



TÉCNICAS DE GESTIÓN EJECUTIVA MÓDULO III.- DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL.

IMPORTANTE:

El material de este Modulo ha sido diseñado para su estudio, consulta e investigación.

Para tener derecho a presentar el examen de evaluación para su acreditación, deberá usted contestar las autoevaluaciones y cuestionario contenidos en el archivo adjunto “Formato de Reporte, FR”.



MÓDULO III.- DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL.

INDICE

CONTENIDO	No. Diapositiva
CAPÍTULO 3.1 El Ser Humano Interno	4
CAPÍTULO 3.2 Creatividad en innovación	25
CAPÍTULO 3.3 Cambio y Desarrollo	36
CAPÍTULO 3.4 Plan de Vida y Carrera Personal	52
CAPÍTULO 3.5 Desarrollo Profesional	59
CAPÍTULO 3.6 Detección de Oportunidades	79
CAPÍTULO 3.7 Ética Profesional	89

VA CONSULTORES, S.C.

INDICE

CONTENIDO	No. Diapositiva
CAPÍTULO 3.8 Mercadotecnia Personal	95
CAPÍTULO 3.9 Curriculum y Entrevista	101
CAPÍTULO 3.10 Fundamentos Legales	116
Formato de Reporte (ARCHIVO ANEXO EN PPT)	

VA CONSULTORES, S.C.



CAPÍTULO 3.1

EL SER HUMANO INTERNO

EL SER HUMANO INDIVIDUAL

Cada *ser humano siendo único, es una unidad integral* compuesta a su vez por *diferentes sistemas*. A su vez es *unidad integral de otras unidades constituidas por sistemas*, como es la *sociedad, el medio ambiente, la Tierra, el Universo, que se conjuntan en DIOS o en un principio u origen en que se crea*.

El hombre es *único* como *individuo* y *social* al *convivir* con otros individuos.

Como *individuo* y como *ser social*, constituye la *fuerza y el destino* de todo el *accionar humano*.



EL SER HUMANO

Es un ser integral; en él influyen *características biológicas, psicológicas, sociales y espirituales*. Está dotado de *conciencia, inteligencia, voluntad, intencionalidad, afectividad y creatividad*.

EL SER HUMANO INDIVIDUAL

MENTE - CUERPO - CONCIENCIA - ESPIRITU



REALIDAD INTERNA – MEDIO AMBIENTE EXTERNO

EL SER HUMANO ES:

UNO	CONSIGO MISMO.
UNO	CON LA SOCIEDAD.
UNO	CON EL MEDIO AMBIENTE NATURAL.
UNO	EL UNIVERSO.
UNO	CON DIOS O EL PRINCIPIO U ORIGEN EN QUE SE CREA.

El *hombre* ha *creado nuevas formas de transformar su entorno*, para preservar su salud, divertirse y descansar, transmitir la cultura, trabajar productivamente y en general *para vivir mejor*.

Cada *persona* es el resultado del *devenir generacional, de lo convivido, de lo heredado, de lo aprendido, y de las características originales con las que ha nacido.*



LOS VALORES HUMANOS

Los valores se definen como:

Los principios y postulados básicos que guían las creencias, actitudes y comportamiento de las personas

EJEMPLOS DE VALORES

- ◆ HONESTIDAD
- ◆ RESPETO
- ◆ LEALTAD
- ◆ COMPROMISO
- ◆ JUSTICIA
- ◆ HONOR



EFFECTOS DE LOS VALORES DE LA VIDA DEL SER HUMANO



Material de apoyo.- 5 Comerciales Reflexivos

<http://www.youtube.com/watch?v=LncgX5NKpGE>

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Significa manejar los sentimientos de modo tal que puedan **expresarse adecuadamente** y con **efectividad**, permitiendo que las personas **trabajen juntas** en busca de una meta común.

A diferencia de la inteligencia racional con la que se nace, la inteligencia emocional se puede aprender, practicar y desarrollar.

Se mide como la capacidad de manejar las emociones que permite a las personas relacionarse con los demás en función de actitudes positivas que mejoran el desempeño y la interacción social.



LA INTELIGENCIA EMOCIONAL ES LA CAPACIDAD DE INTERACTUAR ÓPTIMAMENTE CON LAS EMOCIONES PROPIAS Y DEL OTRO.

Las mujeres no son más inteligentes que los hombres cuando se trata de inteligencia emocional, ni los hombres son superiores a ellas. Cada individuo tiene un perfil personal de puntos fuertes y débiles en estas aptitudes.

Algunas de las aptitudes más deseadas son:

- ✓ **LA HABILIDAD PARA LA COMUNICACIÓN**
- ✓ **LA CAPACIDAD PARA LAS RELACIONES INTERPERSONALES**
- ✓ **LA INICIATIVA**
- ✓ **LA EMPATÍA**
- ✓ **LA VISIÓN**
- ✓ **LA AFINIDAD**
- ✓ **LA COOPERACIÓN**



Material de apoyo.- INTELIGENCIA EMOCIONAL, Daniel Goleman
<http://www.youtube.com/watch?v=w17VgJwIUll>

NIVELES DE LAS NECESIDADES:

Existen diferentes teorías acerca de los **niveles** de necesidades humanas. La primera de ellas habla de dos grandes grupos de necesidades:

Primarias:

Las necesidades **primarias** son inherentes a lograr la **sobrevivencia** principalmente **física**, ya que si no se cubren, el ser humano no podría subsistir y moriría

Secundarias:

Se **derivan de las primarias** y contribuyen a la satisfacción de ellas.

Son **aprendidas y adoptadas** para satisfacer las necesidades de **convivencia y desarrollo social e individual** del hombre.



NECESIDADES, DESEOS Y ESPERANZAS PERSONALES

Todo **ser humano** tiene **necesidades básicas** y personales que debe cubrir para subsistir y desarrollarse, pero además tiene **deseos, y esperanzas** en realizar ciertos anhelos que son sus **expectativas** de vida, que en determinado momento también se vuelven parte de sus necesidades.

Necesidad:

Internamente significa la presencia de una **dualidad** en la persona, ya que en un sentido, al presentarse la **carencia o falta** de algo, se produce un **desequilibrio** en su estabilidad emocional, social, etc. Simultáneamente se produce también en la persona el **impulso** o el deseo de cubrir esa carencia o de contar con lo que falta, es decir de satisfacer su necesidad.

Las **expectativas** del hombre, constituyen su **esperanza** y sus **deseos** de lograr una aspiración o alcanzar un resultado concreto, lo que normalmente **se va transformando** en una **necesidad** de realización en el ámbito social y personal.



La gran base de esta pirámide se refiere a las **necesidades fisiológicas** de las personas, que en la medida que estén bien **definidas y resueltas, el hombre podrá subsistir físicamente.**

Las necesidades de **seguridad y protección**, constituyen el siguiente escalón, y al satisfacerse **le harán sentirse al hombre seguro de sí mismo, y confiado en una existencia segura.**

Una vez satisfechas ambas necesidades anteriores, el ser humano puede empezar a interactuar y satisfacer la necesidad de **pertenencia y amor**, mediante la cuál, **requiere de sentirse parte de la comunidad humana y de sus diferentes grupos, y ser de alguna manera aceptado y querido por ellos,** como es el caso de la familia.

En la satisfacción de las necesidades de **reconocimiento y valor, se busca que la sociedad y sus grupos, reconozcan y valoren la participación y personalidad individual,** al concederle una importancia especial.

Por último, en la cúspide de la pirámide, el hombre a través de la **realización personal, cumple con las vivencias de un modelo de vida personal, que le permite la realización plena de sus expectativas.**

Según A. Maslow, las necesidades se pueden sujetar a una **escala de jerarquías**, de acuerdo a la siguiente **Pirámide:**



LA SUPERACIÓN Y LA AUTOREALIZACIÓN PERSONALES:

La superación personal significa que los seres humanos sean capaces de ir más allá de sí mismo, de sus capacidades y de sus limitaciones, es decir de trascender. Quién quiere superarse es un hombre positivo, que desea no vivir en la mediocridad de su círculo de comodidad y evitando el cambio.

Para superarse la persona requiere:

- A.- **Conocerse plenamente**, evaluando constantemente los resultados del ejercicio de sus capacidades y del avance en la solución de sus limitaciones.
- B.- **Tener claro** en cada momento de su existencia, la **misión** que le fundamenta su desarrollo y la **visión** de a donde quiere llegar.
- C.- **Mantener excelentes relaciones humanas y de comunicación** abierta, para poder intercambiar información y orientar sus esfuerzos en equipo.
- D.- **Conducirse positivamente** en las diferentes acciones y situaciones en las que se desempeña en su ámbito personal y social.



CAPACIDADES Y LIMITACIONES DE LA PERSONA

Todo *hombre* posee:

Las **capacidades** son aquellas **habilidades, hábitos, condiciones o acciones** que son **fáciles o positivas de realizar**, y que **constituyen ventajas** que permite **alcanzar buenos resultados realizando esfuerzos menores** o bien posibles de controlar en su efecto. A veces **estas capacidades son innatas y a veces son aprendidas o desarrolladas** durante la existencia de la persona, pero que **contribuyen a darle seguridad, confianza y mayores aspiraciones de éxito.**



las **limitaciones** son **aquellas habilidades, hábitos, condiciones o acciones que no resultan fáciles de realizar** para la persona, y **que constituyen desventajas que le impiden pensar en alcanzar buenos resultados.** A veces estas limitaciones son **innatas y a veces son inconscientes o debido a malas experiencias sufridas por la persona**, pero **contribuyen a que se sienta insegura, desconfiada y con pocas aspiraciones de éxito.**



EL ENTORNO SOCIAL

Se entiende por *entorno social* el medio ambiente que *afecta y condiciona* especialmente las *circunstancias y relaciones de vida entre las personas y la sociedad* en su conjunto.

Comprende el *conjunto de valores naturales, sociales y culturales* existentes *en un lugar y un momento determinado, que influyen* en la *existencia del ser humano* y en las *generaciones venideras*.

No se trata sólo del espacio en el que se desarrollan y conviven los seres humanos sino *también de los elementos naturales que los influye y afecta los seres vivos, tales como el agua, suelo, clima, fauna, aire, etc. y las relaciones entre ellos, y de los elementos intangibles* como la *cultura*.



LA SOCIEDAD HUMANA

La **primera sociedad** nace cuando los **hombres primitivos se agrupan** para, **recoger frutos, cazar, procrear, protegerse y general sobrevivir juntos.**

La naturaleza del **hombre es la de un ser social**, pues **necesita de otros seres humanos para existir y desarrollarse. Nace y muere como individuo, pero inmerso siempre en la sociedad.**

La sociedad es la unidad básica del entorno social y se entiende como un sistema o **conjunto de relaciones que se establecen entre los individuos y grupos** con la finalidad de **constituir cierto tipo de colectividad**, estructurada en campos definidos de actuación en los que **se regulan los procesos de pertenencia, adaptación, participación, comportamiento, autoridad, conflicto y otros.**



FINALIDADES DE LA SOCIEDAD

La sociedad es la **reunión de todos los seres humanos**. Por ello, **no podemos esperar de la sociedad más de lo que cada individuo aporta a ella**. Tiene como **finalidades principales** el que sus **integrantes se desempeñen de acuerdo a varias funciones cuyo objetivo el bienestar común..**

- ✓ **Reúne a las personas en tiempo y espacio,**
- ✓ **Proporciona medios y sistemas de comunicación.**
- ✓ **Desarrolla y conserva pautas comunes de comportamiento.**
- ✓ **Proporciona un sistema de estratificación de estatus y clases.**
- ✓ **Cuida de la socialización, desarrollo e instrucción de sus miembros.**
- ✓ **Cuenta con diferentes grupos que *producen y distribuyen bienes y servicios*, proporcionan educación y orden y seguridad públicas, entre otras funciones.**



Material de apoyo.- ENTORNO CULTURAL Y SOCIAL
<http://www.youtube.com/watch?v=bpBn-LXI0VM>

LA ESTRUCTURA SOCIAL

Para alcanzar sus objetivos, la sociedad ha diseñado una **estructura que integra, ordena y coordina** a todos **sus miembros** para que **desempeñen** las **funciones necesarias** para **cumplir** con las diversas **finalidades sociales**.

LA FAMILIA:

La familia es **donde la persona nace, crece, y se desarrolla** las **relaciones más profundas, significativas y permanentes de la vida** y se **asegura la continuidad de la especie humana**.



LA ECONOMÍA:

La economía es la responsable de la **producción y distribución de los bienes y servicios requeridos por las sociedades**.

LA EDUCACIÓN:

Permite **mantener informadas y actualizadas a las personas** de la **evolución de las sociedades**, para que tengan **conciencia y como participar en ellas**.



LA POLÍTICA:

Engloba las **actividades** y las **relaciones** que **establecen de convivencia de las personas y con otras sociedades** proporcionando **orden, salud, armonía y seguridad públicas** principalmente.



LA RELIGIÓN:

Responde a la **necesidad espiritual** que tienen los seres humanos en **su búsqueda de Dios o de aquellos principios que constituyan sus creencias** que se expresa en diferentes prácticas religiosas.

LA RECREACIÓN:

La dimensión recreativa **comprende el conjunto de actividades por medio de las cuales las personas se divierten y salen de la corriente cotidiana**, como escuchar música, ver televisión, practicar algún deporte o simplemente descansar.



LA FUNCIONES SOCIALES

Las funciones sociales se cumplen a través del ejercicio de uno o varios papeles.

El papel establece las funciones, obligaciones y facilidades y la relación con otras personas, papeles y funciones, y se basa en determinadas normas, expectativas y tiene su valor moral.

Estos papeles *van evolucionando de acuerdo con los cambios* que el propio *entorno social y el entorno natural produzcan*. Cada *persona desempeña simultáneamente varios papeles y uno ellos es el más importante para él*. (Ejem. Padre, maestro, estudiante, funcionario, profesionista, etc.) y por tanto es *identificado y evaluado* por su *desempeño*.



El *papel o rol de cada individuo* es esencial y *determina lo que la sociedad puede hacer por cada uno de sus miembros*. Cuanto *más el individuo recibe en educación, patrimonio, salud y bienestar, más responsabilidad tiene en colaborar con la sociedad*.

La importancia y predominio de ciertos papeles sociales son el fundamento y la respuesta a las finalidades y orientan sentido de las sociedades en su conjunto.

LA SOLIDARIDAD Y EL BIEN COMÚN

La *solidaridad* es el *principal principio estructural de toda sociedad*.

La Solidaridad es un sentimiento y un valor por los que las personas se reconocen unidas, compartiendo las mismas obligaciones, intereses o ideales.

La solidaridad *nace del ser humano y se dirige hacia el ser humano*. Es una relación de justicia: porque *todos vivimos en una sociedad*; porque *todos necesitamos de todos*, porque *somos seres humanos, iguales en dignidad y derechos*. La solidaridad *es justa porque los bienes de la tierra están destinados al bien común, al bien de todos y cada uno de los hombres*.

El *bien común* es el *conjunto de condiciones de la vida social que permiten que cada uno de sus miembros alcancen de manera más fácil e íntegra la perfección que les corresponde*. Es el *fin común por el cual los integrantes de una sociedad se han constituido y relacionado en ella*.

