

BBVA

Escuela para el
emprendimiento BBVA

SESIÓN 2



Emprendimiento y finanzas personales
Segundo año

adelante.





BBVA

Emprendimiento y finanzas personales

Cartilla digital

Segundo año

adelante.

EVALUAR

COMERCIALIZAR

ADMINISTRAR

PRODUCIR



Pilar Sanabria Barragán
Dirección general

Juan Ramón González Rubio
Dirección pedagógica y autoría

Jorge Luis García G.
Dirección didáctica

Sandra Barragán P.
Asesora de proyecto

Diana Álvarez Alfonso
Asesora Pedagógica

Alba L. Suárez M.
Corrección de estilo

Adriana Lucia Guerrero M.
Diseño y diagramación

ISBN: 978-958-57777-6-7

Fundación Cultura Digital - Árbol del dinero
Impreso por: Cultura Digital
Bogotá-Colombia

Todos los derechos reservados

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo, ni en parte, ni registrada en, o transmitida, por un sistema de recuperación de información en ninguna forma, ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, digital, o cualquier otro, sin el permiso previo escrito de la Fundación.

Material adaptado para uso exclusivo de BBVA Colombia.
Responsabilidad Corporativa-Programa Escuela para el Emprendimiento BBVA.

Escuela para el emprendimiento BBVA, de la mano con tu futuro

BBVA Colombia, en los últimos años ha venido implementando su Plan de Responsabilidad Corporativa, que busca apoyar iniciativas enfocadas en educación, deporte y cultura y que ha permitido que miles de personas, especialmente niñas, niños y jóvenes se beneficien con educación de calidad, útiles escolares y sobre todo con posibilidades de poder cumplir los sueños de tener un mejor futuro.

Nuestro programa, Escuela para el emprendimiento BBVA que ahora llega a su segundo nivel y cuya cartilla tienes en tus manos, avanza en todo el país llegando a más ciudades y regiones, permitiendo que todos se beneficien de las posibilidades que esta iniciativa trae consigo y que ya ha comenzado a dar frutos luego de su primer año de implementación, a través del surgimiento de proyectos que seguramente cada día se irán estructurando mucho más.

Consideramos el desarrollo social como uno de los caminos para formar una sociedad igualitaria en oportunidades de formación y creación de riqueza. Creemos que facilitar el acceso a una mejor formación en igualdad de condiciones y poner al alcance de todos una educación de calidad es una obligación de las empresas y es allí en donde precisamente está nuestra razón de ser.

Te invitamos a que continúes haciendo parte de nuestros proyectos y que esta Escuela de la que ya haces parte, se consolide como el camino por el que puedas acceder a un mejor futuro, para ti y tu familia.

adelante.



¿Qué harías?



EL NEGOCIO DE MARÍA PAZ



Hace poco más de seis meses María Paz inició su negocio de venta de maquillaje para sus compañeras del colegio y del barrio. Ella siempre ha sido conocida por su buen gusto y facilidad para combinar estilos y colores, lo que hizo que su negocio en principio tuviera buena acogida; sin embargo en este momento siente que se ha estancado, que su clientela no crece y sus ventas alcanzan apenas para cubrir sus gastos y dar una pequeña ganancia, por lo cual decide asociarse con su mejor amiga, Camila, quien siempre ha sido bastante creativa y considera que le puede ayudar a mejorar su negocio. Lo primero que nota Camila es que su producto no es diferente al que se puede conseguir en las droguerías o supermercados del barrio, básicamente es el mismo producto y no ofrece ninguna diferencia con el resto.

Esto ha mostrado que Camila es una persona creativa pero su disciplina y ritmo de trabajo no es el adecuado para María Paz, muchas veces Camila llega tarde a las reuniones planteadas e incumple con sus compromisos. María Paz también ha reflexionado sobre ella misma y sabe que a veces puede ser un poco intransigente y tiene periodos en los que trabaja muy bien a muy buen ritmo pero otros en que no logra concentrarse y divaga mucho.

