

Estrategias de creación empresarial



ECO E EDICIONES

Luis Carlos Palacios Acero

Luis Carlos Palacios Acero

Ingeniero Industrial y Magíster en Investigación Operativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, DEA en Organización de Empresas de la Universidad de San Pablo de Madrid España, *2EME DEGRÈ Option Production Ecole D'Organisation Scientifique du Travail*, París - Francia, docente en postgrados de Administración y pregrados en Ingeniería Industrial, Administración y Creación de Empresas, director de Ingeniería Industrial de la Universidad Libre. Investigador y consultor empresarial.

Ha sido director de Ingeniería Industrial de la Organización Corona, rector de ESATEC, gerente de Madetal Ltda. y Prodearte Ltda.; director ejecutivo de Diriventas, Presidente de Acopex, Aseutep, Socia. Miembro de juntas directivas de varias empresas y organizaciones.

ESTRATEGIAS DE CREACIÓN EMPRESARIAL

Luis Carlos Palacios Acero

Introducción	XV
Capítulo 1. Emprendimiento	1
1.1. Cualidades personales.....	1
1.2. “Dadme un punto de apoyo y moveré el mundo”. Arquímedes 287- 212 a. C.	4
1.3. Destrezas del empresario	11
1.4. El empresario exitoso.....	14
1.5. Actividades del empresario	16
1.6. Guías para el empresario exitoso	30
1.7. Perfil del empresario	32
1.8. Definición del negocio	33
1.9. Visión global del negocio	34
Ejercicios	37
Capítulo 2. Generación de ideas	39
2.1. La imaginación	39
2.2. La creatividad.....	43
2.3. La innovación.....	47
2.4. Cómo nacen las ideas.....	49
2.5. Valoración de las ideas.....	52
Ejercicios	53
Capítulo 3. La empresa	55
3.1. Definición	55
3.2. Ubicación y tamaño	56
3.3. Tipos de empresa.....	57
3.4. Nombre o razón social.....	62
3.5. Misión	62
3.6. Visión	63
3.7. Principios y valores del negocio	64
3.8. Políticas	65
3.9. Objetivos.....	66
3.10. Constitución de la empresa.....	67
Ejercicios	76
Capítulo 4. Plan de producción	77
4.1. Definición	77
4.2. Importancia de la producción.....	80
4.3. Factores de producción	81
4.4. Objetivos de la producción	82
4.5. Bienes de producción	83

4.6.	Sistemas de producción.....	83
4.7.	Diseño y fabricación de productos	88
4.8.	Factores requeridos en el desarrollo de productos.....	91
4.9.	Costos de producción.....	95
4.10.	Clasificación de sistemas de costeo	98
	Ejercicios	105
Capítulo 5. Mercadeo y ventas.....		107
5.1.	Investigación de mercado.....	107
5.2.	Beneficios de la investigación de mercados.....	111
5.3.	Qué investigar	112
5.4.	Métodos de investigación.....	112
5.5.	Objetivos de marketing	113
5.6.	Tipos de información.....	114
5.7.	Tendencias del mercado.....	115
5.8.	Competitividad.....	116
5.9.	Tamaño y nicho del mercado	117
5.10.	Marketing mix.....	119
	Ejercicios	128
Capítulo 6. Finanzas.....		129
6.1.	Gastos iniciales	130
6.2.	Fuentes de capital.....	131
6.3.	Previsión de ventas.....	133
6.4.	Punto de equilibrio.....	136
6.5.	Presupuesto de inversión.....	136
6.6.	Ciclo de producción del producto.....	137
6.7.	Ciclo de caja	138
6.8.	Período de maduración medio en relación con las ventas.....	138
6.9.	Balance general.....	139
6.10.	Estado de pérdidas y ganancias	141
6.11.	Análisis financiero	143
	Ejercicios	146
Capítulo 7. Administración del negocio		147
7.1.	Planeación.....	147
7.2.	Organización.....	169
7.3.	Dirección.....	178
7.4.	Control.....	222
	Ejercicios	243