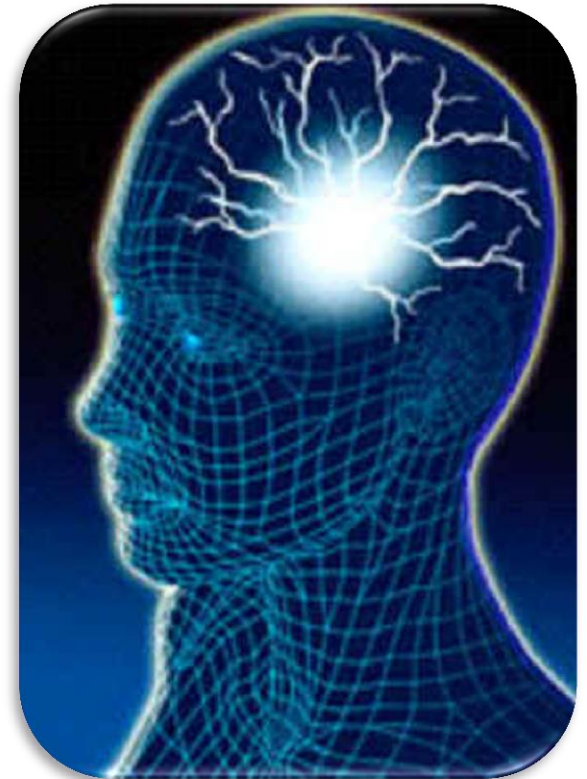


INTELIGENCIA RACIONAL

Es la **capacidad de entender, asimilar, elaborar y procesar información y utilizarla para resolver problemas**. No es una cualidad **únicamente humana**. En mayor o menor medida, todos los seres vivos la tienen.

Muchas veces la inteligencia racional **suele confundirse con la astucia**, cualidad que un individuo pueda desarrollar y que lo distingue de otros por su habilidad o fuerza. Tampoco **debe confundirse** con la **sabiduría**, entendiendo ésta como la **habilidad desarrollada con la experiencia, el entendimiento y la reflexión para practicar un buen juicio**.

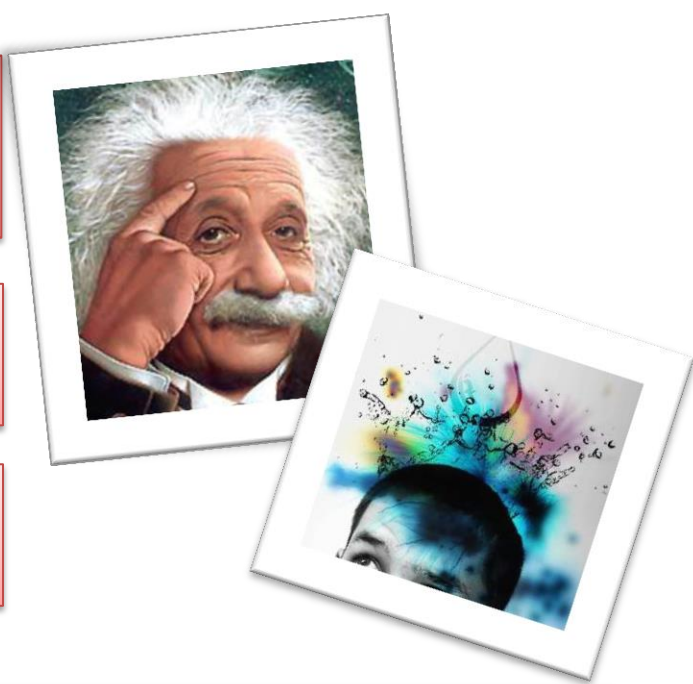
La inteligencia racional **responde a procesos eminentemente mentales y se mide** a través de **pruebas o "test" psicométricos** que se derivan de un indicador conocido como **el coeficiente de IQ**.



A la persona que **enfoca su inteligencia en uno o más ámbitos del saber, discierne, descubre, interpreta, sintetiza y crea interrelaciones en dicho ámbito**, llegando a ampliar las fronteras del conocimiento, se le define como un **genio**.

A la persona que tiene **capacidad de focalizarse en un aspecto de entorno, demostrando habilidades superiores frente a otros** en un tema, se le define como **talentosa**.

A la persona que **no logra analizar y reaccionar correctamente ante los elementos de su entorno** puede considerársele como la **menos apta ante el medio**, y por lo tanto candidato a su extinción.



La **inteligencia no tiene límites**. Puede ser integrada de forma más óptima si **el individuo reconoce sus limitaciones y busca superarlas buscando las condiciones que permitan integrar con mayor éxito los procesos mentales**.

Algunas de estas condiciones pueden ser:

Medio ambiente natural

Emociones

Factores alimentarios

Factores hereditarios

Educación

Medio sociocultural

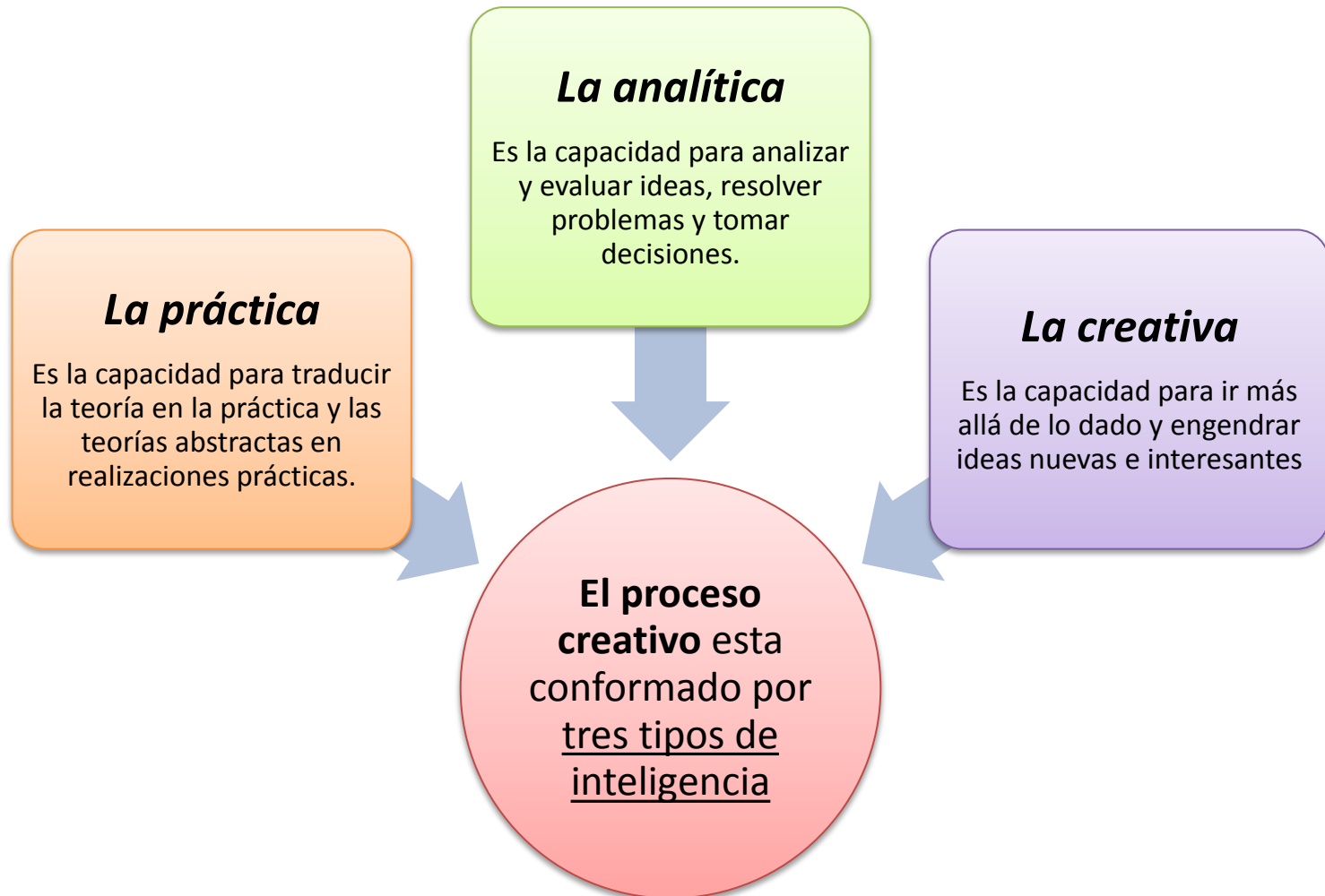
VA CONSULTORES, S.C.



CAPÍTULO 3.2

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

El proceso creativo implica inventiva y un pensamiento artístico e inspirado. Se caracteriza por la originalidad y la imaginación.

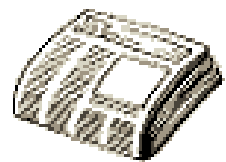


FASES DEL PROCESO CREATIVO



ACTITUDES DE PERSONAS ALTAMENTE CREATIVAS

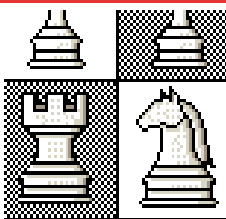
1. **Ser curioso:** Hacerte preguntas como: “¿qué pasaría si...?”, “¿por qué?”, “me pregunto si...” para hacer volar la imaginación.
2. **Ver problemas como algo interesante y aceptable:** Las personas creativas ven un problema como algo normal, un reto fascinante por superar.
3. **Enfrentar retos:** Encarar problemas.
4. **Descontento positivo:** Notar que algo está mal para poder mejorarlo.
5. **Optimismo:** No hay problema que no se pueda solucionar.
6. **Evitar Juzgar:** Recuerda que las ideas “más locas” suelen ser las mejores.
7. **Ver obstáculos como un vehículo para la mejora y la solución**
8. **Perseverancia:** Recuerda que el que persevera alcanza.
9. **Imaginación flexible:** Capacidad de darle muchas vueltas a las ideas, para solucionar un problema.



Lenguaje escrito

12345
12345
12345

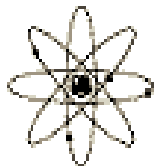
Habilidad numérica



Razonamiento



Lenguaje hablado



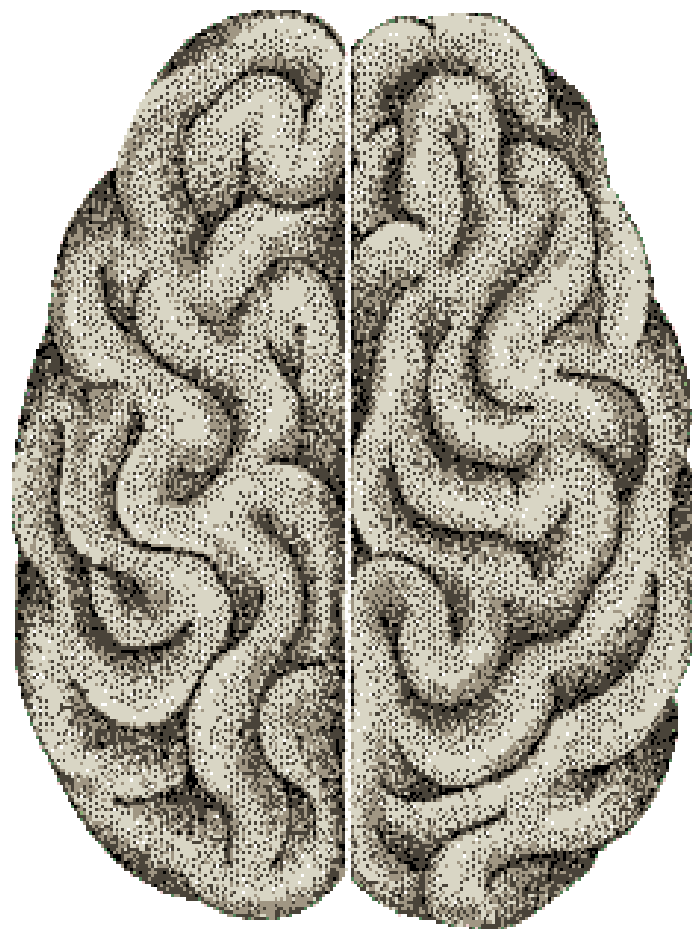
Habilidad científica



Control de la mano derecha

Funciones del hemisferio cerebral izquierdo

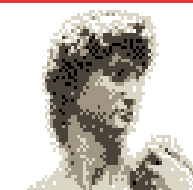
Funciones del hemisferio cerebral derecho



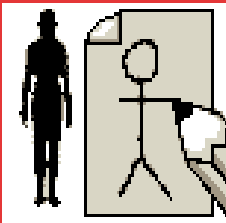
Perspicacia



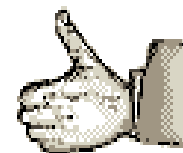
Percepción tridimensional



Sentido artístico



Imaginación

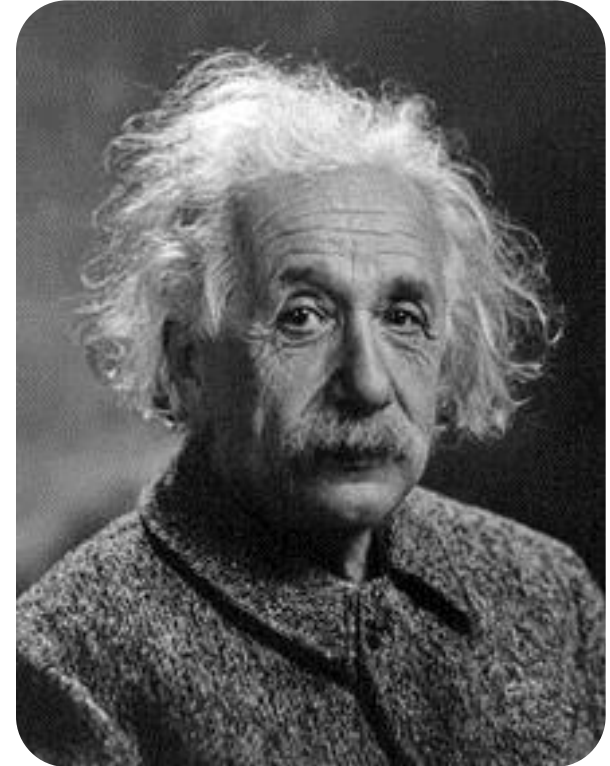


Control de la mano izquierda



Sentido musical

"En los momentos de crisis sólo la creatividad es más importante que el conocimiento."



ALBERT EINSTEIN

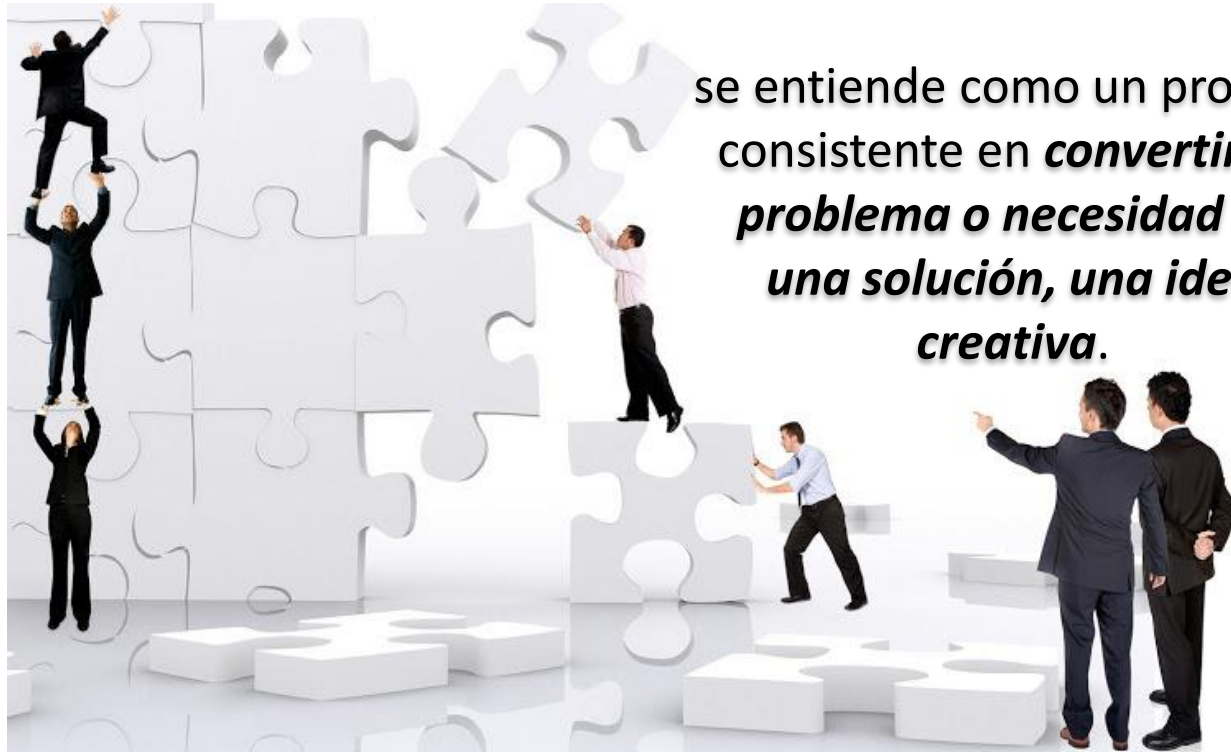
¿Qué es la Creatividad?