Aconseja a María Paz sobre qué hacer para mejorar los 4 aspectos de su negocio y si debe o no terminar su sociedad con Camila. Guíate con las preguntas para que sepas qué puedes proponer en cada caso.

Indicador de actividad

Ve a tus guías de trabajo y desarrolla el ejercicio propuesto en la actividad ¿Qué harías?



Indicador de actividad

Ve a tus guías de trabajo y desarrolla el ejercicio propuesto en "Compara lo que sabes".



Asume las actitudes para...

Evalúa tu idea de negocio

Un emprendedor siempre está pensando cómo mejorar su negocio. El cambio en todos los aspectos de la vida es indispensable para mejorar y por supuesto los cambios son fundamentales para tener negocios exitosos.

Conformarse con un relativo éxito no es una buena actitud para un emprendedor, ya que las condiciones del mercado pueden cambiar tan rápidamente que lo que antes era considerado un buen negocio, en un corto lapso puede ser un negocio en quiebra. El primer requisito para que esto no suceda es que el emprendedor esté consciente de la importancia del cambio y que quiera mejorar día a día, luego debe hacer una evaluación permanente de su idea y su negocio y aquí te guiaremos para que la hagas.



Recuerda las preguntas clave para evaluar tu idea de negocio:

Las preguntas clave para evaluar tu negocio son:



¿El producto se diferencia de los demás?

¿Estoy satisfecho con mi idea de negocio?

¿El producto tienen un alto valor agregado?

¿Estoy conforme con mis socios?

¿Mis socios están conformes conmigo?

¿El producto se diferencia de los demás?

Las diferencias entre productos no sólo pueden ser de forma, también puede tener diferencias de fondo que no necesariamente sean visibles para los clientes pero que sí implican una mejora en él.

Por ejemplo, un marco de fotos en guadua puede ser muy similar al de la competencia, pero si la guadua con la que se hace no es importada sino nativa de la región y además es orgánica, es un gran diferenciador del producto y que puede que ese solo factor incline a más clientes a adquirirla.

Algunas preguntas extra que te ayudan para contestar si el producto se diferencia de otros son:

¿Qué tiene mi producto que NO tenga otros en el municipio en mi región?

¿Esa diferencia es visible o no?

En caso de que no sea visible, ¿cómo hago para visibilizarla más?

¿Entiendo qué mi producto debe diferenciarse de los demás para ganar clientes?

¿El producto tiene un alto valor agregado?

Entre más valor se entregue al producto, más clientes se podrán atraer, así que es fundamental tener un producto con un alto valor agregado.

Una compraventa de ropa, por ejemplo, no aporta mucho valor al producto, pues lo que el dueño adquiere es ropa y lo que vende también es ropa, por eso su valor agregado es bajo y puede tener mucha competencia en cualquier momento. Una artesanía por el contrario, tiene un valor agregado más alto porque lo que adquiere el artesano son piedras, madera o pinturas y lo que entrega es una pieza que muchas veces es única.

Algunas preguntas extra que te ayudan para contestar qué tal alto es el valor agregado son:

¿En qué se diferencian las materias primas que uso para producir mi producto o servicio del producto o servicio final?

¿Qué característica es más valiosa para mí y para los clientes de mi producto o servicio?

¿Qué tanto valor percibe el cliente que tiene mi producto o servicio?

¿Mis socios están conformes conmigo?

Toda relación debe ser equilibrada y más una relación laboral ya que involucra manejo de dinero. No es fácil para una persona ponerse en los zapatos de otra y tratar de ver el mundo de una forma diferente, sin embargo es una de las formas más eficientes de iniciar a evaluar, y corregir si es necesario, una relación.

Antes de pensar qué está mal con los demás o qué debería cambiar ellos, es necesario determinar cuáles son mis propias fallas y cómo podría mejorar lo que estoy haciendo mal, de esta forma se pueden dar avances muy grandes en las relaciones laborales.