TALLERES

Pretaller	245
Taller N° 1. Foda personal, de la empresa, del producto, del mercado	247
Taller N° 2. Manejo de los cambios.....	248
Taller N° 3. Potencial empresarial	249
Taller N° 4. Empleado o empresario	250
Taller N° 5. Motivaciones del empresario	251
Taller N° 6. Generación de ideas	252
Taller N° 7. Evaluación de la idea.....	253
Taller N° 8. Generación y evaluación del nombre de la empresa.....	255
Taller N° 9. Ubicación y objeto de la empresa.....	256
Taller N° 10. Métodos de investigación	259
Taller N° 11. Objetivos de mercadeo	260
Taller N° 12. Segmento de mercado	261
Taller N° 13. Política de producto.....	262
Taller N° 14. Definición del producto	263
Taller N° 15. Calidad del producto y ciclo de vida.....	264
Taller N° 16. La marca	265
Taller N° 17. El empaque	266
Taller N° 18. Gama de productos	267
Taller N° 19. Complementos del producto.....	268
Taller N° 20. Clientes objetivo.....	269
Taller N° 21. Precios.....	270
Taller N° 22. Venta.....	271
Taller N° 23. Canal de distribución.....	272
Taller N° 24. Promoción	273
Taller N° 25. Presupuesto de marketing	274
Taller N° 26. Fuentes de financiamiento personal	275
Taller N° 27. Estados financieros.....	276
Taller N° 28. Presentación del plan de negocios.....	276
Glosario	279
Bibliografía	281

LISTADO DE FIGURAS

FIGURA 1.	DESCUBRIENDO EMPRENDEDORES	1
FIGURA 2.	CUALIDADES PERSONALES	2
FIGURA 3.	VALORACIÓN PERSONAL	3
FIGURA 4.	DISCIPLINAS PARA EL CAMBIO	4
FIGURA 5.	DOMINIO PERSONAL	5
FIGURA 6.	MODELOS MENTALES	6
FIGURA 7.	VISIÓN COMPARTIDA	7
FIGURA 8.	APRENDIZAJE EN EQUIPO	8
FIGURA 9.	VÍNCULOS DE COMPROMISO	9
FIGURA 10.	PENSAMIENTO SISTÉMICO	10
FIGURA 11.	DESTREZAS DEL EMPRESARIO	11
FIGURA 12.	ACTIVIDADES DEL EMPRESARIO	12
FIGURA 13.	PERSONALIDAD DEL EMPRESARIO	13
FIGURA 14.	EL EMPRESARIO EXITOSO	15
FIGURA 15.	ACTIVIDADES DEL EMPRESARIO	16
FIGURA 16.	ACTIVIDADES DE PLANEACIÓN DEL EMPRESARIO	17
FIGURA 17.	DECISIONES EMPRESARIALES	18
FIGURA 18.	FACTORES DEL PROYECTO EMPRESARIAL	19
FIGURA 19.	ORGANIZACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES	20
FIGURA 20.	RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN	22
FIGURA 21.	CÁLCULO DE PRODUCTIVIDAD	28
FIGURA 22.	GUÍAS DEL EMPRESARIO	31
FIGURA 23.	DIFERENCIAS ENTRE EMPLEADOS Y EMPRESARIOS	32
FIGURA 24.	PERFIL DEL EMPRESARIO	33
FIGURA 25.	EL NEGOCIO	33
FIGURA 26.	ETAPAS PARA INICIAR UN NEGOCIO	35
FIGURA 27.	IMAGINAR	40
FIGURA 28.	LA IMAGINACIÓN	41
FIGURA 29.	RADIO DE ACCIÓN DE LA IMAGINACIÓN	41
FIGURA 30.	TIPOS DE IMAGINACIÓN	42
FIGURA 31.	IMAGINACIÓN SEGÚN SUS APLICACIONES	43
FIGURA 32.	LA CREATIVIDAD	44
FIGURA 33.	LA CREATIVIDAD VISTA A TRAVÉS DEL TIEMPO	45
FIGURA 34.	CREATIVIDAD EMPRESARIAL	46
FIGURA 35.	PROCESO DE INNOVACIÓN	47
FIGURA 36.	INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD	48
FIGURA 37.	NACIMIENTO DE LAS IDEAS	51
FIGURA 38.	LA EMPRESA	56
FIGURA 39.	TIPOS DE EMPRESAS	57
FIGURA 40.	NOMBRE DE LA EMPRESA	62
FIGURA 41.	MISIÓN	63
FIGURA 42.	VISIÓN	64
FIGURA 43.	POLÍTICAS	65
FIGURA 44.	OBJETIVOS	67
FIGURA 45.	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	68
FIGURA 46.	LA EMPRESA MÁS PEQUEÑA	69
FIGURA 47.	INICIO DE LA DESCENTRALIZACIÓN	70
FIGURA 48.	EMPRESA DIRECTORAL	71
FIGURA 49.	PLAN DE PRODUCCIÓN	78
FIGURA 50.	RESPONSABILIDADES DE LA PRODUCCIÓN	79
FIGURA 51.	LA RIQUEZA DE UN PAÍS	80
FIGURA 52.	NATURALEZA DE LA PRODUCCIÓN	81
FIGURA 53.	FACTORES DE PRODUCCIÓN	81
FIGURA 54.	OBJETIVOS DE LA PRODUCCIÓN	82
FIGURA 55.	BIENES DE PRODUCCIÓN	83
FIGURA 56.	SISTEMAS DE PRODUCCIÓN	84

