mercado hay múltiples competidores, directos o indirectos, así como personas que le pueden dar impulso o generar obstáculos.
- Aprenda a reconocer cuándo está en ventaja, en desventaja o en igualdad de condiciones, y no pierda de vista lo que quiere conseguir que no siempre es dinero: puede ser tan solo la autorización para que sus productos se exhiban en determinado sitio.

6. Ser líder

Convertirse en empresario no es empezar a ser jefe, sino tener la oportunidad de liderar su proyecto y saber influir en los demás para que aporten lo mejor de su talento en la consecución de sus metas. Si antes no ha tenido la oportunidad de dirigir equipos, valdría la pena capacitarse para hacerlo. Un buen empresario lidera con el ejemplo y logra que su equipo (empleados, proveedores, accionistas, socios, aliados, familia) lo siga con entusiasmo.

Claves para ser líder

- Conforme acertadamente su equipo y conozca a sus integrantes.
- Defina su estilo de liderazgo. El líder que logra influir y persuadir con instrucciones precisas suele obtener mejores resultados que aquel que se limita a dar órdenes.
- Construya sus relaciones a partir de la confianza; si usted la inspira, tendrá seguidores.
- Trate con respeto a los demás.

7. Investigar, ser curioso

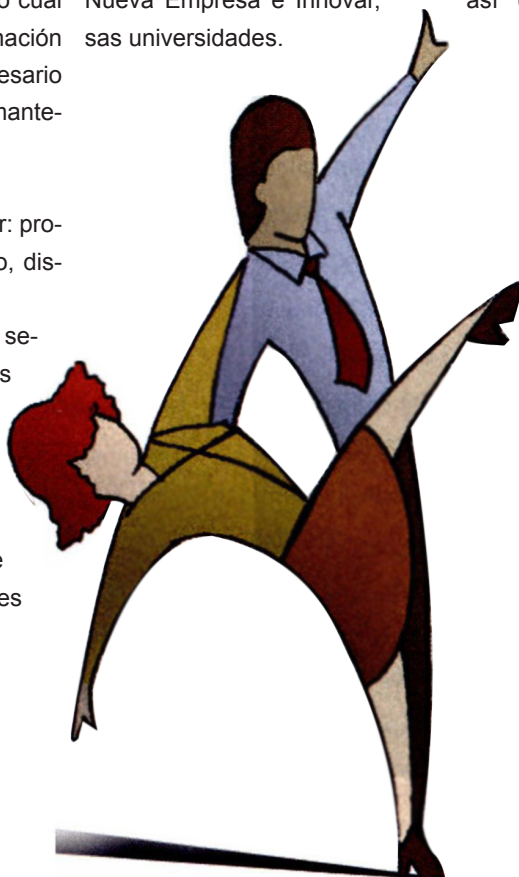
Estar actualizado es una de las fortalezas de un empresario. Se debe estar atento a los sucesos del entorno y de su categoría de negocio. El empresario debe ser curioso y siempre querer saber más, para lo cual es indispensable que sepa dónde buscar información y determinar la calidad de la misma. Un empresario que investiga tiene más ideas para innovar y mantener diferenciadores en su negocio.

Claves para saber investigar

- Haga foco en los temas que necesita investigar: producción, desarrollo tecnológico, talento humano, distribución, exportación.
- Aproveche el conocimiento que se difunde en seminarios, talleres, cursos, procurando aquellos con los mejores exponentes.
- Consulte diariamente los medios locales, nacionales e internacionales; apóyese en las TIC. En una pequeña noticia puede haber una oportunidad de negocio, de aprendizaje y de emulación con otros que desarrollan actividades similares.

El emprendimiento se puede aprender paso a paso; es una competencia que se puede desarrollar, y como cualquier método exige disciplina, perseverancia y dedicación. Además de su concepto humanista, el emprendimiento es un proyecto para la creación de empresas impulsado por el Programa de las Naciones Unidas y muchas otras organizaciones que ayudan en la posibilidad de generar riqueza para el desarrollo económico y social. En Colombia, el emprendimiento es una política nacional liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por intermedio del Viceministerio de Desarrollo Empresarial, con el compromiso de entidades como el SENA, que desarrollan entre sus actividades la cultura del emprendimiento, los planes de negocio para la creación de empresas y los aportes de capital semilla para que los emprendedores, además de soñar, pongan sus ideas y conocimiento en blanco y negro, y cristalicen sus propias empresas de manera creativa e innovadora, como aporte a la competitividad del país. Otras entidades de apoyo al emprendimiento en Colombia son: Cámara

de Comercio de Bogotá con su programa "Bogotá Emprende", Fundación Corona, Corporación Emprendedores Colombia, Banko, IncubarFuturo, Fundaempresa, Incubadora de Antioquia, Incubarcolombia, Centro Nueva Empresa e Innovar, así como diversas universidades.



