

PRÓLOGO:

Importantes motores de la economía, los microemprendimientos suelen ser, además, un salvoconducto para multitud de personas creativas relegadas por el mercado laboral. Con una fuerte convicción personal, una idea en mente y un propósito firme de poner su proyecto en marcha, el microemprendedor debe evaluar el objetivo y los eventuales caminos para su concreción. Este libro ofrece una amplia guía para conocer los pasos previos para la construcción de un emprendimiento. Desarrolla el recurso humano y las características principales de un proyecto en cuanto a la elección de la actividad o rubro. Y, desde ya, las claves para ganar dinero.

Brinda toda la información necesaria para el conocimiento sobre la estructura y funcionamiento de un micro o pequeña empresa. Un robusto material teórico y una guía práctica explican, paso a paso, cómo se desarrolla una empresa, desde su nacimiento hasta sus etapas medias de crecimiento y su consecuente departamentalización, sin descuidar aspectos legales, impositivos y contables. Un libro sumamente valioso para cualquier persona

interesada en desarrollar un proyecto empresarial independiente.

DEDICATORIA:

Este libro está dedicado a mi hijo Emmanuel, la razón de mi vida, la luz que me guía cada día.

“Con los años descubres tu real fortaleza, nunca bajes los brazos”.

Microemprendimiento: ¿Qué es un microemprendimiento?

Un microemprendimiento nace de una idea. Si usted tiene como proyecto lanzar un negocio propio, promocionar un producto que ha inventado o tal vez ofrecer un servicio a un público ya identificado, entonces su objetivo está enfocado en crear una pequeña empresa.

En palabras simples, es un ente que tiene como propósito realizar una actividad económica durante un tiempo indeterminado y puede estar conformada por una sola persona -quien a su vez es propietaria de la misma- o puede tener un pequeño número de empleados, que ponen a disposición sus aptitudes y conocimientos para generar un producto a servicio.

De igual forma, las leyes de cada país tienen claramente delineada la figura

de **microemprendimiento**, por lo que puede acudir a ellas para entender un poco más la diferencia con las empresas. Estas últimas son reconocidas con entidades que se dedican a producir algún artículo u ofrecer un servicio de forma más abarcativa y cuenta con un número mayor de empleados.

Además, se conocen tres tipos de **microemprendimientos**: los informales (que no tienen capital operativo), los de expansión (o familiares, los cuales no pretenden buscar crecimiento) y los de transformación (que apuntan al crecimiento, muchas veces exponencial).

El **microemprendimiento** no tiene ninguna restricción y puede estar situado en cualquier industria: de alimentos, automotriz, de belleza, de tecnología, de *retail*, etcétera; todo depende del plan que haya diseñado y del producto que quiera vender. La expansión de la pequeña empresa en Latinoamérica y en el mundo se ha dado gracias a un aspecto esencial dentro del proceso de la creación de

un **microemprendimiento**: los créditos que están destinados a estos nacientes negocios.

Si ya tomó la decisión de arrancar con su negocio, tiene un esquema de administración delineado, los empleados elegidos y un programa de *marketing* específico, entonces lo único que le haría falta es un microcrédito o un préstamo para poder financiar su **microemprendimiento**.

El lugar en donde puede formar su pequeña empresa puede ser en la ciudad o en las zonas rurales. Gracias a la tecnología y a las ventajas que ésta le da en cuanto a conexión a internet y acceso a los servicios financieros es que puede hacer envíos de dinero y transferencias en el momento que lo requiera.

Perfil del emprendedor

Emprender un negocio no es para cualquier persona. Para poner en marcha un emprendimiento hay que reunir ciertas cualidades imprescindibles. Algunos nacen con ellas, otros deben potenciarlas.

Un emprendedor es un hacedor, alguien con fuerte impulso para hacer cosas, que también es optimista pero no iluso y que además tiene que tener confianza en sí mismo. "En un tren de seres humanos, el emprendedor es la locomotora".