FIGURA 57.	PRODUCCIÓN POR EXTRACCIÓN.....	85
FIGURA 58.	PRODUCCIÓN AGROPECUARIA.....	85
FIGURA 59.	SECTOR TERCIARIO DE PRODUCCIÓN.....	88
FIGURA 60.	EL PRECIO.....	89
FIGURA 61.	FABRICACIÓN DE NUEVO PRODUCTO.....	89
FIGURA 62.	NACIMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS.....	90
FIGURA 63.	FACTORES DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS.....	91
FIGURA 64.	EL MERCADO.....	92
FIGURA 65.	ESTRATEGIA PUBLICITARIA.....	93
FIGURA 66.	VENTAJAS EN PRODUCCIÓN DEL NUEVO PRODUCTO.....	94
FIGURA 67.	ECONOMÍA DEL NUEVO PRODUCTO.....	96
FIGURA 68.	SISTEMAS DE COSTEO.....	99
FIGURA 69.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	108
FIGURA 70.	INFORMACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES.....	108
FIGURA 71.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	109
FIGURA 72.	TOMA DE DECISIONES.....	110
FIGURA 73.	CONSUMIDORES Y COMPETIDORES.....	111
FIGURA 74.	SISTEMAS DE INVESTIGACIÓN.....	113
FIGURA 75.	OBJETIVOS DEL MARKETING.....	114
FIGURA 76.	TIPOS DE INFORMACIÓN.....	115
FIGURA 77.	TENDENCIAS DEL MERCADO.....	116
FIGURA 78.	LAS 9 P.....	117
FIGURA 79.	MARKETING MIX.....	119
FIGURA 80.	TIPOS DE PRODUCTOS.....	120
FIGURA 81.	EL PRECIO.....	121
FIGURA 83.	PROMOCIÓN.....	124
FIGURA 84.	INTERFASES CON EL CLIENTE.....	125
FIGURA 85.	LA PRESENCIA.....	125
FIGURA 86.	GASTOS INICIALES.....	130
FIGURA 87.	FUENTES DE CAPITAL.....	131
FIGURA 88.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	136
FIGURA 89.	FACTORES DE PLANEACIÓN MODERNA.....	148
FIGURA 90.	ESENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN MODERNA.....	149
FIGURA 91.	LA PLANEACIÓN EN EL CICLO ADMINISTRATIVO.....	150
FIGURA 92.	PROCESO DE PLANEACIÓN.....	151
FIGURA 93.	PLANES SEGÚN SU PLAZO.....	152
FIGURA 94.	PLANES SEGÚN SUS FUNCIONES.....	153
FIGURA 95.	PLANES SEGÚN SU ÁMBITO.....	154
FIGURA 96.	CLASIFICACIÓN DE PLANES SEGÚN SU FILOSOFÍA.....	155
FIGURA 97.	CRITERIOS PARA EVALUAR PLANES.....	156
FIGURA 98.	LOS TRES NIVELES DE PLANEACIÓN.....	157
FIGURA 99.	HORIZONTE TEMPORAL DE LA PLANEACIÓN.....	158
FIGURA 100.	SÍMBOLOS PARA FLUJOGRAMAS.....	158
FIGURA 101.	EFICACIA Y EFICIENCIA.....	162
FIGURA 102.	PASOS EN APO.....	164
FIGURA 103.	PROCESO DE APO.....	165
FIGURA 104.	JERARQUÍA DE LOS OBJETIVOS.....	166
FIGURA 105.	LOS TRES GRANDES OBJETIVOS DE LAS ORGANIZACIONES.....	167
FIGURA 106.	EL PODER.....	170
FIGURA 107.	BASES DE ORGANIZACIÓN.....	170
FIGURA 108.	LA ORGANIZACIÓN COMO PARTE DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	171
FIGURA 109.	NIVELES DE ORGANIZACIÓN.....	171
FIGURA 110.	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	173
FIGURA 111.	PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN.....	173
FIGURA 112.	REGLAS DE ORGANIZACIÓN.....	175
FIGURA 113.	LOS CINCO FACTORES QUE AFECTAN EL DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	175
FIGURA 114.	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	176