Unir estos nueve puntos con solo cuatro líneas rectas sin interrupción sin levantar el lápiz del papel, de forma que cada uno de los puntos solo sea tocado una vez. No esta permitido volver sobre la misma línea.



Material de apoyo.- ¿de donde vienen las buenas ideas?
http://www.youtube.com/watch?v=o_QTFPdnrjY

LA INNOVACIÓN



se entiende como un proceso consistente en ***convertir un problema o necesidad en una solución, una idea creativa.***

LOS 7 HÁBITOS DE LA GENTE ALTAMENTE INNOVADORA.

- 1. *Persistencia.*** Se requiere fe, trabajo duro y centrarse en la visión futura para hacer que suceda.
- 2. *Evitar las inhibiciones personales.*** Necesita liberarse de las restricciones y de los miedos personales.
- 3. *Arriesgarse, equivocarse.*** Asume la aparición de ideas fallidas en el proceso de aprendizaje. Trata los errores como experimentos no como fallos.
- 4. *Escaparse.*** Cada persona tiene formas diferentes de conectarse con su creatividad.
- 5. *Escribir sus ideas.*** Método para capturar sus pensamientos, pensar sobre el papel, dejar a un lado sus inhibiciones y comenzar el proceso creativo.
- 6. *Encontrar patrones y crear combinaciones.*** Las ideas vienen de otras ideas. Incremente su exposición a nuevas ideas.
- 7. *Diversidad.*** Practique el arte de ver las cosas de otra manera.

- ***Innovar te permite crecer personal y profesionalmente*** (hacer cosas nuevas, afrontar nuevos retos..).



- ***La innovación cada vez se valora más en el mundo empresarial.***

Material de apoyo.- ¿Qué es la innovación?
<http://www.youtube.com/watch?v=GLRgWcNymcl>



CAPITULO 3.3

CAMBIO Y DESARROLLO



ACTUALIZACIÓN

La actualización es muy importante, ya que **te permite pensar y actuar con competitividad, ser un verdadero profesional en la materia**, y darte las últimas herramientas para que tu labor se realice con las máximas oportunidades de desempeño y de éxito.

Independientemente de la carrera profesional que hayas elegido o el método seleccionado para desarrollarte y realizar tu misión en la vida, todas sin distinción están sujetas de un importante grado de **actualización de los conocimientos, de sus prácticas, técnicas, formas de actuar y de realizar cada vez mejor la labor.**



Para tener éxito profesional, necesitamos algo más que actualizar nuestros conocimientos, también es imprescindible **desarrollar nuestras competencias** y mantenerlas alineadas a las necesidades del rol y del entorno organizacional, desde la integración de nuestra vida profesional y personal.

¿Porqué debemos actualizarnos?

Las empresas requieren de **profesionales integrales** con visión de futuro, con cualidades, habilidades, destrezas y conocimientos integrales que se adapten a la cultura corporativa.

Ya **no es suficiente certificar que estudiaste una carrera universitaria**, esta es una característica que poseen miles de jóvenes.

Por ello, se hace **necesario capacitarse y actualizarse continuamente para diferenciarse** y ser atractivo a la empresa.



En la misma forma en que las organizaciones de hoy deben reinventarse a sí mismas **para adaptarse a los rápidos cambios** en forma exitosa, **usted también debe transformarse a sí mismo si desea lograr una carrera saludable y próspera.**

¿QUÉ ES EL CAMBIO?

Cambiar significa modificar nuestra conducta o forma de pensar ante una nueva situación.

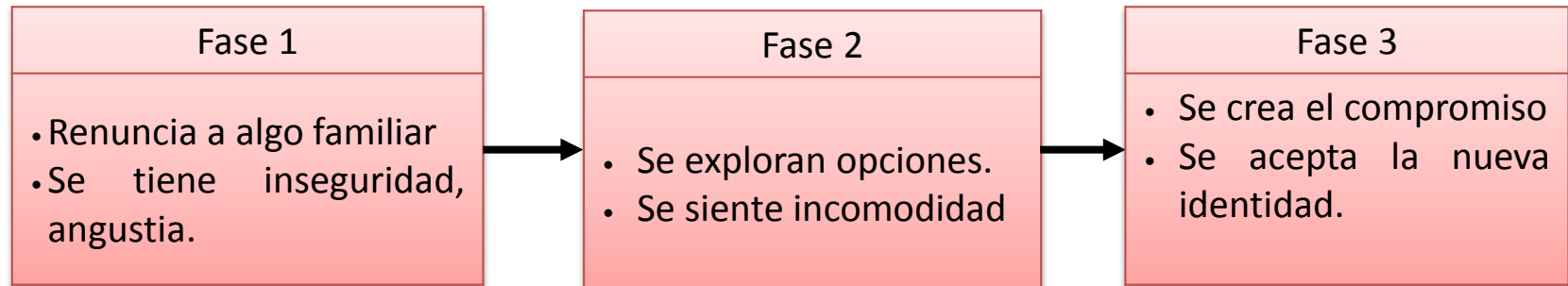
El ***cambio es inevitable. Es parte de la vida.*** Si vences el miedo, tu futuro puede ser maravilloso.

Estemos conscientes o no, queramos aceptarlo o no, ***las cosas y la gente cambian.***

Ante estos cambios, nuestra forma "normal" de reaccionar (a la que estamos acostumbrados) ya no nos es útil, por lo que ***necesitamos buscar una nueva opción.***



FASES DE LA TRANSICIÓN DEL CAMBIO



Para que el ***cambio sea efectivo*** se requiere que éste se desarrolle ***estratégicamente***, que sea planeado y programado en su ejecución, ***permitiendo así evaluación y medición de resultados.***

El ***cambio planeado*** es una herramienta que al operar los propósitos del cambio permita verificar su ***realismo y limitaciones*** y así mismo lo facilite.

Para ***lograrlo*** es necesario estar ***informado y actualizado constantemente***, adelantándose al futuro en la medida de lo posible.



Cada persona responde de manera distinta ante los cambios.

Ante el cambio, podemos:



* **Resistirnos** abiertamente, atacándolo.



* **Aceptarlo aparentemente**, pero tratando de boicotearlo.



* **Aceptarlo con una visión positiva.**



* **Aceptarlo, pero con una actitud de víctimas**, "sufriéndolo".

Aun sin darnos cuenta, lo que vamos viviendo va modificando nuestro carácter. Algunos aspectos se fortalecen, otros se debilitan y surgen nuevas conductas, formas de pensar, etc.



Analiza tu forma de actuar en estos momentos y compárala con la de hace 5 o 10 años, seguramente notarás la diferencia en muchos aspectos.

MIEDO AL CAMBIO

El ser humano es un animal de costumbre y que suele temerle a los cambios.

El cambio nos da miedo porque:

- ⇒ No sabemos cómo manejar situaciones nuevas o diferentes.
- ⇒ Puede provocar algún tipo de pérdida, ya sea física, moral, emocional, etc.
- ⇒ Podemos equivocarnos y ser criticados por los demás y/o por nosotros mismos.
- ⇒ La falta de control que sentimos. Esto generalmente nos angustia.



MANERAS DE ENFRENTAR EL CAMBIO

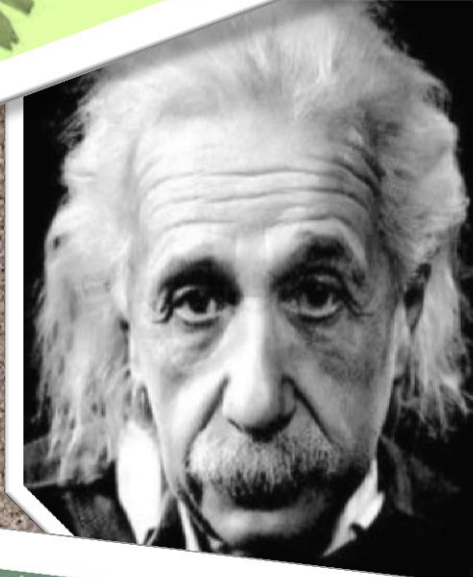
*Cuando nos sentimos seguros y capaces, vemos el cambio **como un reto o una motivación positiva.**

*Cuando nos sentimos incapaces o poco valiosos, el cambio **nos disgusta e incluso nos asusta.**

*Siempre podemos **aprender a enfrentarlo de manera positiva, aprendiendo de él y mejorando nuestra vida.**

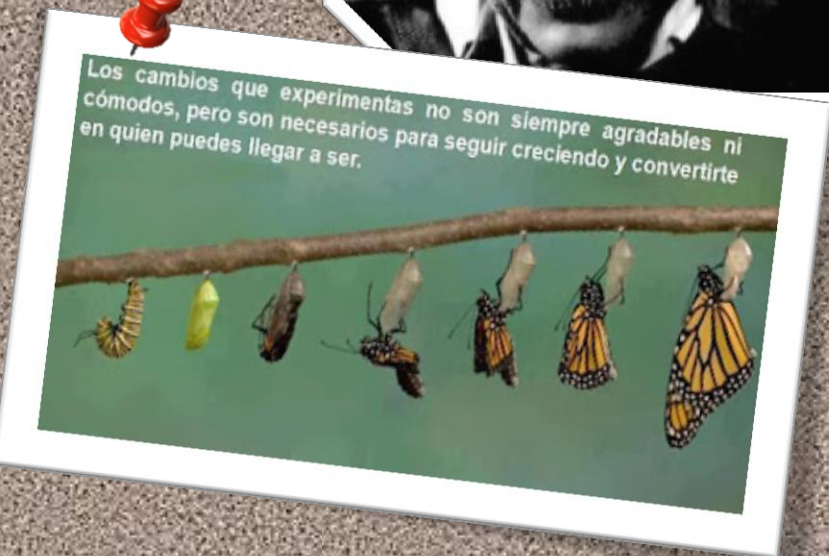
***Lo importante es no tenerle miedo y modificar las ideas y creencias falsas y nuestra forma de pensar equivocada, que han mantenido ese miedo.**





“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”

Albert Einstein



EL CAMBIO ORGANIZACIONAL ES:

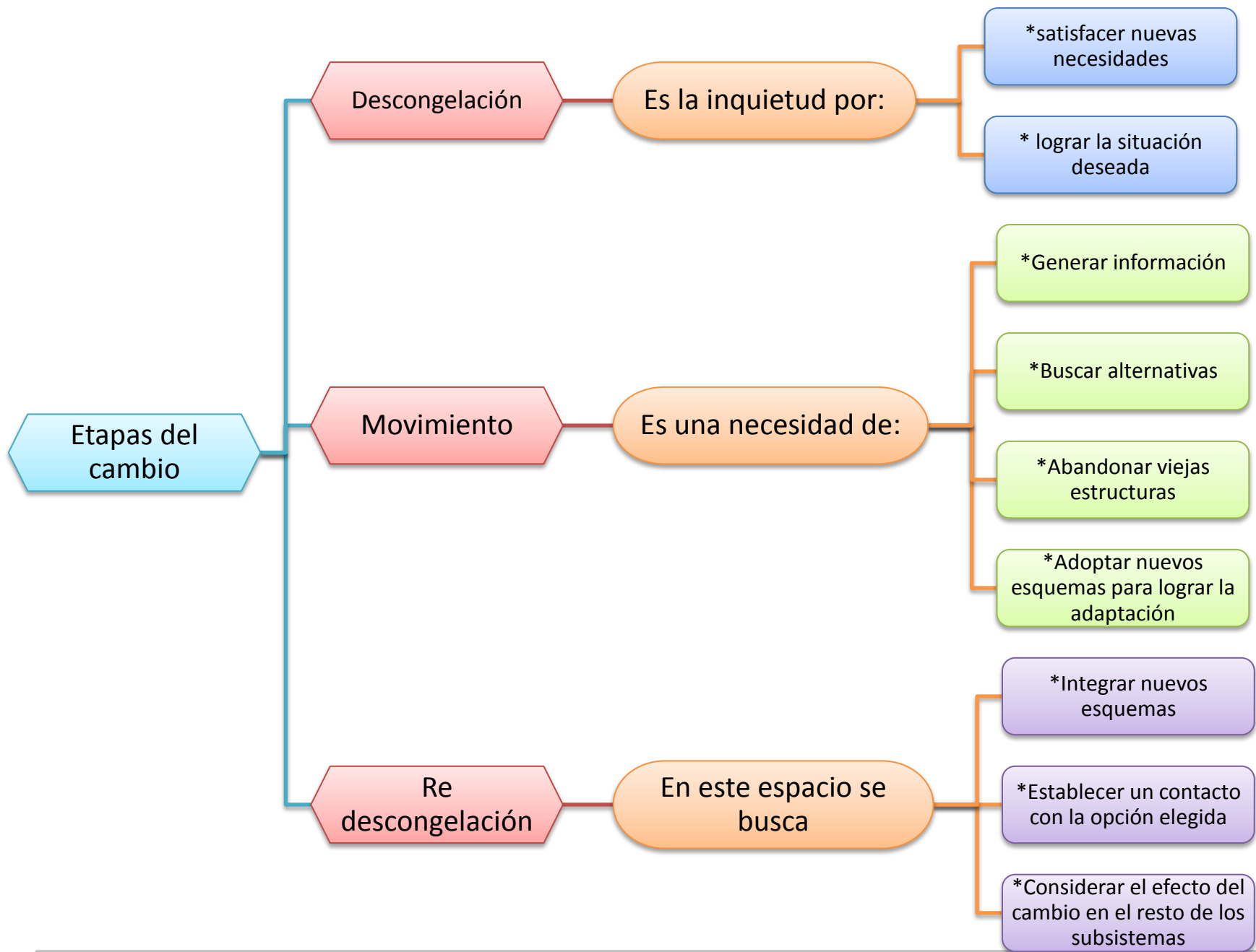
*La capacidad de adaptación de las organizaciones a las diferentes transformaciones que sufra el medio ambiente interno o externo, mediante el aprendizaje.

*El *conjunto de variaciones de orden estructural que sufren las organizaciones y que se traducen en un nuevo comportamiento organizacional.*

El CAMBIO es un proceso que implica la *unión de todos los procesos y actividades que se utilizan para ayudar a una organización a adaptarse o adoptar nuevas actitudes, tecnologías, ambiente, estructura y personal.*



Es importante que para que se lleve a cabo el cambio en una empresa haya un compromiso por parte de la administración y de los empleados.



LOS CAMBIOS SE ORIGINAN POR LA INTERACCIÓN DE FUERZAS, ÉSTAS SE CLASIFICAN EN:

Internas:

Son aquellas que provienen de dentro de la organización, surgen del análisis del comportamiento organizacional y se presentan como alternativas de solución, representando condiciones de equilibrio, creando la necesidad de cambio de orden estructural;

Ejemplo: las adecuaciones tecnológicas, cambio de estrategias metodológicas, cambios de directivas, etc.