DIEZ ERRORES QUE ENFRENTA UN EMPRENDEDOR

Fuente: Revista Dinero

- 1. No empezar:** una de las principales causas del fracaso de un emprendedor es la falta de investigación de mercado y no contar con un plan de negocios bien estructurado.
- 2. Pensar que no hay competencia:** suele suceder que los emprendedores se entusiasman a tal punto con sus ideas, que tienden a pensar que para ellos no existe competencia.
- 3. No formar buenos equipos:** creer que, solo, puede sacar adelante los proyectos.
- 4. Pensar que hacer empresa es una actividad de medio tiempo:** creer que es posible hacer empresa mientras se tienen otras ocupaciones es una mala estrategia.
- 5. No tener presentes los aspectos legales:** los emprendedores tienden a conocer hasta los más mínimos detalles del aspecto operacional, pero olvidan por completo su aspecto legal.
- 6. Crecer más rápido de lo posible:** el principal error respecto al crecimiento es pensar que se debe maximizar, cuando lo importante es que sea sostenible.
- 7. Exceso de optimismo:** la mayor queja de los inversionistas en el mundo es que a los emprendedores les falta realismo en sus proyecciones.
- 8. Incapacidad para afrontar el cambio:** la poca capacidad para encontrar caminos distintos que superen dificultades, es una de sus principales causas de fracaso.
- 9. Falta de conocimiento de sí mismo:** todo emprendedor, antes de montar empresa, debe contestarse unas preguntas básicas: ¿tengo claridad en mis metas? ¿Estoy pensando en la estrategia correcta? ¿Puedo ejecutarla?
- 10. No ponerse en los zapatos de los inversionistas:** los emprendedores y los inversionistas manejan dos lenguajes distintos: los primeros piensan en productos, los segundos en rentabilidad.

"Si pensamos lo que siempre hemos pensado y hacemos lo que siempre hemos hecho, lograremos lo que siempre hemos logrado"

James Mapes



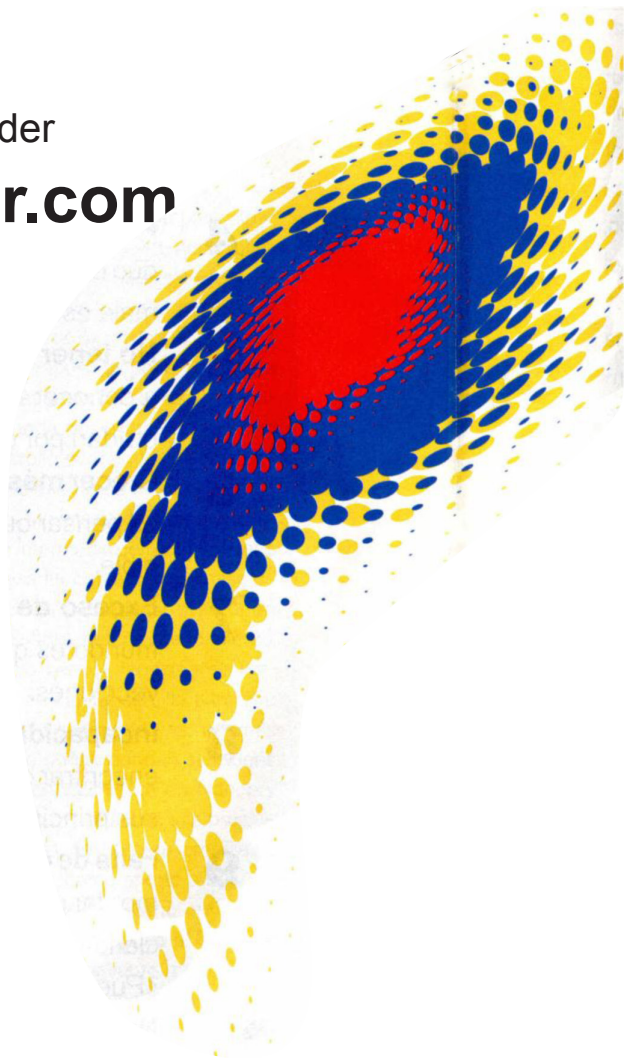
El Fondo Emprender apoya los planes de negocios de emprendedores colombianos interesados en recibir capital semilla para crear nuevas empresas para el país.

Pueden participar aprendices o egresados del SENA, practicantes universitarios y profesionales que hayan obtenido su título durante los últimos 24 meses.

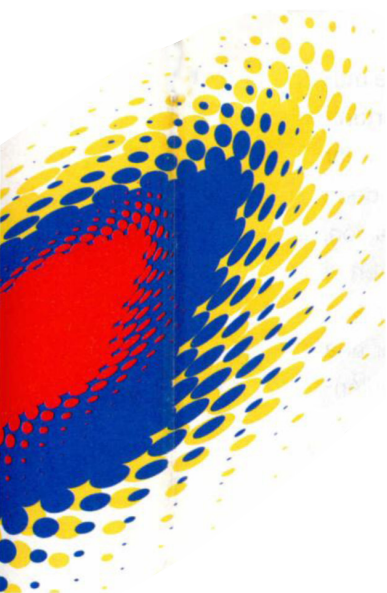
Consulte la página del Fondo Emprender

www.fondoemprender.com

Call center SENA
Bogotá• 5925555
Resto del país• 018000
910270



Fondo
Emprender



La idea de negocio

Un emprendedor nato puede haber tenido muchas ideas de negocio desde su infancia y probablemente puso en marcha varias de ellas en su colegio, barrio o universidad. Tener ideas de negocio es una de las características del emprendedor, pero convertirlas en organizaciones formales, sostenibles en el largo plazo, es algo que sólo logra el empresario.