Algunas preguntas extra que te ayudan para contestar si tus socios están conformes contigo son:

¿Considero que he hecho bien mi trabajo en la sociedad?

¿Considero que he dado mi mejor esfuerzo por la sociedad, ayudando en la medida de mis posibilidades a mis socios?

¿Qué tan satisfactorios son los resultados de mi gestión en las tareas asignadas a mí en la sociedad?

¿Mis socios o los clientes han expresado inconformidades acerca de mi actitud, mi forma de trabajar o los resultados que he obtenido?

¿Estoy conforme con mis socios?

Una vez hecha la autoevaluación de tus actitudes, compromiso y resultados con la sociedad, es momento de preguntarte si sientes que tus socios han aportado lo que esperabas para la empresa.

Antes de iniciar debes tener en cuenta que cada persona tiene talentos y formas de trabajo diferentes y que el aporte de todos ellos construye una socie-

dad más fuerte, así que no es un desequilibrio en la relación si tus socios hacen las cosas de forma diferente pero obtienen buenos resultados.

Algunas preguntas extra que te ayudan para contestar si estás conforme con tus socios son:

¿Considero que mis socios han hecho bien su trabajo en la sociedad?

¿Considero que mis socios han dado el mejor esfuerzo por la sociedad, ayudándome en la medida de sus posibilidades?

¿Qué tan satisfactorios son los resultados de su gestión en las tareas asignadas a ellos en la sociedad?

¿Los clientes han expresado inconformidades acerca de su actitud, su forma de trabajar o los resultados que han obtenido?



El caso Blockbuster®

A partir de su apertura en 1985, Blockbuster® fue consolidándose como uno de los negocios más exitosos en los Estados Unidos. Su idea, innovadora en ese momento, era permitir que las familias rentaran películas y éxitos taquilleros para ser vistas en la comodidad de su hogar por un precio menor que una entrada a cine. Muchas empresas trataron de imitar su modelo de negocio pero Blockbuster® tenía otra ventaja y es que compartía las ganancias con las productoras de cine para poder tener acceso más rápidamente a películas recientes, así que los compradores siempre encontraban en Blockbuster® las películas más recientes a menor costo. Su éxito fue tal que en 2002 su capitalización en el mercado era superior a los 5.000 millones de dólares.



Sin embargo, en menos de una década Blockbuster quebró. La causa, Internet y Netflix®. Netflix® no inventó ninguna nueva tecnología ni patentó una mejora significativa, simplemente creó un nuevo modelo de negocio. En vez de pagar por alquilar una película, Netflix® cobra por una suscripción que te permita ver tantas películas y series como quieras desde cualquier computador con conexión a internet.

De esta forma los usuarios no pagan multas por entregar tarde un vídeo y pueden ver tanto como quieran, y así fue que Netflix® llegó a ocupar el lugar de Blockbuster como negocio de referencia de películas en casa.