Externas:

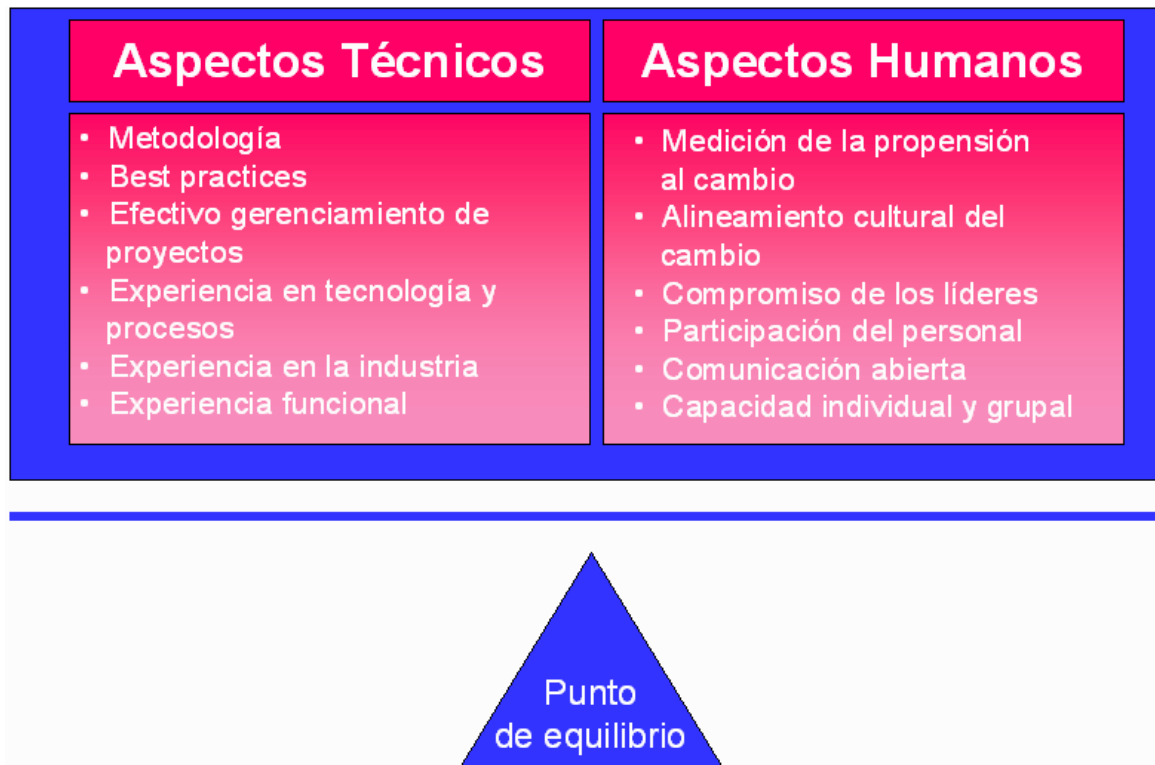
Son aquellas que provienen de afuera de la organización, creando la necesidad de cambios de orden interno, son muestras de esta fuerza.

Ejemplo: Los decretos gubernamentales, las normas de calidad, limitaciones en el ambiente tanto físico como económico.

LAS FUERZAS EXTERNAS E INTERNAS PARA EL CAMBIO



Para tratar cualquier proceso de cambio, es necesario manejar muy integradamente aspectos técnicos y aspectos humanos, ya que sin la capacidad para tratar los aspectos humanos, el proceso de aceptación y adopción del cambio resulta mucho más dificultoso. En el gráfico siguiente presentamos una selección de temas que pueden formar parte de un enfoque de trabajo integrado:



VA CONSULTORES, S.C.



CAPÍTULO 3.4

PLAN DE VIDA Y CARRERA PERSONAL

PLAN DE VIDA Y CARRERA PERSONAL

Tener un **plan de vida y carrera** es fundamental porque **denota el liderazgo de la persona y su voluntad de hacer que las cosas sucedan**. El **inicio de la vida profesional implica una serie de acontecimientos trascendentes**: nuevas responsabilidades, viajes, cambio de residencia, independencia económica de los padres, matrimonio, etc.

Sucedan tantas cosas importantes que es necesario **invertir tiempo en planear la vida**. Esto implica **reflexionar, definir y poner por escrito las metas personales en una visión de corto a mediano plazo**, para las áreas: **familiar, laboral, espiritual y salud**.

En este propósito, existen dos facetas: la primera supone **inventar y construir el futuro en la imaginación del individuo**, y la segunda **hacerlo realidad a través de metas específicas y un plan de acción concreto**.

Elementos a considerar al momento de elaborar tu plan de vida:

- ✓ **Define tu misión personal**
- ✓ **Determina la visión de tu vida a través del tiempo**
- ✓ **Identifica tus valores o virtudes**
- ✓ **Reconoce tus fortalezas y limitaciones**
- ✓ **Establece metas o compromisos**
- ✓ **Acciones para obtener tus metas**



LA MISIÓN

Las **personas para poder planear su desarrollo requieren de definir su misión y su visión individuales**, que le dan fundamento y sentido a su existencia.

La **misión** constituye la **razón de existir de una persona, una familia un equipo de trabajo, una empresa, una organización, y en general de toda una sociedad.**

Sin definir una misión el **esfuerzo realizado y las actitudes desempeñadas carecen de valor**, por que carecen de una razón para llevarse a cabo.

La **misión** parte del **conocimiento que tiene la persona de si misma y de lo que se es capaz de realizar y de alcanzar** y esto es lo que permite dar un sentido de desarrollo dirección a la existencia.

Escriba cual es su misión actual:

LA VISIÓN

La **visión es la representación** de cómo se **cree deba ser el futuro para la persona**.

Es una **consecuencia de los valores, convicciones y pretensiones** de las personas y de los equipos de trabajo. El que se **cuente con una visión, no significa necesariamente que se tenga una actitud y desempeño visionario**.

La visión puede considerar períodos de **corto, medio y largo plazo de la realidad que se desea alcanzar progresivamente** y deben considerar una previsión integradora de las acciones y objetivos a cumplir.

Debe ser:

- Ser creíble, consistente y significar un reto de superación y avance.
- Ser congruente con el sistema de valores de la persona.
- Ser flexible, creativa y aportativa.
- Expresar una dinámica creciente de desarrollo personal.

Escriba cual es su visión a los tres años de terminar su carrera profesional:

OBJETIVOS Y PROPÓSITOS A LOGRAR

Determine que objetivos y propósitos, deben alcanzar o lograr para cumplir con su visión. Defina las metas, acciones, cambios y resultados que debe llevar a cabo tanto simultánea como progresivamente y establezca los plazos para efectuarlos.

- ▶ ***Inmediato***: En el año en curso.
- ▶ ***Corto plazo***: Normalmente uno a dos años.
- ▶ ***Mediano plazo***: De tres a cinco años.
- ▶ ***Largo plazo***: De cinco a diez años y más de diez.

No determine demasiados objetivos, propósitos, acciones o metas. Decida cuáles realmente son significativos para usted porque representan una superación real y lo acercan a su realización personal.

Para cada objetivo o propósito, y sus acciones, metas, resultados, etc., elabore un pequeño programa que establezca al detalle posible como lograrlo, y que recursos y tiempos utilizar específicamente.

EJEMPLOS DE OBJETIVOS / METAS / ACCIONES / PROPOSITOS PARA INTEGRAR AL FORMATO DE PLAN DE VIDA Y CARRERA DE MANERA PROGRAMADA EN FECHAS, PLAZOS Y RESULTADOS Y LOGROS.

CLAVE	OBJETIVOS / METAS / ACCIONES / PROPOSITOS	AÑO	2010		2011		2012		2013		2014			
			SEM.	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°		
1.0	LOGRAR UN PROMEDIO GENERAL DE LA CARRERA MÍNIMO DE 8.5	SEM.												
1.1	OBTENER UN PROMEDIO GENERAL MINIMO EN LA CARRERA DE 8.5	ME-TAS	8.0	8.5/8.3	8.5/83	9.0/85	9.0/8.6	9.0/8.7	9.0/8.7	9.0/8.8	9.0/8.8	9.0/8.8		
		LO-GRO	7.8	8.5/82	8.7/8.3	9.1/8.5								

CLAVE	OBJETIVOS / METAS / ACCIONES / PROPOSITOS	AÑO	2010		2011		2012		2013		2014			
			SEM.	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°		
2.0	HABLAR Y ESCRIBIR INGLÉS AL 100%	SEM.												
2.1	INSCRIBIRSE, CURSAR Y PRESENTAR Y APROBAR EL EXAMEN AL MENOS CON UN 9.0 DE PROMEDIO.	ME-TAS						✓	✓	✓	✓	100%		
		LO-GRO												

CLAVE	OBJETIVOS / METAS / ACCIONES / PROPOSITOS	AÑO	2010.													
			MES	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11		
3.0	REALIZAR UN CURSO INTENSIVO DE INGLES EN CANADA	MES														
3.1	AHORRAR UN MÍNIMO DE \$ 70 DLS.,MENSUALES HASTA TOTALIZAR 840 dls. COMO BASE DE RESPALDO ECONOMICO	ME-TAS	70 dls	70/140	70/210	70/280	70/350	70/420	70/490	70/560	70/630	70/700	70/770	70/840		
		LO-GRO	70 Dls	75/145	60/205											
3.2	SOLICITAR INFORMACIÓN, ANALIZAR Y SELECCIONAR LA INSTITUCIÓN DONDE ESTUDIAR. TRAMITAR LA INSCRIPCIÓN	ME-TAS			✓	✓	✓	✓	✓	✓						
		LO-GRO														
3.3	GESTIONAR Y OBTENER BECAS ESCOLARES Y DE APOYO EN VIATICOS Y TANSPORTE.	ME-TAS					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
		LO-GRO														

CLAVE	OBJETIVOS / METAS / ACCIONES / PROPOSITOS	AÑO	DE 2011 A 2016					
			2011	2012	2013	2014	2015	2016
4.0	INDEPENDIZARME Y FORMAR UNA EMPRESA PROPIA							
4.1	CONTRATARME Y TRABAJAR EN UNA EMPRESA RELACIONADA CON LA BIOTECNOLOGIA APLICADA, INICIALMENTE EN UN PUESTO OPERATIVO	ME-TAS	ENERO	✓				
		LO-GRO						
4.2	ASCENDER Y OCUPAR UN PUESTO DE JEFATURA DE LABORATORIO DE ANALISIS	ME-TAS			ENERO	✓	✓	
		LO-GRO						
4.3	AHORRAR E INVERTIR A PLAZO MEDIO UN PROMEDIO ANUAL MAYOR A \$ 20,000 HASTA TOTALIZAR UN MÍNIMO DE \$ 110,000.00	ME-TAS	\$ 20,000	\$ 20,000/ \$ 40,000	\$ 25,000/ \$ 65,000	\$ 25,000/ \$ 80,000	\$ 30,000/ \$ 110,000	
		LO-GRO						
4.4	ESTUDIAR EN LÍNEA UNA ESPECIALIZACIÓN EN BIOTECNOLOGÍA APLICADA.	ME-TAS				✓	✓	
		LO-GRO						
4.5	PLANEAR EL INICIO DE LA EMPRESA PROPIA. REALIZAR LAS ESCRITURAS, ALTA FISCAL, SELECCIONAR PERSONAL, RENTAR Y EQUIPAR LAS INSTALACIONES.	ME-TAS					SEPTIEMBRE A DICIEMBRE	
		LO-GRO						
4.6	APERTURA E INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA	ME-TAS						ENERO
		LO-GRO						

COMENTARIOS:	

VA CONSULTORES, S.C.



CAPÍTULO 3.5

DESARROLLO PROFESIONAL

DESARROLLO PROFESIONAL

El ***desarrollo profesional*** es fruto de la planeación de la carrera y comprende los ***aspectos que una persona enriquece o mejora con vista a lograr objetivos dentro de la organización.*** Se puede dar mediante esfuerzos individuales o por el apoyo de la empresa donde se labora.



DESARROLLO

- Evolución
- Crecimiento y mejora cualitativa

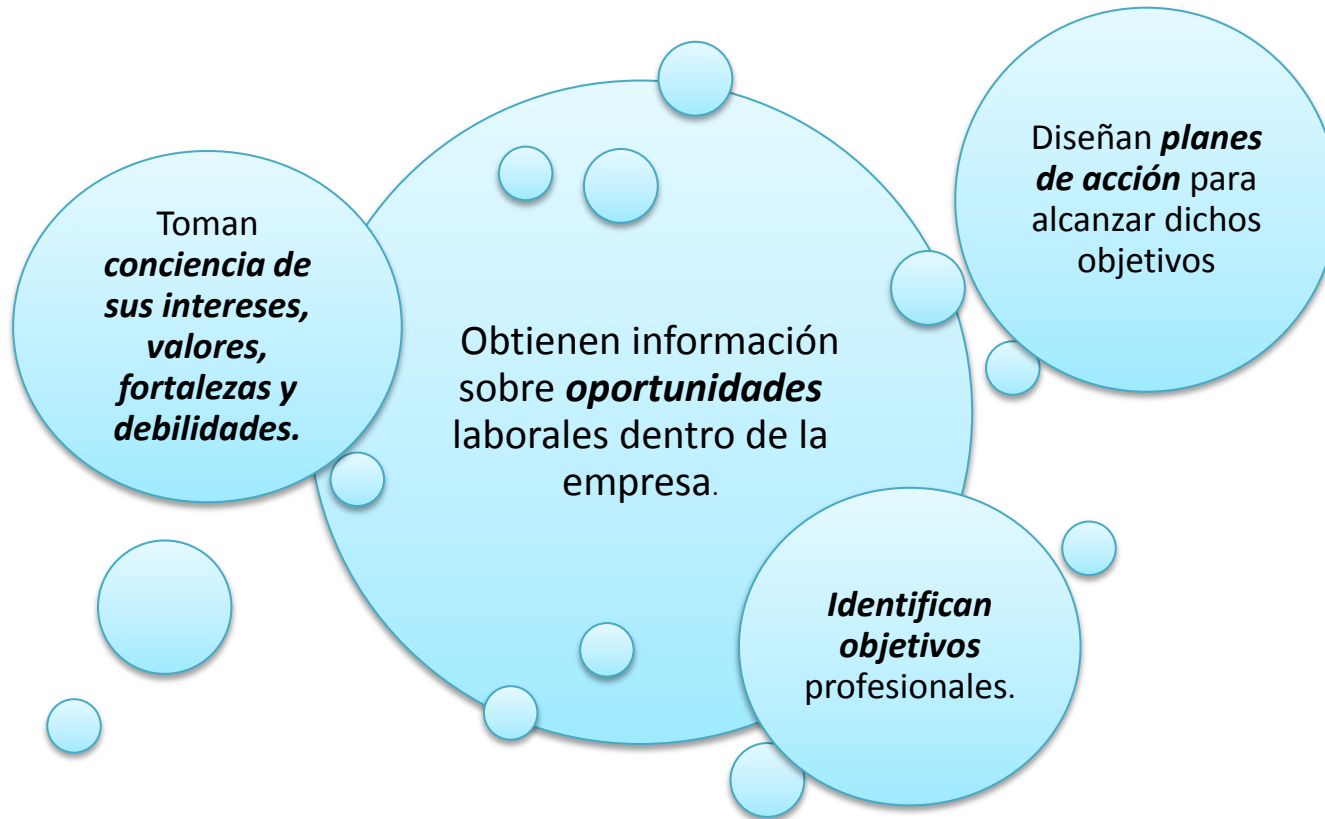
PROFESIONAL

- Persona que ejerce una actividad de la cual vive



El desarrollo profesional es el ***proceso por el que las personas progresan a través de una serie de etapas caracterizadas por distintas tareas de desarrollo, actividades y relaciones.***