No existen fórmulas para descubrir el negocio perfecto, pero sí un proceso para filtrar una idea hasta saber si es viable, rentable y duradera. Hay que diferenciar entre idea, oportunidad de negocio y empresa. Las ideas de negocio pueden provenir de diversas fuentes:

1. Imitación. Se replica algo que se ha visto funcionar con éxito en otra ciudad o país y que aún no existe en nuestro entorno. Casi todas las modas se incluyen en esta categoría, y pueden ser un negocio pasajero, de oportunidad, distinto de crear empresa. Ejemplo: la venta del cubo de Rubrick.

2. Demanda insatisfecha. Cuando se detectan quejas de un gran número de clientes que no están conformes con lo que reciben, y la cifra de consumidores es atractiva porque los 'oferentes' no cubren la totalidad del mercado. Ejemplo: empresa de servicios de internet.

3. Afinidad. Es algo que le gusta hacer al emprendedor: conoce a fondo, tiene demanda, considera que puede proponer alguna innovación, y quiere comercializar a gran escala. Ejemplo: fábrica de mermeladas.

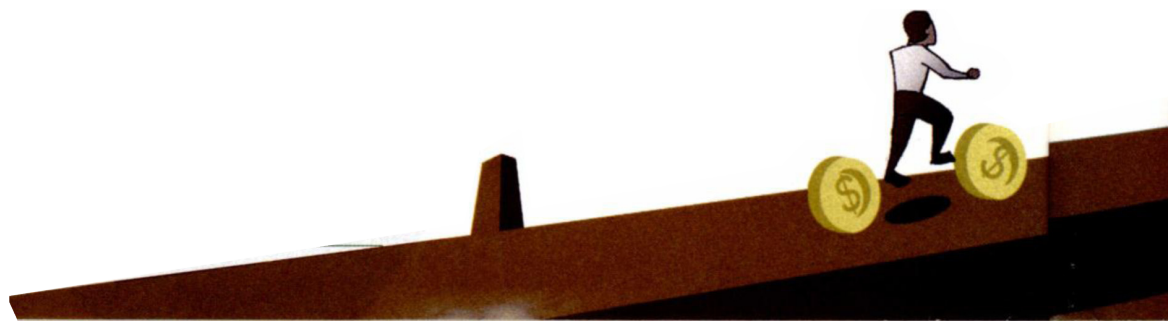
4. Investigación de mercados. Se descubre que determinado grupo de población está necesitando un nuevo producto o su complemento. Ejemplo: con la llegada de celulares se abrió paso el mercado de accesorios: estuches, forros, manos libres, cargadores para la casa o el carro, etc.

Las ideas de negocio pueden provenir de muchas fuentes, pero el tamaño de la oportunidad hará que se conviertan en empresa. Crear empresa se refiere a establecer una cadena productiva con algún grado de especialización, para satisfacer necesidades específicas en el largo plazo, cumpliendo una función social y generando utilidades. Es diferente iniciar una empresa de tejidos que hacer negocio vendiendo bufandas; la empresa puede transformarse y crecer con innovación, manteniendo la esencia del negocio que consiste en tejer. La venta de bufandas se puede convertir en un negocio para la temporada de invierno.

Una idea de negocio debe ser analizada y estructurada con un modelo formal denominado Plan de negocio, que obliga al empresario a entrar a la formalidad y llegar hasta un documento en el que deben quedar consignadas todas las variables internas y externas que influyen y determinan la viabilidad de su iniciativa. No es el documento el objetivo sino la construcción misma del plan, que exige determinar con precisión cada variable, como veremos en la cartilla número 4.

Definición de empresa

Existen múltiples definiciones de empresa, pero la mayoría coincide en afirmar que es un sistema, un conjunto, una entidad que reúne talento, trabajo y capital para el desarrollo de actividades industriales, comerciales o de prestación de servicios con fines lucrativos, al tiempo que cumple una función social. Los negocios



suelen ser pasajeros, las empresas pueden ser duraderas si basan su origen y crecimiento en un esquema formal con procesos de investigación, trabajo en equipo, creatividad, desarrollos tecnológicos, estudios de demanda, alianzas empresariales y satisfacción de necesidades. Montar un negocio puede ser un impulso para obtener dinero, pero la empresa obliga a quien la crea a establecer el

compromiso de generar riqueza para sí mismo y para la sociedad, como acto de responsabilidad social. Abandonar un negocio puede ser fácil, mas no se cierra fácilmente una empresa; de ahí la importancia de evaluar si las ideas de negocio pueden llegar a ser una buena oportunidad para forjar empresa.