Indicador de actividad

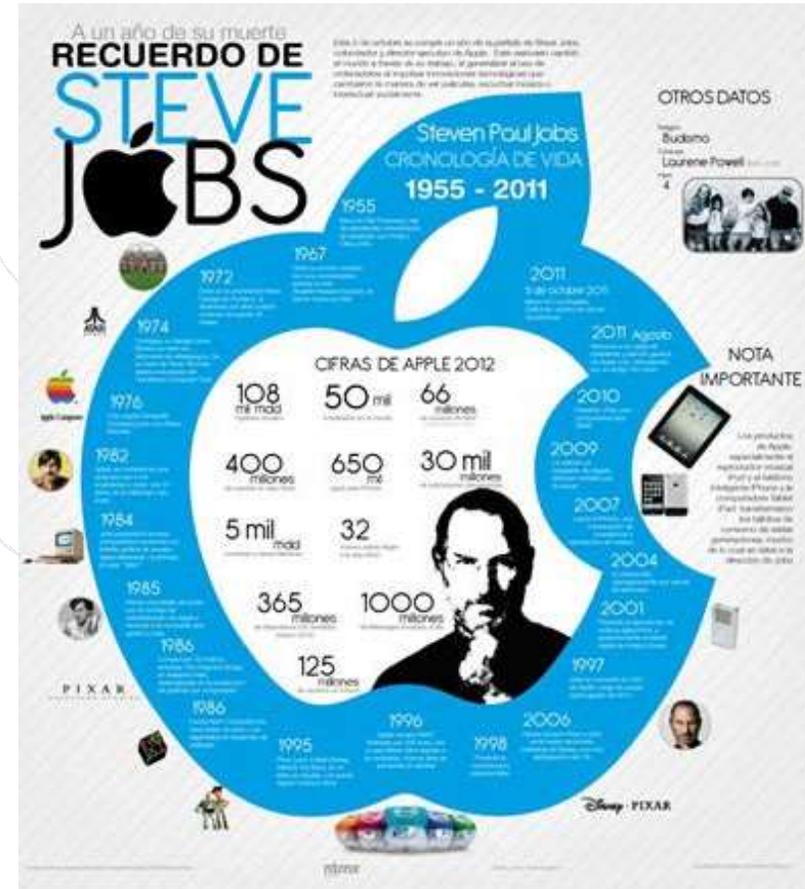
Ahora que ya sabes cómo evaluar tu idea de negocio ve a tus guías de trabajo y desarrolla el ejercicio propuesto.



Un ejemplo de emprendedor.



Steve Jobs es uno de los ejemplos de espíritu emprendedor más admirables. Sus ideas revolucionaron el mundo de las comunicaciones y crearon una de las compañías más conocidas y sólidas del mundo.





Natalia



Sebastián



Gabriela

Natalia y Sebastián son estudiantes de noveno grado y como su escuela está desarrollando el programa “Escuela para el emprendimiento BBVA”, se asociaron con Gabriela y decidieron iniciar el año pasado una sociedad de fabricación de canecas para reciclar, ya que tienen el conocimiento para hacerlo y además el cuidado del medio ambiente les apasiona a los tres. Cuando iniciaron sabían que si orientaban este negocio de la manera adecuada se iba a mantener a largo plazo, lo cual les garantizará la generación de recursos con el paso del tiempo.

Ahora, un año después de haber iniciado con todo entusiasmo esta sociedad, ha llegado el momento de evaluar sus resultados. Al comienzo de la sociedad tuvieron pequeñas dificultades para fabricar las canecas con las especificaciones adecuadas y además las ventas no han sido las esperadas, quizás porque se pusieron metas muy altas o porque no pudieron llegar de forma adecuada a los clientes; sin embargo ellos sabían que se les iban a presentar dificultades y han trabajado fuertemente para consolidar su sociedad.

Lo **primero** que hicieron fue seguir el camino para evaluar su idea de negocio y se preguntaron:

- 1 ¿Estamos satisfechos con el producto?
- 2 ¿Estamos satisfechos con la rentabilidad, las ventas y ganancias del producto?
- 3 ¿Estamos satisfechos con el equipo de trabajo?

Los tres coincidieron en que deberían mejorar el producto y la rentabilidad y ventas de la sociedad y Natalia y Gabriela expresaron que no estaban del todo satisfechas con el equipo de trabajo, así que a partir de ese primer análisis iniciaron a evaluar su idea con mayor profundidad.

Mejora del producto

Lo primero que acordaron los socios fue definir qué aspectos del producto no les satisfacían, así que acordaron que primero cada uno de ellos definiría qué aspectos se deberían modificar de forma individual y luego discutían entre todos a qué aspectos deberían darle prioridad.