FIGURA 115. DIVISIÓN DEL TRABAJO.....	177
FIGURA 116. TIPOS DE ORGANIZACIÓN.....	177
FIGURA 117. DIRIGIR.....	179
FIGURA 118. DIRECCIÓN.....	180
FIGURA 119. SUPUESTOS DE LA DIRECCIÓN.....	181
FIGURA 120. MALLA GERENCIAL.....	184
FIGURA 121. INTEGRACIÓN DE VARIABLES ORGANIZACIONALES Y HUMANAS.....	186
FIGURA 122. DIFERENCIAS ENTRE EL TRABAJO INDIVIDUALIZADO Y EN EQUIPO.....	188
FIGURA 123. DIFERENCIAS ENTRE GRUPO DE TRABAJO Y EQUIPO DE TRABAJO.....	190
FIGURA 124. TIPOS DE AUTORIDAD.....	191
FIGURA 125. PREDOMINIO DEL MANDO.....	192
FIGURA 126. LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y LA COMUNICACIÓN.....	195
FIGURA 127. PROCESO DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.....	195
FIGURA 128. BASES DE PODER INDIVIDUAL Y ORGANIZACIONAL.....	204
FIGURA 129. ESTILOS DE LIDERAZGO.....	207
FIGURA 130. PATRONES DE LIDERAZGO.....	209
FIGURA 131. COMPORTAMIENTOS DE LIDERAZGO.....	212
FIGURA 132. JERARQUÍA DE NECESIDADES DE A. MASLOW.....	217
FIGURA 133. CICLO DE MOTIVACIÓN.....	218
FIGURA 134. TEORÍAS DE CONTENIDO DE LA MOTIVACIÓN.....	219
FIGURA 135. ENRIQUECIMIENTO VERTICAL Y HORIZONTAL.....	220
FIGURA 136. MODELO DE EXPECTATIVA.....	221
FIGURA 137. CONTROL.....	222
FIGURA 138. CICLO ADMINISTRATIVO.....	223
FIGURA 139. USOS DEL CONTROL.....	223
FIGURA 140. OBJETIVOS DEL CONTROL.....	224
FIGURA 141. TIPOS DE CONTROL.....	225
FIGURA 142. PRINCIPIOS DE CONTROL.....	225
FIGURA 143. ALCANCE DEL CONTROL.....	226
FIGURA 144. PROCESO DE CONTROL.....	227
FIGURA 145. TIPOS DE ESTÁNDARES.....	231
FIGURA 146. INFLUENCIA DEL CRECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD.....	236
FIGURA 147. CRECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD.....	237
FIGURA 148. MEDIDA DE LA PRODUCTIVIDAD.....	239
FIGURA 149. PROCESO DE TRANSFORMACIÓN Y CADENA DE VALOR.....	240