EDAD PARA SER EMPRESARIO

El emprendedor no tiene una edad determinada para crear su empresa, simplemente existen la libertad y la disposición de hacerla. (El colombiano creador de nuevas empresas está, en su gran mayoría, entre los 18 y los 44 años. Estudio GEM). El deseo lo impulsa a crear su propio proyecto. Al iniciar su camino enfrenta dos mitos bastante difundidos en la sociedad: el del linaje y el de la edad. No es cierto que el emprendedor deba provenir de familias poderosas. La herencia y el dinero no son una garantía para el desarrollo de un emprendedor y su empresa. Existen emprendedores de ascendencia humilde, sin carreras profesionales y con accesos limitados de capital, que por oportunidades de negocio han encarado las situaciones con empuje. Pero tanto unos como otros, si no poseen el espíritu de un verdadero emprendedor, están destinados a fracasar. La riqueza asegurada o la limitada pobreza no son garantía de éxito. El mito de la edad se refiere a que no existe una fecha determinada para emprender la creación de una empresa. Hay emprendedores

viejos y jóvenes. La edad no es un requerimiento ni una excusa a la hora de emprender, y eso lo sabe muy bien un emprendedor con un proyecto fijo. Se tiende a creer que los jóvenes triunfan debido a su situación de juventud y potencia. No es cierto. Tampoco el viejo y su carga de experiencia garantizan la victoria. La edad no determina la actitud de un emprendedor. El verdadero emprendedor no se detiene ante su situación económica o su edad. Para él, estos no son apoyos ni impedimentos. Las personas que llegan lejos son aquellas que entienden que la única forma de generar riqueza es con el emprendimiento, y usan como herramientas la convicción y el valor. Tienen el convencimiento de que su empresa llegará a feliz término, y el coraje de enfrentarlo y hacerla realidad. Los emprendedores impulsan el desarrollo de un país con sus ideas. Son otro tipo de personas dentro de la sociedad, que construyen fortuna y transforman esa sociedad con su trabajo y su creatividad.



La idea de negocio

Un emprendedor está siempre a la caza de oportunidades de negocio, bien sea porque va a crear una empresa o porque va a ampliar o diversificar la operación de la que ya tiene. Para detectar en forma oportuna las oportunidades de negocio, el emprendedor debe afinar especialmente dos de las habilidades personales o competencias: investigar y saber comunicarse.

Las oportunidades pueden aparecer o encontrarse en diversos medios; no existe uno mejor que otro, pues depende de su manejo y combinación.

Internet

Sin duda, es la herramienta clave de la comunicación actual si se aprovecha apropiadamente y se usa para encontrar aquella información que resulta más costoso obtener en forma directa. Evite navegar por navegar, sin tener claridad en lo que busca, y aproveche este medio para estudiar a fondo el sector o categoría de su negocio en la ciudad, región, país y el mundo entero; la gran virtud de la red global es que no

hay límites. Además, por internet, usted hace contacto directo con empresas, personas, universidades, entidades, y se informa de ferias, ruedas de negocios o seminarios.

Benchmarking

Es un sistema de comparación, que consiste en visitar o contactar empresas similares para descubrir “mejores prácticas”. De su habilidad para comunicarse dependerá que le permitan tener acceso y abrir una fuente permanente para intercambio de información.

Ferias nacionales e internacionales Seleccione bien el tipo de feria y, sobre todo, el nivel, así como posibles apoyos de organismos públicos especializados o cámaras de comercio; generalmente, en las ferias nacionales usted va a encontrar a su competencia, y en las internacionales alcanza una mayor visión. Procure buscar a alguien que ya haya asistido para que le comparta experiencia y le dé una idea de las empresas que asisten, así tendrá usted criterio para decidir si vale la pena.

Ruedas de negocios

Son un espacio en el que se dan cita oferentes y demandantes para hacer transacciones. Exigen inscripción previa y algunos requisitos relacionados con los productos y, o, servicios, precios, antigüedad, tamaño y estado de su empresa. Se diferencian de las ferias en que aquellas son una muestra sin que necesariamente se lleguen a cerrar acuerdos.



Eventos sociales

El empresario debe ser una persona social, dispuesta a asistir a cocteles, presentaciones, desayunos y demás encuentros sociales; en el momento menos pensado, en el lugar menos imaginado y con la persona que usted nunca consideró, puede aparecer una oportunidad.

Impacto y actitud

Es indispensable que el empresario mantenga una buena imagen personal y una buena actitud. Muchos negocios se truncan por un comportamiento descortés o una apariencia que genera impacto negativo. No se trata de andar siempre formal y sonriente, sino de estar en la forma adecuada y con la actitud correcta de acuerdo con el sitio, el tipo de encuentro y las personas que asisten. Hoy en las relaciones comerciales priman valores humanos como el respeto, la prudencia y la lealtad. El empresario no puede burlarse, difundir información confidencial o hablar mal de su equipo de trabajo, clientes o proveedores.