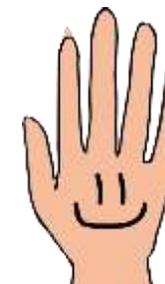
Sebastián sugirió que hicieran una tabla para que cada uno registrara qué parte del producto debería modificar y como resultado encontraron lo siguiente:

Cree que se debe mejorar en...	Natalia	Sebastián	Gabriela
Imagen del producto	NO	NO	SÍ
Calidad	SÍ	SÍ	SÍ
Percepción de valor	SÍ	NO	SÍ
Valor agregado	SÍ	SÍ	SÍ
Aspectos técnicos	SÍ	NO	NO

A partir de la percepción individual de cada uno, los socios decidieron hacer una discusión de por qué consideraban que cada uno de esos aspectos debería mejorar y así definir qué aspectos priorizarán.

En primer lugar Gabriela expuso sus recomendaciones acerca de la imagen del producto. Ella dice que si bien la imagen no le desagrada, siente que no es lo suficientemente llamativa para los clientes y que la sociedad debería comenzar a tener una imagen institucional que pueda ser reconocida en el colegio y la comunidad.

Algo en lo que todos coinciden es que la calidad de las canecas no es lo que esperaban. Si bien al inicio tuvieron inconvenientes con los materiales para construirlas, aún sienten que les hace falta pericia para hacerlas mejor y saben que deben investigar mejores métodos de construcción, pegantes más eficientes y mejores materiales. Natalia hizo notar que en una ocasión tuvo que devolver el dinero a un cliente a quien la caneca se le dañó



luego de dos días de comprada y todos saben que ese aspecto debe mejorarse.

En cuanto a la percepción de valor y valor agregado, también están de acuerdo en que el valor agregado es bajo. Si bien en un principio decidieron que era mejor que ellos hicieran canecas con materiales reciclables, pues no valía la pena simplemente comprar canecas para vender las mismas canecas, sienten que el sólo hecho de que sean hechas con materiales reciclables no es suficiente y si bien Natalia no siente que los clientes perciban con poco valor el producto, sus otros dos compañeros sí lo perciben y comparten con ella percepciones que han recogido con familiares, amigos y otros clientes que han adquirido la caneca.

Conclusiones

- ✓ Los socios decidieron que encargarían a Gabriela para que con la creatividad que siempre la caracteriza pensara en el diseño de una nueva imagen corporativa, ella se comprometió a tener tres propuestas diferentes para escoger.
- ✓ Definitivamente una de sus principales debilidades es su desconocimiento en técnicas artesanales, así que los tres socios se comprometieron a tomar un curso de artesanías y manualidades en la escuela donde la mamá de Gabriela enseña, así se cualificarán y mejorarán la calidad de sus productos e incluso podrían pensar en sacar a la venta un nuevo producto.
- ✓ Para aumentar el valor agregado del producto Natalia propuso que al momento de venderlas se ofrezca una pequeña charla para que los clientes sepan cómo reutilizar materiales en casa y cómo ahorrar en el consumo de agua y de energía, además Gabriela sugirió que se regalaran bolsas de diferentes colores para que los clientes pudieran reciclar fácilmente, así por ejemplo, la bolsa blanca sería para residuos orgánicos, la gris para vidrios, la azul para plásticos, etc.



Mejoras en las ventas del producto

Siguiendo el mismo sistema que emplearon para decidir qué mejoras al producto hacían, los socios construyeron la siguiente tabla:

Cree que se debe mejorar en...	Natalia	Sebastián	Gabriela
Equipo de ventas	NO	NO	NO
Resultados de las ventas	SÍ	SÍ	SÍ
Modelo de negocio	NO	SÍ	NO
Distribución	SÍ	NO	SÍ

A partir de la percepción individual de cada uno, los socios decidieron hacer una discusión de por qué consideraban que cada uno de esos aspectos debería mejorar para decidir qué aspectos priorizarán.