LISTA DE CUADROS

CUADRO 1. FODA PERSONAL.....	4
CUADRO 2. TIPOS DE SOCIEDADES.....	58
CUADRO 3. ORGANIZACIÓN.....	73
CUADRO 4. TIPOS DE PRODUCCIÓN.....	87
CUADRO 5. SISTEMAS DE COSTEO DE INVENTARIOS.....	98
CUADRO 6. COMPONENTES DEL COSTO.....	103
CUADRO 7. NECESIDADES DE PERSONAL.....	103
CUADRO 8. PRESUPUESTO DE VENTAS.....	134
CUADRO 9. PRESUPUESTO POR LÍNEAS DE PRODUCTO.....	134
CUADRO 10. PRESUPUESTO POR MESES.....	134
CUADRO 11. RESULTADOS PREVISIONALES.....	135
CUADRO 12. PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	137
CUADRO 13. PLANEACIÓN CONFORME A LOS NIVELES ORGANIZACIONALES.....	157
CUADRO 14. DESEOS DEL PERSONAL.....	163
CUADRO 15. TIPOS DE OBJETIVOS.....	167
CUADRO 16. ORGANIZACIONES Y BENEFICIARIOS.....	168
CUADRO 17. BENEFICIOS Y PROBLEMAS DE LA APO.....	169
CUADRO 18. ORGANIZACIÓN FLEXIBLE.....	172
CUADRO 19. ESTILOS DE DIRECCIÓN.....	182
CUADRO 20. LOS ESTILOS DE LA MALLA GERENCIAL.....	185

CUADRO 21. TEORÍA Z	187
CUADRO 22. FACTORES QUE AFECTAN POSITIVA O NEGATIVAMENTE LA COHESIÓN GRUPAL	189
CUADRO 23. SISTEMAS DE COMUNIDACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	196
CUADRO 24. EFICIENCIA Y EFICACIA EN DE LA COMUNIDACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	197
CUADRO 25. CÓMO OBTENER LA RETROALIMENTACIÓN	198
CUADRO 26. LOS DIEZ PRINCIPIOS DE LAS BUENAS COMUNICACIONES	198
CUADRO 27. ACTUACIÓN ANTES, DURANTES Y DESPUÉS DE LA REUNIÓN	199
CUADRO 28. CÓMO LOGRAR QUE UNA REUNIÓN FUNCIONE BIEN	200
CUADRO 29. TÁCTICAS CLÁSICAS DE NEGOCIACIÓN.....	202
CUADRO 30. FUENTES DE PODER.....	204
CUADRO 31. RASGOS DE PERSONALIDAD DEL LÍDER.....	206
CUADRO 32. ESTILOS DE LIDERAZGO.....	207
CUADRO 33. ORIENTACIONES DEL LÍDER.....	208
CUADRO 34. MODELO DE LIDERAZGO EFICAZ DE FIEDLER	209
CUADRO 35. LOS CINCO PRINCIPIOS DE LIDERAZGO VISIONARIO.....	210
CUADRO 36. PAPELES DEL LÍDER RELACIONADOS CON LAS TAREAS Y LAS PERSONAS	211
CUADRO 37. CAMBIO.....	212
CUADRO 38. BENEFICIOS DE LA NORMALIZACIÓN	229
CUADRO 39. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL ESTÁNDAR	230
CUADRO 40. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE CONTROL.....	232

Introducción

El modelo de estrategias de creación empresarial está diseñado para aprender a manejar negocios de manera independiente. Se basa en la descripción de las principales ideas conceptuales acerca del tema y el desarrollo de talleres que facilita la descripción de las ideas de negocio.

Todas las personas, con interés en hacer negocios propios, pueden lograrlo de manera tan simple como identificando historias de los éxitos obtenidos por amigos, compañeros, colegas o conocidos que han triunfado por sus propios medios.

Este modelo le ayudará a determinar la posibilidad de conocer sus actitudes, habilidades e intereses, necesarios para ser empresario. Descubrirá igualmente, información elemental y práctica para establecer un negocio.

FIGURA 1. DESCUBRIENDO EMPRENDEDORES



En la descripción de la teoría del modelo propuesto y el desarrollo de los talleres descubrirá, de manera práctica y útil, las motivaciones, los temores, la ansiedad, las aptitudes y actitudes que forman parte de la creación de un negocio.

- Contribuir a la riqueza del país
- Generar empleo
- Aplicar la administración de un negocio

- Conocer las características que debe tener un emprendedor
- Adquirir nuevos conocimientos
- Lograr satisfacción personal, etc.

Iniciar un negocio propio, genera motivaciones especiales dada la importancia que tiene, por diferentes razones:

El modelo de negocio comprende siete capítulos en los que se estudian los contenidos así:

El primero trata sobre el emprendimiento, cualidades del empresario, las disciplinas para el cambio, destrezas, conocimientos, personalidad, actividades para el éxito, el perfil, sus características, y potencialidades empresariales. Habla sobre el negocio, sus etapas, la productividad, calidad y riesgos.