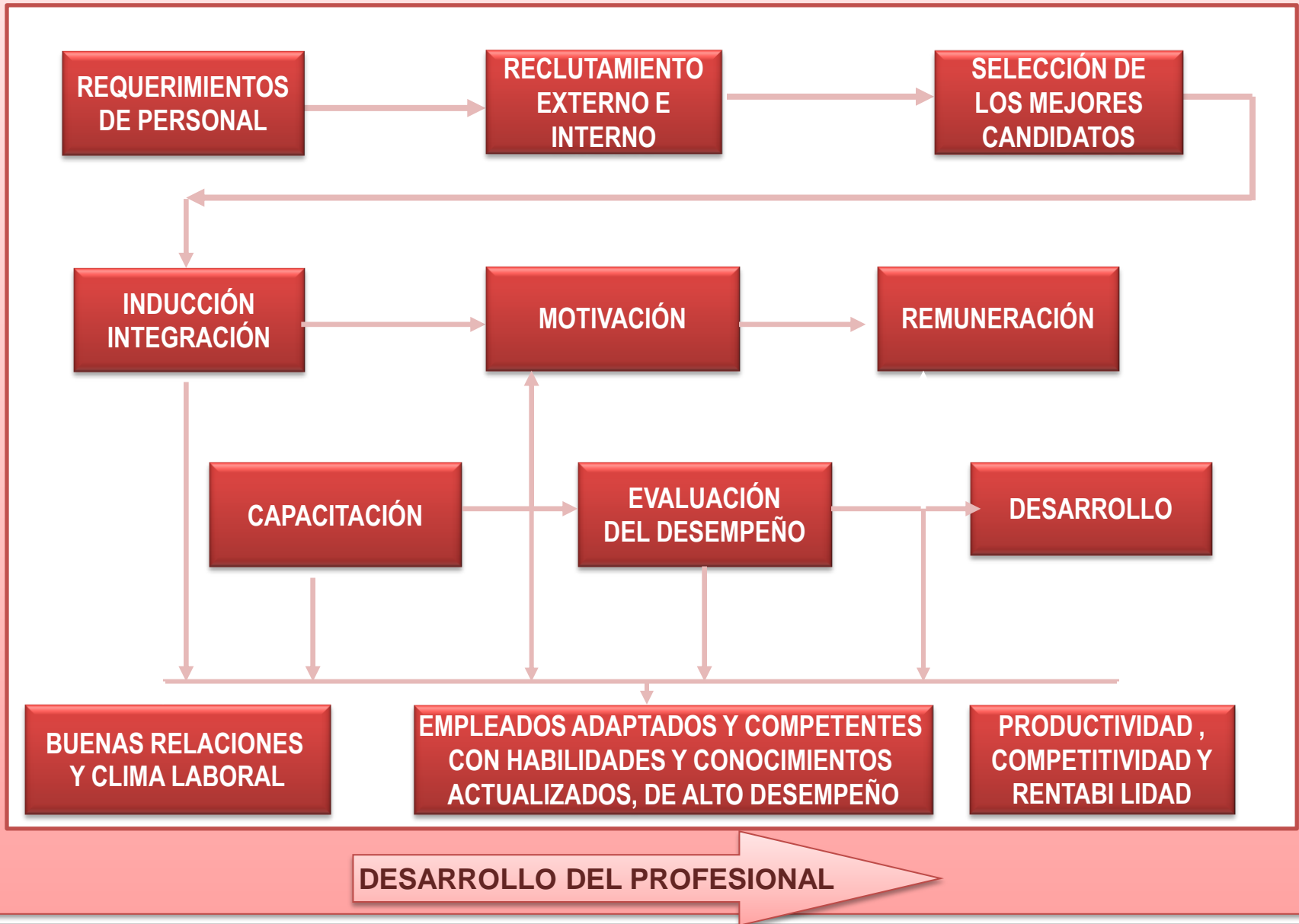
La **planificación del desarrollo profesional** es el proceso por el que las personas:



Triunfar en una carrera profesional es el resultado de una mezcla de **esfuerzo, perseverancia y experiencia, entre otras cualidades.**

Para estar resuelto a **triunfar y tener resultados exitosos**, además de alimentar esa actitud de progreso; **es necesario mantenerse alerta en el aquí y ahora, identificar estrategias y oportunidades para avanzar.**

PROCESO DE DESARROLLO PROFESIONAL EN LAS ORGANIZACIONES



DESARROLLO PROFESIONAL INDIVIDUAL

Se inicia en cada persona por su disposición a lograr metas y por la aceptación de responsabilidades que ello conlleva.

Pueden emprenderse varios pasos, considerando posibles resultados:

Obtención de mejores niveles de desempeño: Es la forma más segura de lograr promociones y reconocimiento en el trabajo.

Oportunidades de progreso: La experiencia en nuevos puestos y la obtención de nuevos conocimientos y habilidades constituyen vehículos para el crecimiento personal.



Relación más estrecha con quienes toman decisiones: Al ser mejor conocidos por la personas que efectúa promociones y transferencia, aumentan sus posibilidades de desarrollo.



Renuncias: cuando el empleado considera que existen mejores oportunidades en otra organización posiblemente se vea obligado a renunciar, algunos cambian de compañía como parte de una estrategia consistente.



OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL

Falta de tiempo

Administrar el tiempo efectivamente es una cuestión de saber identificar las prioridades basados en las metas.

Falta de dinero

Puede privar de ciertas opciones. Desarrollar la creatividad para acceder a recursos no tradicionales es una necesidad en tiempos económicos difíciles.

Falta de apoyo

Pedir a otras personas apoyo en nuestros planes implica capacidad para pedir en forma efectiva.

Pereza

El problema es que la motivación no es lo suficientemente grande como para que en el momento de tomar la decisión se elija no hacer algo que nos permita alcanzar nuestra meta.



Tu misión profesional

Es necesario que tengas claro *quién eres, qué haces y por qué lo haces*; pero sobre todo cuál es aquella *cualidad que te diferencia de los demás*.

Redacta un párrafo que defina aquellas interrogantes.

Ejemplo:

“Soy José Martínez, especialista en comunicación organizacional. Tengo un alto sentido de responsabilidad. Diagnostico, diseño, produzco y evalúo planes de comunicación para mejorar la productividad de las instituciones.”

¿QUIÉN
SOY?



Si te conoces a ti mismo, tienes mayores probabilidades de triunfar.

EL TRABAJO IDEAL

Es aquél que vaya de acuerdo con ***tres aspectos fundamentales***:

- ✓ ***Personalidad***, en este rubro entran rasgos de carácter, fortalezas, debilidades, conocimientos y competencias profesionales;
- ✓ ***Visión***, lo que se quiere lograr en un futuro, sus expectativas;
- ✓ Las ***necesidades de la institución*** donde se desea laborar;



Estos aspectos deben estar en armonía. Se debe tomar en cuenta a la hora de buscar trabajo, pues de esta armonía depende el buen desempeño profesional.

Si ya tienes bien definido quién eres, qué es lo que eres capaz de hacer y a dónde quieres llegar, sólo te resta pensar en un puesto que pueda cumplir con tus expectativas e identificar aquellas instituciones en las que te interese laborar y en las que tengas algo que aportar.

EMPRENDER

El emprender una acción productiva es una cultura que involucra una ***manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza***, a través del ***aprovechamiento de oportunidades***, del desarrollo de una ***visión global***, de un ***liderazgo equilibrado*** y de la gestión de un ***riesgo calculado***, cuyo resultado es la ***creación de valor*** que beneficia a los emprendedores, la empresa, la sociedad y la economía en su conjunto.



¿Por qué emprender?

Las **oportunidades laborales son muy escasas** frente a su amplia demanda. Los altos niveles de desempleo registrados en los últimos años han permitido vislumbrar **nuevas alternativas para la generación de empleo**, entre ellas se destaca el **apoyo al fomento de la cultura de emprender** orientada a propiciar un ambiente favorable hacia la creación de empresas.

En varios países del mundo el emprender ha contribuido de manera decidida a **superar el estancamiento de la economía** y confrontar de manera estructural el problema de desempleo.

Estados Unidos es el país que tiene más incubadoras de empresas en el mundo con 1,000, y el factor de éxito más alto. De cada 1,000 empresas incubadas, el 60% sobrevive y se convierte en empresas exitosas.

VENTAJAS DEL EMPRENDER

- Posibilidad de proyectar **objetivos y logros**.
- **Independencia** económica y **libertad** de horarios.
- **Aprovechamiento** de los frutos de tu esfuerzo y sacrificio.
- Posibilidad de disfrutar los **logros obtenidos**.
- Posibilidad de generar tus **propios ingresos**.
- Posibilidad de mayor y más rápido **crecimiento económico personal**.
- Posibilidad de trabajar y **hacer las cosas a tu manera**.
- Posibilidad de trabajar como y **donde te gusta**.
- Posibilidad de **dejar una herencia (empresa)** a tu descendencia.
- Posibilidad de **planificar tus descansos** (vacaciones, tiempo libre, etc.) de acuerdo a tus necesidades.
- Desarrollo y crecimiento personal de acuerdo a tus **necesidades y sueños**.



El ser emprendedor empieza con un sueño

Soñar es la primera de una serie de motivaciones que conducen a ser emprendedor;

- soñar con la **independencia**,
- soñar que se dispone de **muchos recursos**,
- soñar con **ser exitoso** y **construir grandes proyectos** que trasciendan al mundo.

Soñar es el primer síntoma de la persona que puede llegar con mayor facilidad al éxito empresarial.

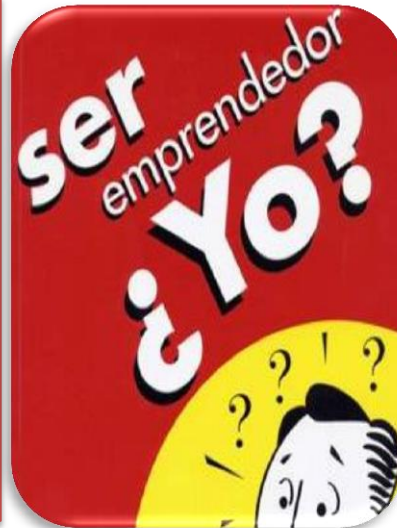
Pero ¿qué es el ser emprendedor?

Se podría definir como la **iniciativa** de un individuo para **desarrollar un modelo de negocios o una idea** en particular que **genere ingresos**, es decir la concentración de esfuerzos para crear una empresa.

El emprendedor es una persona que **organiza y dirige** un negocio, **asumiendo los riesgos** con la esperanza de **lograr utilidades**. Para poder dirigir su propio negocio debe considerar sus **características personales** para impulsar un proyecto.

¿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.



CARACTERÍSTICAS PERSONALES QUE DEBE POSEER EL EMPRENDEDOR

- *Perseverante*
- *Seguro de sí mismo*
- *Decidido a asumir riesgos*
- *Optimista*
- *Adaptable*
- *Tomador de Decisiones*
- *Creativo*
- *Entusiasta*
- *Disciplinado*
- *Innovador*
- *Responsable*
- *Independiente*



5 CONSEJOS PARA EMPRENDEDORES

1. Los **mentores** son particularmente efectivos para jóvenes emprendedores **sin experiencia**, que necesitan de **guía y consejos**. Ellos pueden ayudarte a desarrollar una mejor comprensión acerca de los **riesgos y retos** a los que puedes enfrentarte.
2. No temas a darle un giro radical a tu negocio. Los más exitosos emprendedores jóvenes son los que buscan lo **inusual y romper esquemas**.
3. Recuerda que no puedes romper reglas. Sólo porque eres un emprendedor joven, no te exenta de **registrar tu negocio, pagar impuestos y llevar todo en regla**.
4. Si eres estudiante, no olvides que tienes una gran cantidad de **recursos** a tu disposición. Puedes usar las bibliotecas para tener mucho **más conocimiento** y ventaja.
5. Es importante que te mantengas seguro de **tus propias habilidades**, a pesar de los **obstáculos** que llegues a encarar. Jóvenes emprendedores pueden perder la confianza y darse por vencidos si no tienen el apoyo suficiente.



Tanto si piensas que puedes, como si piensas que no puedes, estás en lo cierto."

Henry Ford

La idea de negocio

Una idea de negocio se genera cuando una persona relaciona su **capacidad imaginativa y creativa** a una **perspectiva de negocio**. De esta manera empieza a asociar su idea a **recursos, mercados, contactos, tecnologías**, etc., con la firme intencionalidad de materializar un **negocio productivo**.



La oportunidad de negocio

Es la generación de **una idea de negocio** a partir de la observación de las **necesidades de los potenciales** clientes, mediante la identificación de **ventajas competitivas, nichos de mercados especiales**, el reconocimiento de un **momento oportuno** y de la forma apropiada, la visualización de los recursos físicos y materiales necesarios y el impulso del emprendedor, que hagan realidad esa oportunidad que se presenta.

Reglas para buscar ideas de negocio

- ✓ Libere su **imaginación**.
- ✓ Busque **muchas ideas**.
- ✓ Busque **ideas novedosas**.
- ✓ **Analice** las ideas.
- ✓ La idea debe ser **oportuna**, que surja y se **mantenga**.
- ✓ Las ideas del bien o servicio deben concebirse como una **propuesta de valor** para satisfacer en mayor medida las **necesidades** de los clientes.
- ✓ **Defina** claramente **los bienes y/o servicios** a ofrecer **imaginando sus características y atributos**.
- ✓ Identifique los **segmentos de mercado** que pretende atender.
- ✓ Relacione su **formación y experiencia** con las ideas de negocio.



¿Cómo buscar ideas de negocio?

En el escenario de una economía de mercado **existen varias fuentes de ideas para nuevos negocios**. Las más frecuentes son:

1. La identificación de **necesidades o demanda** de los consumidores **no satisfechos**.
2. La **invención o innovación** de un bien o servicio.
3. La existencia de **mercados globales**.
4. Creación de un **nuevo negocio** no es sinónimo de la creación de un nuevo bien o servicio.
5. **Experiencias y conocimientos** que han adquirido previamente los emprendedores.



Pasos para la búsqueda de Ideas de Negocio

Paso 1: Vislumbrar oportunidades

Observe el entorno.

Conozca las necesidades de la población.

Conozca las tendencias nacionales y mundiales

Pida opiniones a personas informadas.

Identifique ideas foráneas exitosas.

Visite organismos de promoción empresarial.

Visite oficinas de registro mercantil y de patentes.

Observe las normas legales existentes.

Elabore una lista de posibles problemas o necesidades.

Paso 2: Conozca sus fortalezas y debilidades personales

Evalúe su capacitación y experiencia, identifique sus puntos fuertes.

Defina que tipo de trabajo quiere.

¿Cuánto necesita o quiere ganar?

Mantenga su enfoque, no olvide que la experiencia significa una ventaja comparativa.

¿Carece de habilidades?...piense en dónde y cómo conseguirlas.

Paso 3: Inicie el desarrollo de su idea de negocio

Seleccione, de la lista, las necesidades o carencias más urgentes de resolver.