Todos coinciden en que el equipo de ventas no es el problema. Natalia ha estado encargada de hacerlas y todos le reconocen que ha hecho un buen trabajo pero saben que falta algo más en ellas.

Natalia misma hace notar que a diferencia de sus socios, ella considera que el modelo de negocio no es adecuado y que deben buscar una mejor forma de venderlas. Llegar puerta a puerta con ellas suele ser desgastante y muchas veces las personas sienten que les hacen perder el tiempo, así que Natalia sugiere algunos métodos para mejorar las ventas cambiando el modelo. Sus demás compañeros concuerdan y aunque al principio no lo consideraban un problema, los argumentos de Natalia los convencieron.

Conclusiones

- ✓ Por iniciativa de Natalia, los socios acordaron que formarían alianzas con los dueños de tiendas cercanas para que exhiban sus productos a cambio de darles un mejor precio de venta y aumentar así la cantidad de clientes.
- ✓ Sebastián propuso que podrían convencer al colegio de comprar sus canecas para todos los salones a cambio de que la sociedad ofreciera charlas en los cursos de preescolar y primaria acerca de reciclaje y consumo responsable.
- ✓ Los socios también pensaron que sería buena idea que en las campañas que llevarían a cabo de limpieza y cuidado del ambiente, dejarían un contacto telefónico para que quienes estuvieran interesados en las canecas los llamaran.

Mejoras en el equipo de trabajo

Siguiendo el mismo sistema que emplearon para decidir qué mejoras al producto hacían, los socios construyeron la siguiente tabla:

Cree que se debe mejorar en...	Natalia	Sebastián	Gabriela
Equipo de ventas	SÍ	SÍ	NO
Resultados de las ventas	NO	NO	NO

A partir de la percepción individual de cada uno, los socios decidieron hacer una discusión de por qué tenían inconformidades con la conformación de la sociedad.

Uno por uno, cada socio expuso sus inconformidades con el desempeño de los socios. Sebastián expuso que si bien Natalia estaba encargada de las ventas y no habían conseguido los resultados esperados, estaba satisfecho con su labor; sin embargo le comentó a Gabriela que la veía un poco desinteresada en la empresa, que su labor como encargada de la administración y finanzas no había sido buena. Señaló que, por ejemplo, a la fecha no conocían los estados financieros de la empresa, es decir cuántas han sido las ventas y cuántos los gastos, además señaló que siempre que hacían un evento había mucha desorganización y que pese a que Gabriela es una persona muy importante para él, como socia tiene algunas falencias.

Natalia a su vez expuso las razones por las que está inconforme con Gabriela. Expresó que dos veces le había hecho un pedido de canecas para vender a unos familiares y las entregó tarde, también hizo notar lo mismo que Sebastián dijo acerca del estado de las finanzas pero resaltó que Gabriela tenía otras fortalezas pero no eran en el área administrativa, dijo que ella era muy creativa y que tenía un sentido artístico muy bueno que debería explotar.

Finalmente Gabriela expuso que ella tampoco se sentía a gusto con su equipo de trabajo. Mencionó que muchas veces sentía que Sebastián y Natalia tomaban decisiones sin consultarla y que creía que muchas veces le ocultaban información, reconoció que su labor en lo administrativo había sido deficiente y reiteró lo que los demás pensaban, que ese no era su fuerte, así que entre los tres socios decidieron que deberían evaluar si continuar o no con la sociedad buscando que hubiera un equilibrio en sus relaciones laborales.

USO

- ✓ Debido a las situaciones expuestas y en busca del bienestar de todos, los socios decidieron que lo mejor era finalizar con la relación laboral. Gabriela emprenderá un proyecto independiente de diseño de imagen y publicidad para pequeños negocios, mientras que Natalia y Sebastián continuarán con el negocio de venta de canecas pero acordaron hacer modificaciones para mejorar su relación laboral.