Un empresario

Emprende
Mantiene Planea
Racionaliza
Explora Negocia
Dirige
Estudia

"Si usted mantiene un ojo en el pasado y otro en el futuro, no podrá ver las oportunidades del presente."

William Cowper



Tendencias

Un emprendedor estudia el entorno: su ciudad, su país y el mundo. Debe estar al tanto de los cambios tecnológicos y sociales que hacen que la gente cambie sus hábitos, motivaciones y estilos de vida, de ese análisis se desprenden nuevas oportunidades de negocios. Presentamos algunos hábitos que han cambiado y conceptos que se han puesto de moda en los últimos años. Lo invitamos a pensar lo que puede seguir cambiando y hasta dónde se imagina que llegarán las tendencias.

La comunicación humana

Internet, la televisión satelital, el teléfono celular, la fotografía/video digital y los sistemas GPS han sido incorporados en la vida cotidiana con aparente facilidad. Adicionalmente, la mezcla de tecnologías ha logrado que un teléfono no sólo sirva para llamar sino para grabar imágenes fijas o en movimiento y oír música. Los negocios visibles de este cambio son empresas de prestación del servicio de telefonía celular e internet, empresas que fabrican celulares y accesorios, fabricantes de computadores, software, cámaras digitales de video y fotografía, micrófonos, empresas que producen tarjetas de minutos, empresas que venden minutos, etc., constructores de plataformas y artefactos de GPS, creadores de portales de internet que envían mensajes a celulares y arman comunidades que comparten imágenes en tiempo real.

Responsabilidad social

El afán de hacer fortuna a costa de perjudicar a personas o al ambiente está pasado de moda y las empresas de manufactura o servicios destinan grandes presupuestos para la contribución a programas sociales. Una empresa sin programas de responsabilidad social, tendrá menos aceptación. Las empresas no sólo adquieren responsabilidad con sus empleados, socios y clientes, también tienen responsabilidad con la co-munidad en general.



Producción limpia

Los evidentes cambios climáticos en todo el mundo hacen que la conciencia ecológica empiece a estar en la agenda de las empresas y los individuos. Las fábricas han incorporado materiales biodegradables y han redefinido procesos buscando el menor daño ambiental. Esto hace que los consumidores sientan necesidad de contribuir al comprar o usar productos que no atenten contra el ambiente. Las oportunidades han sido aprovechadas por empresas de todas las categorías, que hacen esfuerzos por mostrar que protegen el ambiente o que por lo menos no lo afectan. Los aerosoles tienden a desaparecer.

Envejecimiento tardío

Hoy, una persona de 60 años luce mucho más joven y es posible que tenga mayor disponibilidad de gasto que una de 60 de varias décadas atrás. Las empresas que han contribuido al cambio y aprovechado oportunidades, son laboratorios farmacéuticos de remedios alternativos, fabricantes de cremas antiedad, máquinas de hacer ejercicio para la casa, gimnasios, proveedores de comida sana. Quedan muchas oportunidades de negocios y servicios para un segmento de personas que aún se sienten productivas.

Nueva estructura familiar

Los altos índices de divorcios y ruptura de parejas en el mundo entero hacen suponer que el concepto de familia se ha diversificado. Hay familias más pequeñas y también hogares con una sola persona. El mismo grupo de personas que antes compartía un televisor, hoy cuenta con dos o tres.

Mujeres autosuficientes

Las decisiones de compra y las normas de vida cada vez más están en cabeza de las mujeres. Es un nuevo gran segmento con alto poder adquisitivo y amplio poder de decisión. Tendrán futuro los productos y servicios que contribuyan a conseguir que la mujer cada vez participe más y la tengan en cuenta para mucho más que venderle cosméticos.



Casos reales

CASO 1

Fuente: SENA

De tres emprendedoras

Un sueño congelado en Colombia, para hornearse en Norteamérica

Cuando Silvana Martínez regresó de su viaje a Connecticut (Estados Unidos), ya traía en mente su idea de negocio y quería compartirla con sus amigas Sandra y Dalys.

Producir y exportar pasabocas congelados parecía en un principio una idea muy simple, con muy poca proyección en el mundo de los negocios; sin embargo, estas tres jóvenes emprendedoras moldearon con creatividad y dedicación su proyecto, hasta lograr hornear lo que hoy legalmente se conoce como Congelados de tu Casa Ltda. 'Deditos' en pasta de hojaldre y 'bolsillitos' crujientes y crocantes rellenos con queso de soya y producidos en horno convencional es el negocio de este trío de barranquilleras, graduadas en finanzas y relaciones internacionales de la Universidad de San Martín, que encontraron el apoyo del SENA Regional Atlántico.

Tras muchos momentos de crisis, de intentos fallidos al experimentar con la materia prima, de puertas cerradas, de personas incrédulas y de una que otra lágrima, la visión de negocio se impuso y hoy 12 personas, entre desplazados y madres cabeza de hogar, esperan motivados el inicio del proyecto, puesto que en él está su posibilidad de vinculación laboral y de mejoramiento socioeconómico de sus familias.