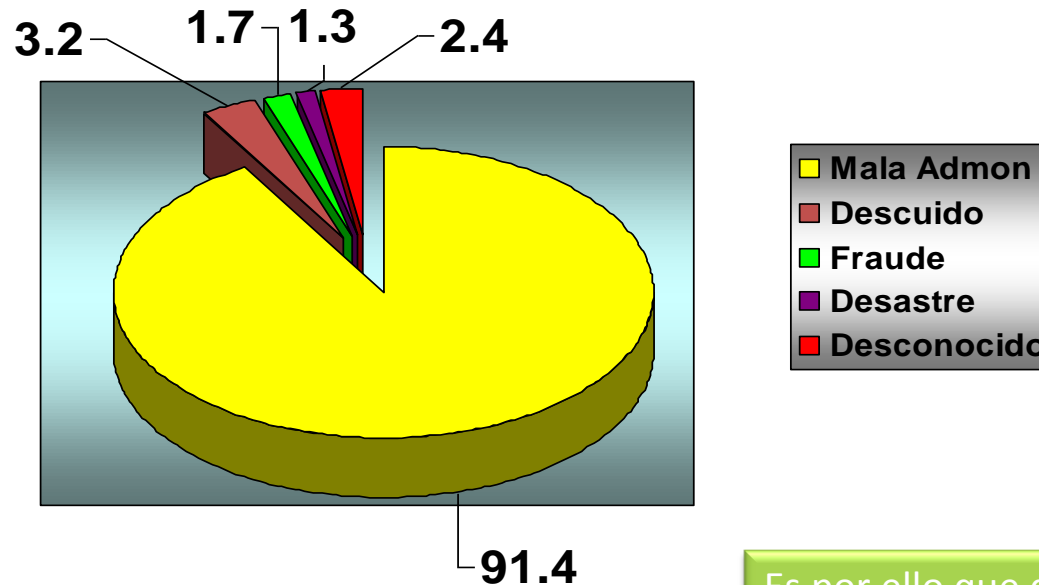
Califique las ideas seleccionadas, a la luz del análisis personal, ¿cuáles podría asumir con más facilidad? Tenga en cuenta criterios de impacto y la facilidad de su implementación.

Identifique los productos o servicios que llevarían solución a los problemas o necesidades calificadas.

Seleccione la opción que crea más conveniente.

Lea y conozca todo lo que pueda del negocio.

CAUSAS DE FRACASO DE LAS EMPRESAS



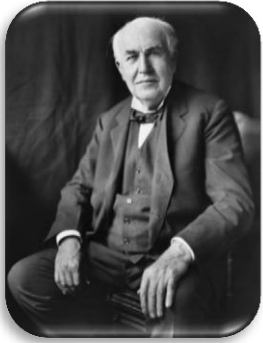
Mala Administración:

Falta de Experiencia	28.3%
Experiencia sin equilibrio	18.9%
Incompetencia	44.2%
Total	91.4%

Es por ello que debes:

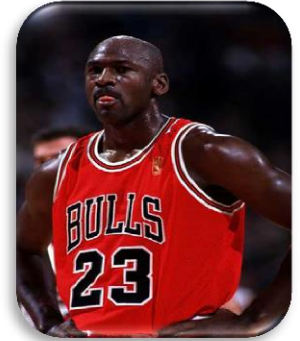
- ✓ Educarte en lo relacionado con los negocios.
- ✓ Empezar temprano para obtener experiencia.
- ✓ Reinvertir tus ganancias (retrasar la gratificación).

Fuente: Dun & Bradstreet



“Yo nunca perfeccioné un invento que no pensara en términos del servicio que pudiera dar a otros . . . yo investigo qué necesita el mundo, luego procedo a inventar”.

THOMAS A. EDISON



“Fallé una y otra y otra vez en mi vida, y esa es la razón por la que tuve éxito”.

MICHAEL JORDÁN



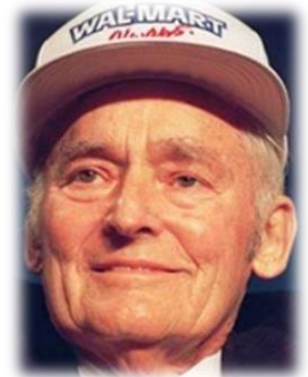
“Si lo sueñas puedes lograrlo”

WALT DISNEY

Vendrá un tiempo en el que grandes oportunidades se te presentarán y tienes que estar en posición para aprovecharlas”.

SAM WALTON

FUNDADOR DE WALMART

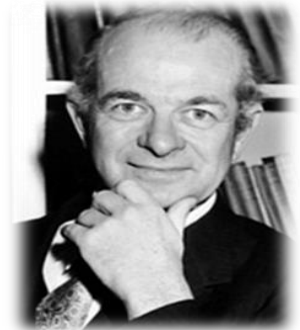


“Cualquier cosa que la mente puede concebir y creer, la puede alcanzar”.

NAPOLEÓN HILL

“La mejor manera de tener una buena idea es tener muchas ideas”

LINUS PAULING



VA CONSULTORES, S.C.

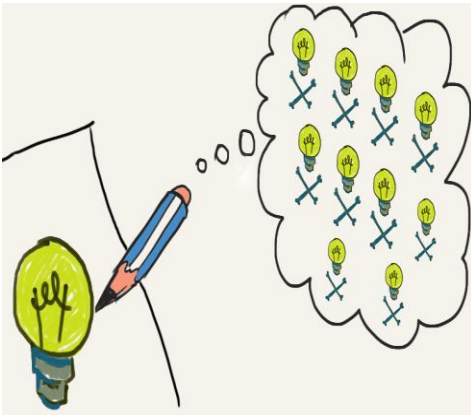


CAPITULO 3.6

DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES

IDEAS versus OPORTUNIDADES

- Una oportunidad *es una idea que puede transformarse en un negocio.*
- ¿Qué se requiere para que una idea se transforme en un negocio?
- Muchas ideas nunca serán un negocio.



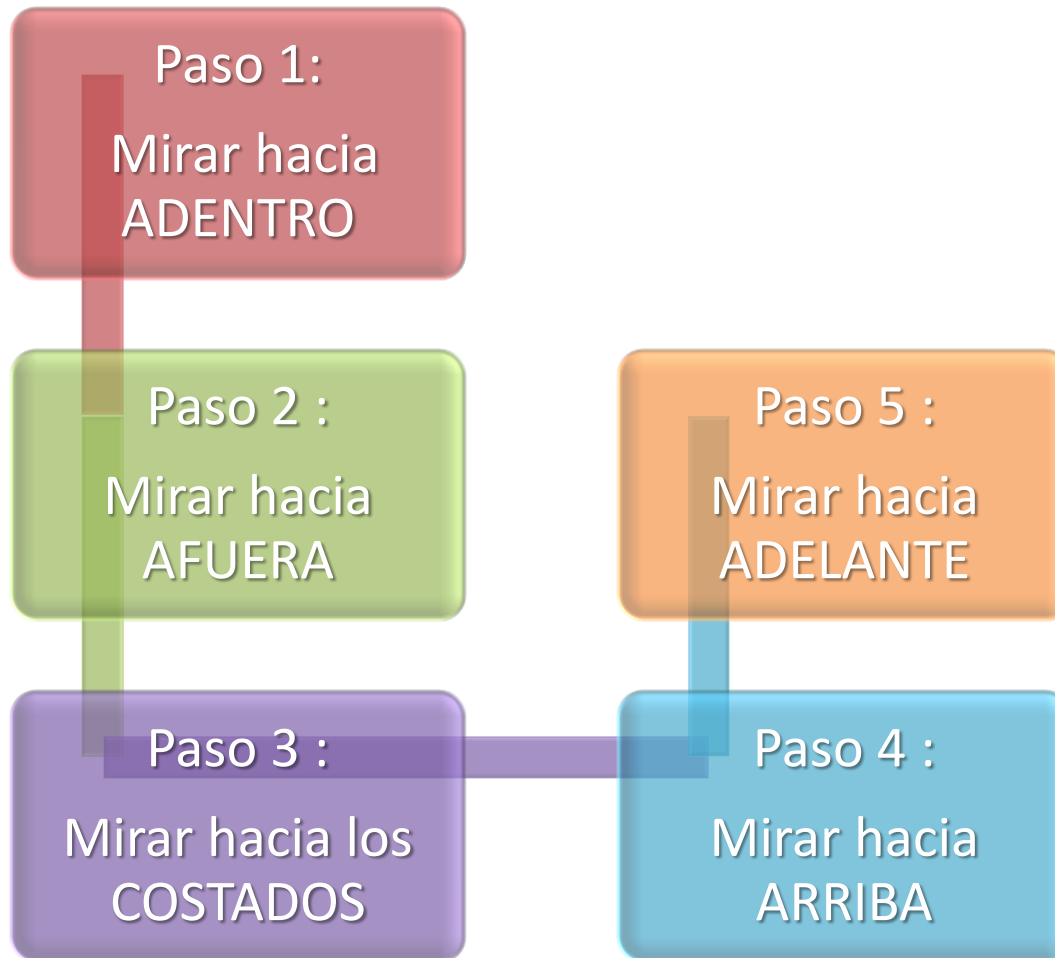
DETECCION DE OPORTUNIDADES

Necesidades, Gustos e Intereses Insatisfechos de los Clientes Potenciales.

- ❖ Muchas veces la Identificación de la Oportunidad la hacemos “instintivamente”.
- ❖ Desarrollar una Oportunidad implica prepararse.
- ❖ La Improvisación es mala consejera para los negocios.
- ❖ El 95% de los Emprendimientos fallan en la implementación de las IDEAS.



PASOS a seguir para IDENTIFICAR OPORTUNIDADES de NEGOCIOS



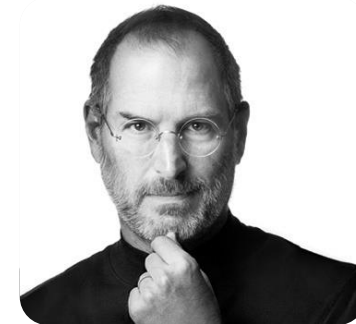
Paso 1 : Mirar hacia ADENTRO

Reflexionar acerca de nuestras propias cualidades, habilidades y limitaciones. Es decir, primero hay que identificar las áreas en las cuales sentimos que podemos tener una ventaja competitiva y luego definir claramente nuestras limitaciones.



Definir si tengo o soy

- ✓ Personalidad innovadora.
- ✓ Pensamiento Creativo.
- ✓ Iniciativa para encarar lo bueno y lo malo.
- ✓ Perseverante para lograr los objetivos.
- ✓ Capacidad para Planificar estrategias y actividades.
- ✓ Capacidad para detectar Oportunidades de Mercado.
- ✓ Aptitud para trabajar en equipo (cuando el emprendimiento es familiar o con otros socios o empleados).



Steve Jobs

Guía de Preguntas

- *¿Cuáles son mis principales habilidades y cualidades?**
- *¿En qué tipo de negocio mis habilidades pueden representar una ventaja?**
- *¿Cuáles son mis principales limitaciones?**
- *¿En qué tipo de negocio mis limitaciones pueden representar una desventaja?**
- *¿Qué es lo que me interesa? Qué deseo hacer o lograr?**
- *¿Qué podría hacer desde mi casa?**
- *¿Qué puedo hacer mejor que otros?**
- *¿Qué puedo hacer mejor que otros para incrementar la salud/belleza/bienestar?**

Paso 2 : Mirar hacia AFUERA

Este es el Paso CLAVE

Identificar en el mercado (comunidad, ciudad, provincia, país, etc.) aquello que los compradores necesitan, desean, les gusta o les interesa comprar, ya sea un producto o un servicio.

Para obtener información tenemos que tomar contacto real con el mercado, las personas y las situaciones particulares de cada lugar, agudizando la capacidad de observación y análisis de situaciones como éstas (**Fuentes de Ideas**).



FUENTES de IDEAS

- ✓ Reuniones con colegas de trabajo, familiares o amigos .
- ✓ Asistencia a eventos sociales, presentaciones de productos, demostraciones, cursos, conferencias, exposiciones, etc. (Contactos).
- ✓ Observación de los negocios existentes y lectura de revistas especializadas.
- ✓ Búsqueda de información sobre franquicias.
- ✓ Revisión de noticias relacionadas, artículos, concursos, medios especializados, programas de radio y tv orientados a la actividad, etc.



Guía de Preguntas

- ¿Qué bien o servicio necesito o deseo o me gusta o me interesa y no encuentro o es difícil adquirir?
- ¿Qué bien o servicio necesito o deseo o me gusta o me interesa y es escaso o lo que encuentro no me satisface? Listar las razones
- Otras preguntas orientadas a detectar las fallas de los posibles competidores.
- También se puede realizar una encuesta a otros consumidores (personas u organizaciones).

Paso 3 : Mirar hacia los COSTADOS

¿Con qué cuento?

Se analiza si estoy o no en condiciones de hacer algo para aprovechar las oportunidades detectadas, combinando cualidades y habilidades.

Para cada Oportunidad detectada deberé cuestionarme si cuento con la capacidad económica/financiera para iniciar el negocio y si cuento con los conocimientos y habilidades necesarios para hacer que este negocio que tengo/imagino se desarrolle exitosamente.



Paso 4 : Mirar hacia ARRIBA

Debemos preguntarnos si estamos dispuestos a realizar las acciones necesarias para aprovechar la oportunidad (a veces hay que sacrificar trabajo estable, tiempo con la familia, tiempo de ocio personal, etc.), es decir si estamos dispuestos a hacer lo indispensable, estar motivados y querer hacer lo correcto, lo que se debe hacer.

***Mirar hacia ARRIBA, implica saber si estamos dispuestos a hacer el esfuerzo necesario para subir y salir de donde estamos.**

***Para lograrlo, hay que estar MOTIVADO**



Paso 4. Mirar hacia ARRIBA. *Continuación...*

Para ser eficientes y lograr los objetivos, es indispensable:

SABER lo que se requiere para iniciar y desarrollar exitosamente un negocio.

PODER contar con las capacidades y habilidades necesarias para hacer lo que se debe hacer.

QUERER Tener la automotivación y placer por el trabajo que llevará aprovechar la oportunidad detectada.



Paso 5 : Mirar hacia ADELANTE

Listar y Filtrar

Listar todas las **OPORTUNIDADES detectadas** y describir para cada una :

Ventajas y Desventajas que cada alternativa ofrece en función de :

- ✓ Ganancias estimadas
- ✓ Costos estimados
- ✓ Tiempo requerido
- ✓ Comodidad
- ✓ Satisfacción personal
- ✓ Seguridad, etc.



VA CONSULTORES, S.C.



CAPÍTULO 3.7

ÉTICA PROFESIONAL

¿Qué es la Ética?

*Es la disciplina que trata de la valoración moral de los actos humanos y es el conjunto de principios y de normas morales que regulan la actividad humana.

**Ética del griego “ETHOS” y moral del latín “MOS, MORIES”, costumbre o modo de comportarse.*

ÉTICA PROFESIONAL

**Ciencia normativa que estudia los deberes y los derechos inherentes a quienes ejercen una profesión u oficio, una vez que han adquirido el conocimiento, las habilidades y competencias que le identifican como tal.*



*El **profesional** en todo el sentido de la palabra, es necesario que **posea un carácter que combine la libertad con la responsabilidad**. Este carácter debe estar **de acuerdo con la moral y comportamientos deseables para el bien común**.

Material de apoyo.- Ética profesional

<http://www.youtube.com/watch?v=5BnrQUsxRBI>

VALORES MORALES DE UN PROFESIONAL



- **Honor:** Calidad moral que nos obliga al cumplimiento de nuestros deberes.
- **Deber:** Todo aquello a que estamos obligados a hacer.
- **Responsabilidad:** Obligación moral de cumplir con nuestros cargos o tareas.
- **Lealtad:** Condición que nos obliga a ser fieles con nuestros semejantes, incapaz de traicionar a nadie.
- **Honradez:** Nos obliga a tener una conducta recta.
- **Pulcritud:** Esmero en el aseo personal y en el trabajo, delicadeza en el vestir y en el hablar.
- **Paz:** Demostración de tranquilidad, armonía, reconciliación y serenidad.

Material de apoyo.- Ética profesional USB

<http://www.youtube.com/watch?v=MyVk1U6go40>

NECESIDAD DE LA ÉTICA

Todo trabajador tiene o debe desarrollar una ética profesional que defina la lealtad que le debe a su trabajo, profesión, empresa y compañeros de labor. La ética de una profesión es un conjunto de normas, en términos de los cuales definimos como buenas o malas su práctica y relaciones profesionales .