Existe una gran relación entre el carácter del emprendedor y el éxito de su emprendimiento. De numerosas investigaciones sobre aquellas personas que atravesaron con éxito la puesta en marcha de un emprendimiento, se realizó un listado de 10 conductas que se repiten en los emprendedores.

Un buen emprendedor tiene las siguientes características:

- 1) busca oportunidades: es decir que actúa antes de que las circunstancias lo obliguen.
- 2) es persistente: no lo detienen fácilmente los obstáculos
- 3) cumple con los compromisos: recurre a sacrificios personales, con tal de terminar el trabajo a tiempo.
- 4) exige eficiencia y calidad: se esmera por hacer las cosas mejor, más rápidas, trabaja para garantizar normas de excelencia.
- 5) corre riesgos calculados: no se apresura, calcula los riesgos y evalúa alternativas. Busca reducirlos riesgos.

6) fija Metas: se pone objetivos a corto plazo y tiene una visión clara del largo plazo.

7) busca información: personalmente, busca los datos necesarios sobre clientes, proveedores y competencia.

8) planifican sistemáticamente: divide grandes tareas en sub áreas con tiempos establecidos, revisa los planes frecuentes y tiene registros contables.

9) es persuasivo y construye redes de apoyo: se vale de estrategias para influenciar y persuadir a otras, desarrolla y mantiene redes de contacto.

10) confía en sí mismo: se atribuye a sí mismo y a su conducta las causas del éxito y fracaso. Expresa confianza en su propia habilidad para hacer frente a las dificultades.

Muy pocas personas reúnen todas estas cualidades, pero muchas cumplen con algunos de estos requisitos y pueden lograr potenciar los otros.

EMPRESAS FAMILIARES:

Entendemos por empresa familiar aquel negocio cuya propiedad pertenece –en su totalidad o en su mayoría- a miembros de una sola familia. Es importante señalar que en este tema, el concepto “familiar” se extiende más allá de la consanguinidad y aplica también a los cónyuges. La empresa familiar se caracteriza porque sus miembros trabajan en equipo y tienen lazos fuertes. Este tipo de negocios, suele endeudarse menos que los que no son familiares; generalmente cuentan con gran liquidez (incluso al grado de sobrecapitalizarse y mantener dinero en “stand by”). Es menos burocrática a la hora de tomar decisiones, más flexible, adaptándose de forma más rápida a los cambios del entorno. Los miembros de una empresa familiar suelen resolver sus problemas internamente y sólo en contadas ocasiones recurren a la asesoría externa formal. Los integrantes de las familias se “ponen la camiseta” y adoptan una visión de largo plazo durante el arranque

del negocio; sacrifican algunas comodidades durante los inicios, con la esperanza de obtener ganancias. De esta forma, la empresa puede capitalizarse y los recursos se reinvierten logrando crecimientos. La lealtad, el compromiso y la dedicación al negocio son mucho más profundos y están más arraigados en la empresa familiar que en la empresa tradicional. Esta realidad, por sí sola, debería darle a este tipo de negocios un éxito rotundo y desde luego, permanencia. Sin embargo, hoy por hoy, no es así. Si la empresa familiar cuenta con tantos atributos positivos, ¿por qué tan sólo 1 de cada 3 empresas logran pasar exitosamente a la siguiente generación?

Factores de fracaso en una empresa familiar

A continuación se enlistan algunos factores que suelen “matar” a la empresa familiar:

- **Falta de planeación.** La falta de una planeación formal de largo plazo, con estrategias y objetivos claramente definidos en cuanto a tiempos, cantidades y personas responsables.
- **Resistencia al cambio.** Los padres suelen resistirse a aceptar las críticas y cuestionamientos que los hijos realizan a los procesos que han funcionado por décadas, minimizando e incluso, anulando las aportaciones sobre innovación que éstos deseen activar. Por su parte, los hijos se sienten coartados al no poder llevar a cabo sus ideas o aportar su creatividad, pues esto tiene un “costo” para el negocio y no hay certeza o garantía alguna de que las iniciativas funcionen. A lo anterior, se le debe agregar la molestia de saberse preparados profesionalmente