En el segundo se conciben y valoran las ideas, partiendo de la imaginación, la creatividad y la innovación.

El tercero habla sobre la empresa, su ubicación, tamaño, su misión, visión, principios, valores, políticas, objetivos, tipo de empresas y sociedades, su creación desarrollo y crecimiento. Trata igualmente, sobre manuales de organización y descripción de puestos.

El cuarto maneja el plan de producción, su importancia, factores y objetivos. Sistemas de producción de bienes de consumo, de capital y servicios. Trata también, sobre el diseño y desarrollo de productos y los diferentes tipos de costos en las operaciones de producción.

El quinto trabaja la investigación de mercados, los beneficios, métodos, objetivos, tamaño y nicho del mercado, tendencias, competitividad y el marketing mix.

El sexto describe la estructura económico-financiera, las fuentes de financiación, distribución y manejo del dinero, la presentación de los estados financieros y el análisis de los mismos.

El séptimo desarrolla el sistema de administración, que consiste en planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades empresariales.

Emprendimiento

1.1. Cualidades personales

David Mc Nally, enseña cómo tomar control de la vida, en este mundo tan agitado. Presenta cinco cualidades esenciales para que las personas con confianza y poder de decisión puedan vivir la vida que se merecen:

1. **AUTOESTIMA:** Para valorarse, respetarse y tener sentido de dignidad como cimiento sobre el cual construir un futuro para ser felices y exitosos.
2. **VISIÓN:** Para traspasar los muros de la conformidad y resistencia al cambio para construir los sueños que impulsen a las personas a superar sus metas.
3. **PROPÓSITO:** Para tener objetivos retadores que motiven a las personas a hacer valiosa la existencia.
4. **COMPROMISO:** Con la salud, la familia, el trabajo, la profesión, para mejorar continuamente todo cuanto se proponga.
5. **CONTRIBUCIÓN:** Para dejar testimonio del paso por este mundo, al crear un valor y contribuir para que la humanidad viva mejor.

FIGURA 2. CUALIDADES PERSONALES



Lo que se piensa y se siente de sí mismo es lo que se ha aprendido del entorno a través de la vida. Es necesario rescatar lo bueno, reconocerlo, valorarlo y utilizarlo en todo lo que se hace. Igualmente se debe reconocer las debilidades para transformarlas en fortalezas.

Para valorarse, se requiere analizar:

- Lo que se piensa de sí mismo; es el autocontrol
- Lo que se siente hacia sí mismo; es la autoestima
- La forma de ser y su apariencia; es la autoimagen
- La confianza en sí mismo y en su capacidad personal para el éxito; es la autoeficacia

Otros títulos de interés:

Proyectos de inversión
para las Pyme
Juan Antonio Flórez

Proyectos, enfoque
gerencial
Jorge E. Prieto H.

Gestión estratégica
organizacional
Jorge E. Prieto H.

Dirección estratégica
Luis Carlos Palacios Acero

Manual para la creación de
empresas
Carlos Julio Galindo Ruiz

Comunicación empresarial
Liliana Gutiérrez

Creatividad e innovación
empresarial
Raymond Prada

Estrategias de creación empresarial



Esta obra contribuye a visualizar el horizonte que conduce a quienes estén decididos a enfrentar el apasionante reto de crear, desarrollar, sostener y hacer crecer su empresa con éxito.

En cada uno de los capítulos se encuentran interesantes factores clave que le permiten identificar las necesidades del mercado; sus habilidades y destrezas; las decisiones y organización; los recursos humanos, económicos, tecnológicos y ambientales; la forma de lograr alta productividad en el negocio evitando los desperdicios, produciendo con calidad, imaginación, creatividad e innovación; lo que permite enfrentar los cambios que ofrece el mundo globalizado actual.

La estrategia de creación empresarial es una herramienta importante para apoyar el trabajo gerencial y administrativo de emprendedores, empresarios, docentes y estudiantes de diferentes áreas del conocimiento.

Colección: Ciencias empresariales

Área: Administrativas

E
COE
EDICIONES



www.ecoediciones.com