Congelados de tu Casa Ltda. iniciará operaciones exportando al mercado de Estados Unidos, específicamente a Miami, pasabocas ciento por ciento colombianos, producidos con los estándares internacionales requeridos y los más estrictos controles de calidad.

CASO 2

Fuente: SENA

Mebicol

Un paquete de servicios biomédicos Mantenimiento de Equipo Biomédico Colombiano (Mebicol), es una empresa integrada por un grupo de inquietos y curiosos estudiantes, egresados del SENA del curso de mantenimiento de equipo biomédico, de la Regional Caldas. Johan Manuel Ballesteros, Carlos Alberto Galvis, David Augusto Toro, Andrés Mauricio Acevedo y Christian Leonardo Londoño, jóvenes entre 21 y 23 años, son los dueños de Mebicol, un proyecto de empresa que vienen trabajando desde hace año y medio. Aparte de sus propios empleos, estos jóvenes emprendedores han generado empleos para sus compañeros de clases.

Según ellos, la 'semilla' para hacer su empresa nació en la clase de emprendimiento de la instructora Liliana Patricia Osario, del Centro de Automatización Industrial del SENA Caldas, quien siempre los orientó y apoyó, no sólo en su proceso de formación sino también una vez terminado.

Inicialmente, el grupo se conformó como cooperativa de trabajo asociado y luego de un tiempo de experiencia, el Fondo Emprender se presentó como la oportunidad 'esperada' para financiarse, por lo que constituyeron una sociedad de responsabilidad limitada.

Con los recursos aprobados como capital semilla, los emprendedores ya tienen planeada la compra de insumos y equipos de alta tecnología para mejorar la calidad del servicio que prestan.

Según los emprendedores, la convivencia y el trabajo en equipo han sido determinantes para garantizar el éxito de su proyecto, sin olvidar sus raíces: así, en un aula de clase se vuelven compañeros, amigos y ahora empresarios jóvenes con

ganas de triunfar, con gran conocimiento técnico y, lo más importante, con enormes deseos de seguir luchando por salir adelante.

Servicios a la orden del día

Mebicol presta servicios de mantenimiento preventivo y correctivo de equipo biomédico y, además, con la experiencia adquirida, comienza a desarrollar innovación tecnológica en proyectos de mayor complejidad. Actualmente, sus integrantes tienen diseñados electroestimuladores musculares, alarmas de gases medicinales, sensores para lavamanos quirúrgicos, dispensadores automáticos de jabón, y siguen trabajando en nuevos proyectos basados en las necesidades del mercado.

Además, en su portafolio están asesorías en adquisición de equipos, asesorías ante compañías aseguradoras y adecuación de instalaciones. “Penetrar en el mercado ha sido un esfuerzo de equipo; al principio nos dio cierto temor pero lo superamos. Inicialmente veíamos como dificultad la falta de credibilidad en nosotros los jóvenes, pero afortunadamente, por nuestra responsabilidad y cumplimiento, hemos logrado demostrar lo contrario y ganamos la confianza de las instituciones con las que trabajamos”.

La comercialización, personalizada, es una labor asumida por el gerente de la empresa. Con documentación, portafolio de servicios, tarjetas de presentación y folletos iniciaron la promoción de sus servicios. Una vez iniciados los trabajos para algunas instituciones, fueron referenciados por ellas a otros clientes, lo que les ha ayudado a darse a conocer en el medio.

Entre sus clientes están Laboratorios Valencia, Citosalud, Laboratorio Caldas, Cruz Roja Colombiana, Hospital Infantil, Centro Médico

La Enea, Clínica Flavio Restrepo, Clínica de

Especialistas de La Dorada, Confamiliares de Caldas, entre otras.

CASO 3

Fuente: Dinero

Testimonio de un empresario

Juan Carlos Torres, un llanero de 37 años, soñó durante mucho tiempo con la aviación e inclusive hizo un curso técnico en esta área. A pesar de las ganas, ese sueño no se le hizo realidad, pero uno que jamás se imaginó es el que le está dando una de las mayores satisfacciones de su vida. Torres encontró en su trabajo en Panamco Colombia, como asociado de una pre-cooperativa, lo que realmente lo motiva. Un día, a los dos años de trabajar como temporal, la compañía le dio la oportunidad de convertirse en empresario. “Primero empezamos jugando a los empresarios y hoy somos empresarios -afirma orgullosamente.

Este llanero parece tener innato lo que muchos estudian en la universidad: liderazgo y visión empresarial. Durante el año y medio que tiene la cooperativa, se ha desempeñado como gerente, motivando con su ejemplo, entusiasmo, cooperativismo y ganas de superación, a sus compañeros.

La cooperativa, que comenzó ofreciendo servicios generales como aseo y atención de la cafetería, se extendió a otras unidades de negocio que ha encontrado Juan Carlos en sus recorridos diarios barriendo la planta. “Yo dirijo mi empresa detrás de una escoba; doy la vuelta a la planta barriendo, y ahí me nacen ideas, como ver que puedo arreglar más rápido y más eficazmente la caja de gaseosa que están arreglando otros”.