El bien se refiere a que la profesión constituye una comunidad dirigida al logro de una cierta finalidad: la prestación de un servicio para lo cual existen varias condiciones o imperativos éticos profesionales:

Competencia

Exige que la persona tenga los conocimientos, destrezas y actitudes requeridos para prestar un servicio.



SERVICIO AL CLIENTE

La actividad profesional sólo es buena en el sentido moral si se pone al servicio del cliente o usuario.



RESPONSABILIDAD SOCIAL

El profesional asume el compromiso de responder al cliente o usuario por el servicio que se le presta.

CONFIABILIDAD

En los códigos de ética se concentran los valores organizacionales, base en que todo trabajador deberá orientar su comportamiento, y se establecen normas o directrices para hacer cumplir los deberes de su profesión.

COMPROMISO PÚBLICO

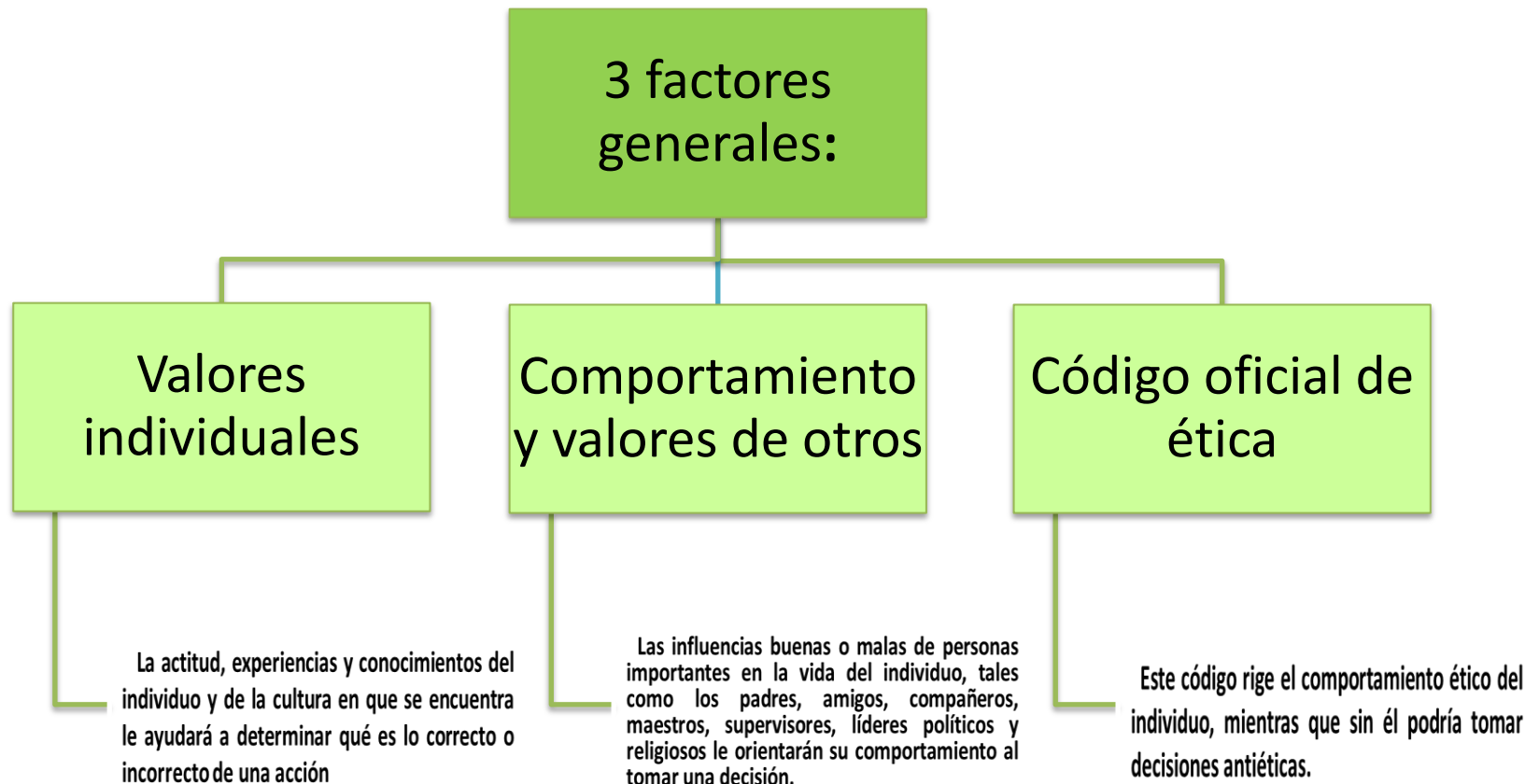
De observar las normas morales que los socios juzgan necesarias para el logro de un ejercicio profesional irreprochable.

SOLIDARIDAD

Las relaciones de respeto y colaboración que se establecen entre los miembros de la misma profesión, con el fin de ayudarse y evitar perjudicarse unos a otros.



Hay tres factores generales que influyen en el individuo al tomar decisiones éticas o antiéticas, los cuales son:



VA CONSULTORES, S.C.



CAPITULO 3.8

MERCADOTECNIA PERSONAL

IMAGEN PROFESIONAL

La búsqueda de empleo es como una venta y, como toda venta, requiere de una campaña agresiva de promoción.

Se trata de ***construir una imagen profesional que ayude a conseguir trabajo respetando la personalidad*** (conocimientos, habilidades y debilidades, motivaciones y experiencia).

Esto constituye una herramienta de preparación para tu búsqueda de trabajo.



¿QUÉ ES LA IMAGEN PERSONAL?

Es nuestra **carta de presentación**. Refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás.

Toda la gente con la que interactúas esta constantemente observando tu presencia y comportamiento, y se forma teorías sobre tu capacidad, carácter y compromiso, es decir, tu imagen personal, para proyectarla se requiere un esfuerzo constante y se aprende saliendo de la zona de confort personal.



MERCADOTECNIA PERSONAL

La mercadotecnia no se aplica únicamente a productos y servicios también se puede aplicar de forma individual a las personas, a esto se le llama mercadotecnia personal, para ello, se utilizará la base de la mercadotecnia.

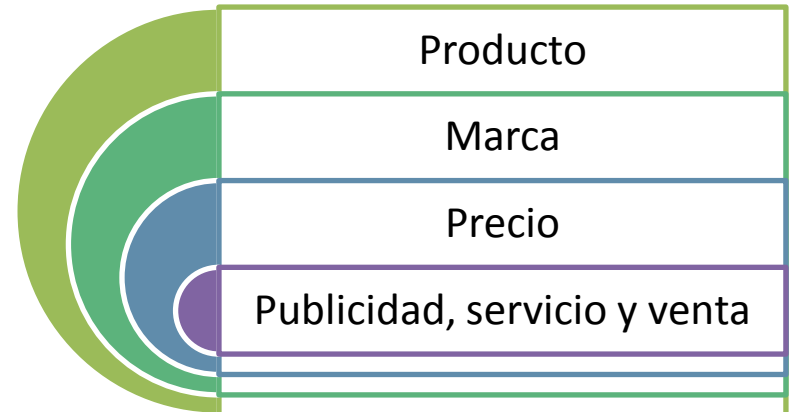
El concepto amplio de producto en mercadotecnia nos dice lo siguiente:

Material de apoyo.-Reputación y Marca Personal.

<http://www.youtube.com/watch?v=lbhcyq2ZN10>

Material de apoyo.-Mercadotecnia Personal

<http://www.youtube.com/watch?v=wgBzq3cz5PE>



Producto

Un individuo que busca trabajo es un “producto” que satisface necesidades a otras personas o empresas. Por lo tanto deberá analizar las necesidades del mercado laboral y diseñar estrategias comerciales como si fuera un producto.



Marca

Se debe **crear una buena imagen de marca**, no es algo que se logra en un par días, **esfuércese por tener siempre una imagen positiva, que cuando alguien piense en usted, piense de forma positiva o al menos en sus cualidades positivas más sobresalientes.**



Precio

Si lo piensa bien **un producto** no se trata de precio (lo que cuesta), **se trata de valor** (lo que percibimos que realmente significa), entonces no se venda caro o barato, aumente su valor para que el mundo esté dispuesto a pagar lo que sea por usted.



Publicidad y Servicio

Dar a conocer la esencia del producto (usted).

La forma más creativa y práctica de hacerlo es creando su propia marca. Descubriendo aquello que le hace sobresalir, tener una página web atractiva y ser el mejor en lo suyo.



Material de apoyo.-¿Qué es la marca personal?

<http://www.youtube.com/watch?v=cdKsDHsOm5g>

EL VENDEDOR PROFESIONAL

Los factores personales que le permitirán una mejor promoción de su profesión son:

- Un vendedor, antes de vender un producto debe venderse a sí mismo.
- Un vendedor tiene agresividad natural esto será canalizada hacia la satisfacer el ego del cliente.
- Un vendedor es hiperactivo.
- Un vendedor jamás pierde el dominio y el aplomo cuando vende.
- Un vendedor es un ser dialogante.
- Un vendedor es pulcro y viste apropiadamente.
- Un vendedor habla con corrección.
- Un vendedor se concentra en su cliente.
- Un vendedor es optimista.
- Un vendedor es perseverante.

VENDER MERCADOTECNIA PERSONAL ¿PARA QUE?

Es conocido, que en cuanto a ventas hay que saber venderle a un cliente, pero principalmente vender nuestra propia imagen como persona.

¿PARA QUE?

En los negocios y en la vida, la percepción es realidad y si no sabes manejar, moldear y controlar la imagen que refleja, alguien mas lo hará por ti. ***Debes tomar acciones para trabajar la administración y promoción de tu propia imagen ante tus clientes, compañeros y superiores y tener la seguridad en ti y de tus conocimientos.***





CAPÍTULO 3.9

CURRICULUM Y ENTREVISTA

EL CURRICULUM VITAE

El *Curriculum Vitae* es un **resumen o síntesis histórico de las principales características personales y profesionales del profesionalista**. Sirve de tarjeta de presentación y de información para que lo conozcan, por lo que antes de elaborarlo es imprescindible tener en cuenta algunos aspectos previos:

EL PROCESO DE AUTOANÁLISIS

Primero debemos conocer nuestras características de personalidad (actitudes, puntos fuertes y débiles, hábitos, logros, aptitudes, etc.), para poder ofrecer al mercado laboral las soluciones que esperan de nosotros.

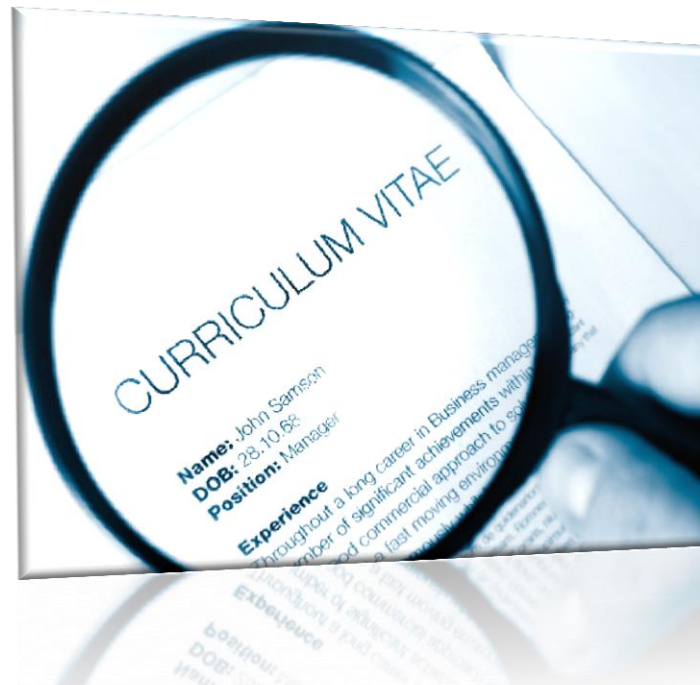


El **Curriculum Vitae** debe actualizarse en función del desarrollo profesional y personal del profesionalista, analizando y revisando las características personales y profesionales contenidas en él.

CÓMO HACER EL CURRICULUM VITAE

Un buen *Curriculum Vitae* debe contener todos los méritos que posee el candidato y que puedan ser relevantes para el puesto de trabajo al que se opta. Debemos resaltar dichos méritos, pero nunca debemos mentir o exagerarlos.

Además, deberán ser ordenados de forma coherente con una estructura similar a la siguiente:



ESTRUCTURA

¿QUÉ DEBE CONTENER EL CURRICULUM VITAE?

1. Encabezado

2. Datos Personales

3. Estudios

4. Formación complementaria (opcional).

5. Experiencia Profesional

6. Publicaciones (opcional).

7. Idiomas

8. Informática

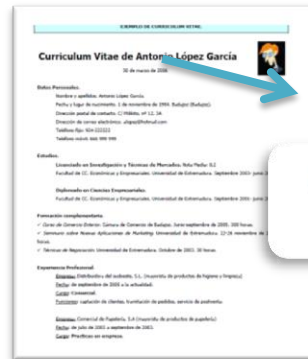
9. Otros datos de interés

ENCABEZADO

Se encabezará con un título como “Curriculum Vitae de” (nombre y apellidos de la persona)” o simplemente “Curriculum vitae”.

Deberá escribirse resaltando utilizando mayúsculas y negrita o un tipo de letra diferente al resto del texto. Así como la fecha de elaboración.

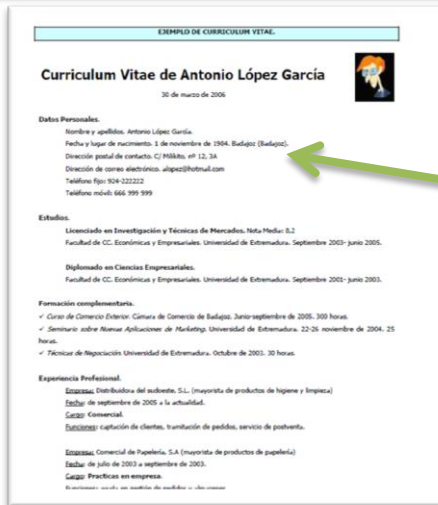
Es conveniente incorporar una fotografía actual tipo carné.



DATOS PERSONALES.

En este apartado **figurarán todos los datos identificativos:**

Nombre y apellidos, Fecha y lugar de nacimiento, Dirección postal de contacto, Dirección de correo electrónico, Teléfono(s) Y Estado civil (opcional).



ESTUDIOS

Se especifica los títulos que se tienen (o están cursando) y que sean relevantes para el puesto de trabajo al que se desea acceder. Si se tiene estudios universitarios, no será necesario indicar dónde se estudió la secundaria y la primaria. Se debe mencionar el centro donde se cursaron y las fechas de inicio y finalización. Por ejemplo:

Estudios.

Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercados. Nota Media: 8,2

Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Universidad de Extremadura. Septiembre 2003- junio 2005.

Diplomado en Ciencias Empresariales.

Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Universidad de Extremadura. Septiembre 2001- junio 2003.

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA (OPCIONAL)

Se podrá indicar esta información si se tienen méritos suficientes y son relevantes para el trabajo solicitado. Se indica el título del curso, la entidad que lo impartió, su duración y la fecha en que se realizó.

Formación complementaria, i.e.

- ✓ *Curso de Comercio Exterior.* Cámara de Comercio de Badajoz. Junio-septiembre de 2005. 300 horas.
- ✓ *Seminario sobre Nuevas Aplicaciones de Marketing.* Universidad de Extremadura. 22-26 noviembre de 2004. 25 horas.
- ✓ *Técnicas de Negociación.* Universidad de Extremadura. Octubre de 2003. 30 horas.

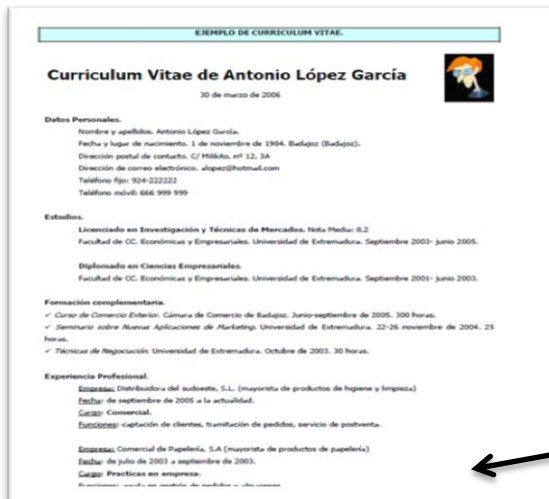


EXPERIENCIA PROFESIONAL

Se especificará el **nombre de la empresa, su sector, tiempo de permanencia, puesto ocupado y breve enumeración de funciones desempeñadas.**

Al redactar la experiencia profesional, se puede elegir entre tres alternativas:

- Orden cronológico.** Recoge los méritos ordenados de lo más antiguo a lo más actual.
- Orden cronológico inverso.** Recoge los méritos ordenados de lo más actual a lo más antiguo.
- Orden funcional.** No se sigue un criterio cronológico, sino que se agrupan los méritos en grupos según el tipo de trabajo o funciones desempeñadas.



Experiencia Profesional.

Empresa: Distribuidora del sudoeste, S.L. (mayorista de productos de higiene y limpieza)

Fecha: de septiembre de 2005 a la actualidad.

Cargo: **Comercial.**

Funciones: captación de clientes, tramitación de pedidos, servicio de postventa.

Empresa: Comercial de Papelería, S.A (mayorista de productos de papelería)

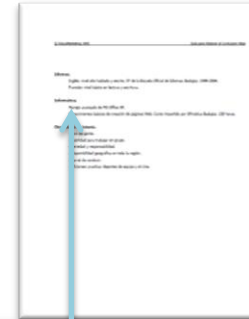
Fecha: de julio de 2003 a septiembre de 2003.

Cargo: **Practicas en empresa.**

Funciones: ayuda en gestión de pedidos y almacenes.

INFORMÁTICA

Se indican los conocimientos que se poseen, especificando si son relevantes, los principales programas que maneja. Si se posee un título o certificado que lo acredite.



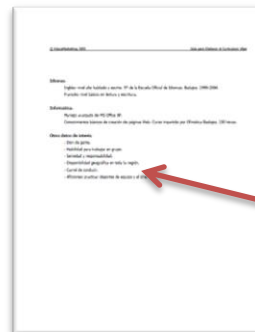
Informática.

Manejo avanzado de MS Office XP.

Conocimientos básicos de creación de páginas Web. Curso impartido por Ofimática Badajoz. 150 horas.

OTROS DATOS DE INTERÉS.

En esta sección se puede incluir una referencia de las capacidades y habilidades que se poseen y que pueden ser relevantes para el trabajo solicitado.



Otros datos de interés.

- Don de gente.
- Habilidad para trabajar en grupo.
- Seriedad y responsabilidad.
- Disponibilidad geográfica en toda la región.
- Carné de conducir.
- Aficiones: practicar deportes de equipo y el cine.

ENTREVISTA

Las entrevistas **le brindan la oportunidad de demostrar su competencia ante el empleador**, de modo que vale la pena estar bien preparado.

El empleador está buscando lo que usted puede ofrecer a la compañía: sus aptitudes, habilidades, conocimiento y vitalidad.

Para realizar una entrevista eficaz, es necesario que se comunique eficazmente mediante las palabras, el tono de voz e imágenes visuales positivas. De esta manera, el empleador receptorá un mensaje con niveles de seguridad, credibilidad, honradez, inteligencia, experiencia y educación adecuados para el trabajo.



Entrevista y seguimiento. La entrevista de trabajo le brinda la oportunidad de poner en evidencia sus puntos fuertes clave. Abra las puertas a una entrevista exitosa siguiendo estos puntos clave:



Ejemplos de preguntas que puede hacer durante la entrevista:

- ✓ ¿Voy a trabajar solo o con otras personas?
- ✓ ¿Quiénes serán mis supervisores, ya sea directa e indirectamente?
- ✓ ¿Cuáles son los mayores desafíos que considera puedo encontrar en esta compañía?
- ✓ ¿Cuáles son las tareas y responsabilidades clave de este puesto?
- ✓ ¿De qué manera piensa la compañía expandirse o crecer en los próximos años?
- ✓ ¿Sería posible ver el área en la que voy a trabajar?
- ✓ ¿Por qué esta compañía es un buen lugar para trabajar?
- ✓ ¿Existe un período de prueba?
- ✓ ¿Quién evaluará mi desempeño? ¿Cuándo y de qué manera?
- ✓ ¿Qué posición ocupa la compañía dentro de la industria?
- ✓ ¿Con qué desafíos se enfrenta esta compañía o este departamento?
- ✓ ¿Qué lugar ocupa este puesto dentro de la estructura organizativa de la compañía?
- ✓ ¿Cómo describiría el ambiente laboral de la compañía?
- ✓ ¿Qué mejoras cree que podría realizar la persona que contrate?
- ✓ ¿Es éste un puesto nuevo?
- ✓ ¿Qué puntos fuertes o capacidades debería poseer el candidato ideal para este puesto?
- ✓ Mencione algunos de los objetivos más importantes que le gustaría que se logaran en este empleo.
- ✓ ¿Qué beneficios ofrece la empresa?
- ✓ ¿Qué oportunidades de crecimiento profesional se ofrecen?
- ✓ ¿En qué horario voy a trabajar en caso de que me contraten?
- ✓ ¿Cuál es el pago normal aproximado para este puesto?



Qué hacer y qué no hacer en las entrevistas

Sus acciones, palabras y actitudes a menudo influyen en la opinión que los demás se forman de usted. Lo que haga o deje de hacer en la entrevista puede influir en la obtención del trabajo

1. Obtenga información con anticipación acerca de la compañía u organización.
2. Practique responder a preguntas difíciles, ilegales o "demasiado personales".
3. Vístase en forma adecuada y cuide su aspecto
4. Lleve un currículum vitae de más, una lista de referencias, un anotador pequeño y una lapicera.
5. Llegue de 10 a 15 minutos antes.
6. Trate a todos los empleados con amabilidad (ellos son aliados importantes).
7. Transmita entusiasmo. Sonría y estreche la mano con firmeza cuando se encuentre con el entrevistador o con algún otro empleado.
8. Hable con claridad y en forma directa y varíe el tono de voz.
9. Siéntese derecho, haga buen contacto visual e inclínese levemente hacia adelante en el asiento.
10. Muestre un interés amable y sincero por el trabajo y por el entrevistador.
11. Responda en forma completa a las preguntas del entrevistador.
12. Escuche al entrevistador. Tómese tiempo para aclarar toda pregunta que no comprenda.
13. Venda su competencia, no su necesidad de empleo.
14. Haga preguntas durante la entrevista.
15. Muestre interés por el trabajo diciendo: "Espero que me considere para este empleo" o "Estoy muy interesado en este puesto porque..."
16. Agradezca al entrevistador cuando la entrevista finalice.
17. Después de la entrevista, realice una llamada telefónica de seguimiento o envíe una carta de agradecimiento.

Qué hacer:

Qué No hacer:

1. Llevar parientes, amigos o hijos.
2. Hacer preguntas que sólo se refieran a la remuneración y a los beneficios.
3. Actuar como si tuviera que obtener este empleo más allá de todo.
4. Interrumpir. Si tiene preguntas o si necesita aclaraciones, espere a que se produzca una pausa lógica en la conversación y recién entonces hable.
5. Hablar de asuntos personales (problemas o temas de salud o finanzas de índole personal). Concéntrese en su competencia para el trabajo.
6. Criticar a empleadores o compañeros de trabajo anteriores.
7. Utilizar excusas insustanciales, tales como: "Era demasiado trabajo" o "La gente con la que trabajaba era desagradable".
8. Perder de vista el efecto que usted causa en el entrevistador.
9. Mascar chicle, fumar, jugar con su cabello o acomodarse la ropa constantemente. Estas acciones definitivamente distraen la atención.
10. Leer papeles o tocar objetos que se encuentren en el escritorio del entrevistador.
11. Llevar algo voluminoso a la entrevista, como por ejemplo: libros, bolsas de compras o un maletín muy grande.
12. Tomar notas durante la entrevista sin pedir permiso.

Material de apoyo.- Te orienta. Entrevista de trabajo

http://www.youtube.com/watch?v=Z_ZDAcVka8I

Reflejo del lenguaje corporal

Lenguaje corporal	¿Que refleja?
1. Acariciarse la quijada	Toma de decisiones
2. Entrelazar los dedos	Autoridad
3. Dar un tirón al oído	Inseguridad
4. Mirar hacia abajo	No creer en lo que se escucha
5. Frotarse las manos	Impaciencia
6. Apretarse la nariz	Evaluación negativa
7. Golpear ligeramente los dedos	Impaciencia
8. Sentarse con las manos agarrando la cabeza por detrás	Seguridad en sí mismo y superioridad
9. Inclinar la cabeza	Interés
10. Palma de la mano abierta	Sinceridad, franqueza e inocencia
11. Caminar erguido	Confianza y seguridad en sí mismo
12. Pararse con las manos en las caderas	Buena disposición para hacer algo
13. Jugar con el cabello	Falta de confianza en sí mismo e inseguridad
14. Comerse las uñas	Inseguridad o nervios
15. La cabeza descansando sobre las manos o mirar hacia el piso	Aburrimiento
16. Unir los tobillos	Aprensión
17. Manos agarradas hacia la espalda	Furia, ira, frustración y aprensión
18. Cruzar las piernas, balanceando ligeramente el pie	Aburrimiento
19. Brazos cruzados a la altura del pecho	Actitud a la defensiva
20. Caminar con las manos en los bolsillos o con los hombros encorvados	Abatimiento
21. Manos en las mejillas/cachetes	Evaluación
22. Frotarse un ojo	Dudas
23. Tocarse ligeramente la nariz	Mentir, dudar o rechazar algo

VA CONSULTORES, S.C.



CAPÍTULO 3.10

FUNDAMENTOS LEGALES

CONSTITUCIÓN LEGAL

Es posible constituirse como persona física (propiedad individual) o como persona moral (propiedad colectiva).



PERSONA FÍSICA (PROPIEDAD INDIVIDUAL)

- ❖ Se pueden realizar directamente los trámites respectivos ante la dependencia gubernamental correspondiente.
- ❖ Cualquier persona física que legalmente pueda obligarse a contraer responsabilidades y tener derechos, puede libremente establecerse como empresario, es decir, ***crear su propio negocio***.
- ❖ La figura legal de persona física corresponde a aquella en que una persona física responde de manera personal y directa por los derechos y obligaciones a que dé lugar un acto jurídico y mercantil.



❖ Es la forma de **constitución más sencilla** de establecer.

❖ Todas las utilidades netas serán para el dueño y no tendrá por tanto que compartirlas con otras personas.

❖ El **dueño** tiene **autoridad total** sobre el negocio.

❖ El propietario es el **único responsable de las deudas contraídas** por el negocio.

❖ Al ser propietario único, es más **difícil conseguir capital adicional para financiar el negocio.**

❖ En la administración, el **dueño opera dentro del límite finito de sus conocimientos o habilidades.**

PERSONA MORAL (PROPIEDAD COLECTIVA)

❖ Se debe recurrir a los servicios de un notario público para que formule la escritura constitutiva de la sociedad y lleve a cabo las gestiones necesarias para su registro.

❖ Entre las **clases de personas morales** reconocidas por la Ley General de Sociedades Mercantiles se encuentran las siguientes:

- Sociedad Anónima
- Sociedad de Responsabilidad Limitada
- Sociedad de Nombre Colectivo
- Sociedad de Comandita por Acciones
- Sociedad Cooperativa



- ❖ Al contar con socios, es posible ***operar con mayor eficiencia*** debido a que se une la experiencia y el talento de varias personas.
- ❖ Se puede obtener un ***capital mayor***, ya que se cuenta con las garantías de las propiedades de varias personas.
- ❖ ***Las ganancias pueden dividirse utilizando fórmulas equitativas***, tomando en cuenta la inversión y dedicación al negocio de cada socio.
- ❖ Puede ***facilitarse la creación del negocio al unir los recursos financieros de más de una persona***.
- ❖ ***Los problemas personales***, las ***diferencias*** de enfoques en la forma de administrar y resolver los problemas de los distintos socios, ***puede ocasionar fuertes restricciones que pongan en riesgo el negocio***.
- ❖ Cualquier socio, independientemente de la magnitud de sus aportaciones, es ***responsable del 100%*** de cualquier deuda comercial en que haya incurrido el negocio.
- ❖ Si el ***número de accionistas*** llegar a ***ser inferior al mínimo que la ley establece***, ésta se disuelve automáticamente y se ***reinicia un nuevo proceso para su conformación***.

NOMBRE DEL NEGOCIO

La elección del nombre apropiado para el negocio es muy importante. Para ellos se deberá tomar en cuenta:

- Preferentemente, el nombre comercial ***debe relacionarse con el giro*** del negocio.
- El nombre ***identificará al establecimiento***.
- Debe ser de ***fácil comprensión***, sencillo de pronunciar para ser aprendido y recordado por los clientes sin dificultad, y ***prestarse para publicidad y promociones creativas***.
- Revisar y tener cuidado de ***no adoptar nombres comerciales ya registrados*** o constituidos como marcas y protegidos por la legislación correspondiente.



TRAMITACIÓN DE ALTA

La empresa deberá considerar aspectos laborales a los que la legislación obliga, para ser considerados dentro de la ley, entre otros, el contrato de trabajo, el cual debe contener aspectos tales como :

- Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil, domicilio del trabajador y del patrón.
- Si la relación de trabajo es por obra o tiempo determinado o tiempo indeterminado.
- El servicio o servicios que deban presentarse, lo que determinará con la mayor precisión posible.
- El lugar y los lugares donde deba presentarse el trabajo.
- La duración de la jornada.
- La forma y monto del salario.
- El día y lugar de pago del salario.
- La indicación de que el trabajador será capacitado en términos de los planes y programas establecidos en la empresa.
- Otras condiciones de trabajo, tales como días de descanso, vacaciones y además que convengan al trabajador y al patrón.

OTROS FACTORES A CONSIDERAR SON:

- Seguro Social

<http://www.imss.gob.mx/>



- SAR (Sistema de Ahorro para el Retiro)

<http://www.consar.gob.mx/>



- Infonavit

<http://portal.infonavit.org.mx/wps/wcm/connect/infonavit/inicio>



- Licencia Sanitaria (El código sanitario de México estipula que todos los establecimientos de giro reglamentado deberán tener licencia sanitaria).



PROCESO CONTABLE

El proceso contable genera tres tipos de información:

❖ La **Contabilidad Financiera**, que cumple con los parámetros de presentación que establecen las NIC/NIIF (balance general, estado de resultados , etc.)



❖ La **Contabilidad Administrativa** que genera la información de costos y presupuestos y prepara con base en los requerimientos específicos de cada empresa.

❖ La **Contabilidad Fiscal**, cuya formulación está sujeta a las disposiciones que establece la legislación en esta materia y el régimen fiscal que se adopte. Tiene como objetivo cumplir con dichas disposiciones y ayuda a determinar el monto de los impuestos a pagar.

Dentro de la información financiera de la empresa se destacan, por su importancia para el pequeño comerciante, el balance general, el estado de resultados, el estado de flujo de efectivo y el presupuesto.