Identidad

El empresario debe prepararse para construir su nueva identidad y la de su negocio o empresa.

El empresario debe sentir orgullo cada vez que menciona el nombre de su empresa.

Nombre o razón social

Al elegir el nombre de su empresa, además de pensar en que sea atractivo, claro y afín con el negocio, deberá consultar con la Cámara de Comercio de su ciudad si está disponible, es decir, verificar que no exista ya una empresa con tal nombre. Algo muy importante: el nombre de su empresa le debe producir orgullo, debe gustarle para que usted sea el primer promotor. A veces los empresarios dan poca importancia a esta decisión y olvidan que un nombre puede abrir o cerrar puertas; oiga y vea escrito el nombre de su empresa y contrate a un diseñador profesional para que realice el original o logotipo en un tipo de letra acorde con su actividad y, sobre todo, su personalidad y la de su empresa. Evite el uso de iniciales o acrónimos que sólo usted entiende. Vale la pena revisar el significado del nombre elegido en otros idiomas o latitudes, recuerde que el español es amplio.

Tarjetas personales

Una vez defina el nombre de su empresa, las tarjetas personales deben ser su prioridad; con ellas usted aprovecha cada encuentro para comunicar su nuevo negocio. En el mercado hay varias opciones y algunas aparentemente muy baratas, pero no la mejor opción en imagen. En esto no debe ahorrar, puesto que es el elemento primordial de su nueva imagen; al igual que para el logotipo, elija un buen diseñador y garantice un diseño acorde con su tipo de negocio, pero sobre todo verifique antes de imprimir que los datos estén correctos y sean legibles. Además del diseño debe escoger un buen papel,

no muy delgado ni muy grueso y en formato convencional, de forma que pueda estar en los tarjeteros de sus futuros clientes; no todos manejan información en su computador.

Página web y correos electrónicos Tener una página web propia a nombre de su nueva empresa es un proceso que puede demorar de uno a tres meses, según los recursos que tenga y la complejidad de servicios que piense ofrecer allí. Aunque el registro del dominio es un trámite muy sencillo y existen múltiples empresas que ofrecen tal servicio, lo más demorado será su propia decisión acerca del diseño de la página, los elementos que quiere que allí aparezcan, la distribución, los colores y las aplicaciones en línea que podrán efectuar sus visitantes. Si internet no será un canal fundamental para su negocio, dispone de bajos recursos y sólo quiere estar presente en este medio, lo mejor será optar por los servicios gratis de páginas web que ofrecen los propios operadores de correo electrónico. Respecto al correo electrónico, elija la sencillez, dejando claro su nombre o el de su empresa; las direcciones con números no son fáciles de recordar.

Otros elementos de identidad

Una vez defina el negocio que pondrá en marcha, deberá determinar los elementos de imagen vitales para darse a conocer, generar confianza de acuerdo con su actividad y hacer que compren sus productos o servicios. Esto se tratará en detalle en el plan de negocio en el capítulo de mercadeo y publicidad.

APOYO DE SOSTENIMIENTO PARA APRENDICES SENA **¡TÚ TAMBIÉN PUEDES OBTENERLO!**

¿QUÉ ES?

Es una contribución a los aprendices de estratos 1 y 2 para sufragar sus gastos básicos, el seguro de accidentes, los elementos y vestuario de protección personal durante etapa lectiva y productiva del programa de formación adelantado.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

- ✧ Haber culminado primer trimestre de formación Titulada.
- ✧ No contar con contrato de aprendizaje ni vínculo laboral, ni FIC.
- ✧ Tener inscrita su idea de negocio en la Unidad de Emprendimiento y reporte de cumplimiento en su desarrollo por parte de la misma.
- ✧ Demostrar buen rendimiento académico.

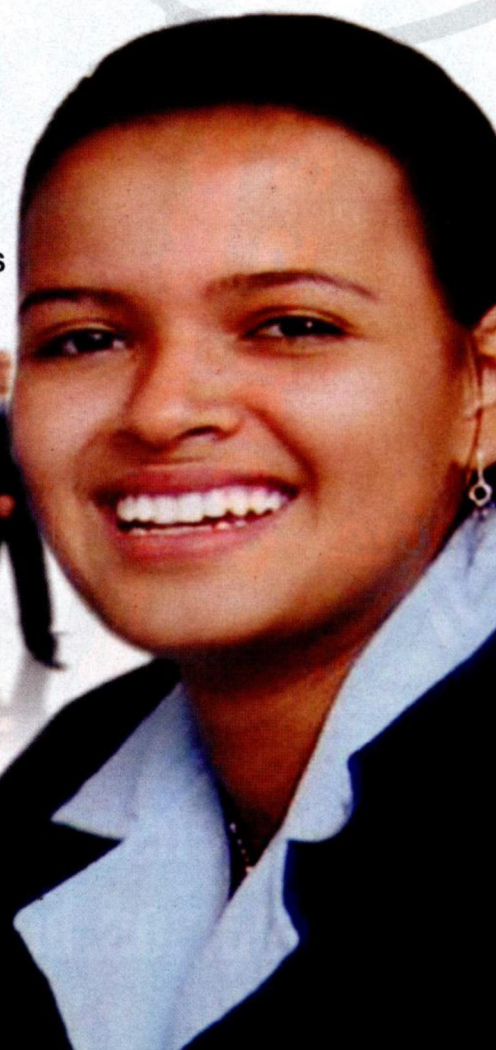
CÓMO ACCEDER A LOS APOYOS:

Convocatorias e inscripciones a través de la página web: www.sena.edu.co
link, Dirección de Formación Profesional/ Bienestar de los Aprendices/
Apoyos de Sostenimiento

SENA, CONOCIMIENTO PARA TODOS LOS COLOMBIANOS



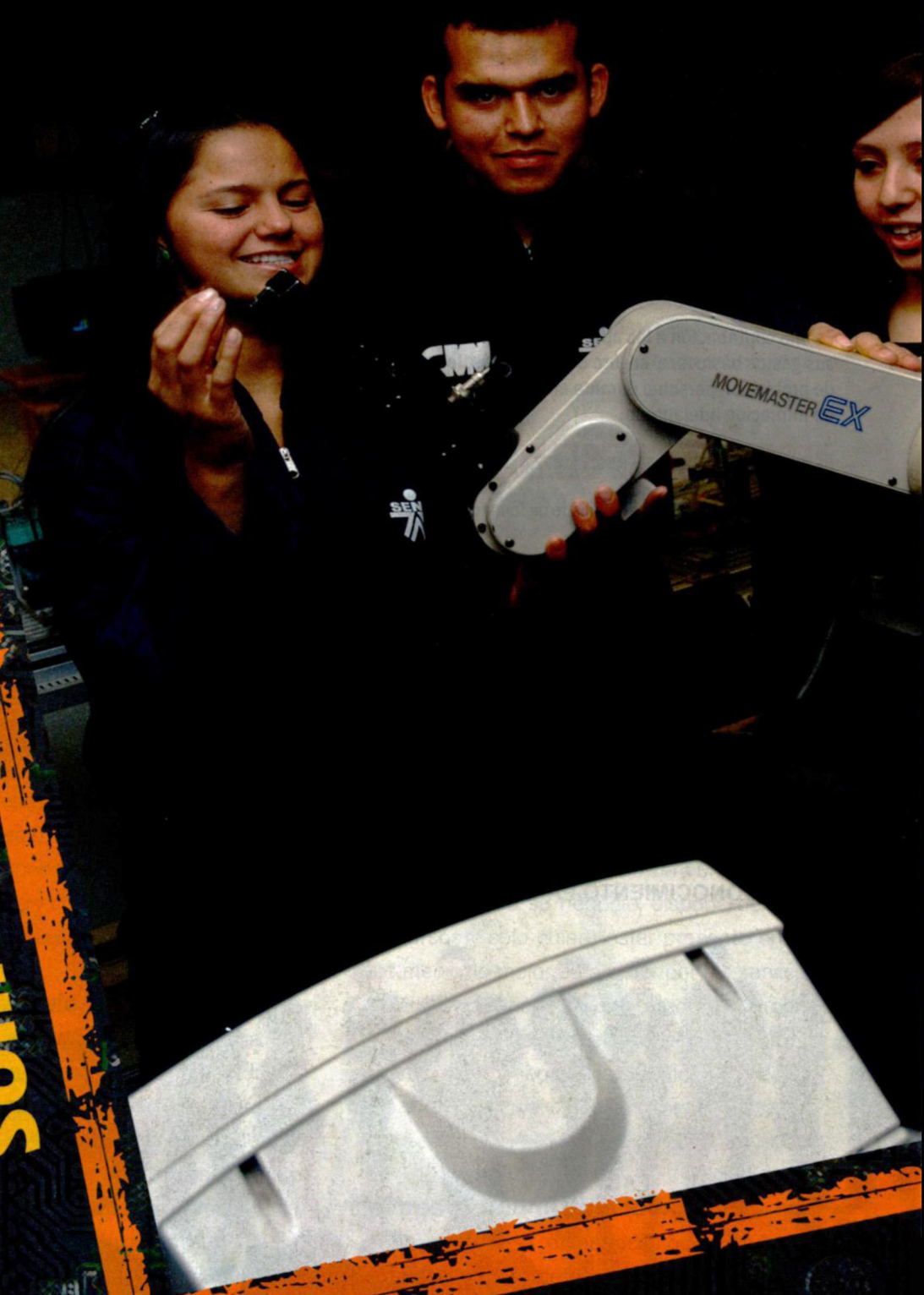
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE



somos aprendices SENA...



SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE



**...Libre pensadores, con capacidad crítica
solidarios, líderes y emprendedores**

SENA: CONOCIMIENTO PARA TODOS LOS COLOMBIANOS