Compromisos de Natalia:

- Buscará mejores formas de distribución de sus productos y mensualmente se compromete a mostrar un balance de las ventas.
- Tomará un curso de artesanías para mejorar la calidad de las canecas.
- Hará sus observaciones acerca de la sociedad de una forma asertiva, siendo clara pero sin levantar la voz e irrespetar a los demás.

Compromisos de Sebastián:

- Se involucrará en las ventas de la sociedad y mensualmente buscará un determinado número de nuevos clientes para hacer crecer el negocio.
- Tomará un curso de manualidades para mejorar la calidad de las canecas.
- Mensualmente mostrará un informe de los gastos en la fabricación de las canecas.
- Expresará sus observaciones acerca de la sociedad de forma más seguida y no se guardará para sí sus opiniones.

Compromisos de los socios:

- Semanalmente harán una reunión de una hora para evaluar el estado de la sociedad.
- Iniciarán y terminarán puntualmente todas sus reuniones.
- Compartirían un archivo digital donde anotarían mensualmente el progreso de cada una de las áreas de los que estaban encargados.



Donación e impacto

Finalmente Natalia y Sebastián deciden evaluar el estado de las donaciones e impacto que han logrado en la comunidad.

Natalia expone que ella es consciente de que la sociedad ha estado un poco rezagada en ese aspecto y coincide con Sebastián en que deben poner más énfasis en el impacto que puede tener su sociedad en el entorno.

Sebastián a su vez tiene algún recelo en cuanto al porcentaje de la donación que deben hacer, pero Natalia le expone los argumentos que lo convencen de incrementar el porcentaje de donación en caso de aumentar las ventas.

Finalmente, los socios hacen una lista del impacto que han tenido en su entorno y coinciden en que podrían tener un impacto mucho mayor sin tener que invertir más dinero y con solo un poco más de esfuerzo, eso sí, ambos coinciden en que el impacto que quieren causar es en el medio ambiente de la comunidad.

Conclusiones

- ✓ Los socios acordaron que el porcentaje de donación se mantendría en un 10%, pero cuando la sociedad duplique sus ventas, el porcentaje de donación será de 15%.
- ✓ Sebastián hizo una propuesta ante sus compañeros de curso en la que las sociedades juntarían sus donaciones para que el impacto fuera más significativo; todos estuvieron de acuerdo y decidieron que a final del periodo harían una asamblea y decidirían en qué invertirían el dinero.
- ✓ Para aumentar el impacto en la comunidad, además de los talleres que propusieron dictar para aumentar sus ventas, los socios han propuesto llevar a cabo una jornada de limpieza del parque cercano al colegio en el que los voluntarios llevarán una camiseta blanca con el logo de la sociedad y los residuos los pondrán en las canecas que venden.

Así que después de la evaluación que hicieron, Natalia y Sebastián notaron que su negocio había avanzado y se había hecho aún más fuerte, tal como lo muestra el esquema.

Aspecto	Antes	Después
Socios	Natalia, Sebastián y Gabriela.	Natalia y Sebastián.
Descripción del producto	Canecas hechas con materiales reciclables de calidad aceptable.	Canecas hechas con materiales reciclables, resistentes, de alta calidad y en tamaños y diseños variados.
Valor agregado	Canecas con materiales reutilizables.	Canecas con materiales reusados que incluyen bolsas de colores para diferentes tipos de materiales, un instructivo de cómo y qué se puede reciclar, y charlas informativas de consejos para reciclar y ahorrar en casa.
Ventas y distribución	Uno a uno, casa por casa.	Uno a uno, producto distribuido en tiendas cercanas, atención a pedidos por teléfono, acuerdos institucionales (con el colegio, por ejemplo).
Donación	10% individual	10% al inicio, 15% si las ventas se duplican y la harán de forma grupal.
Impacto	Bajo, algunas personas que tomaron conciencia del cuidado del ambiente	Medio-alto. Muchas personas que tomaron conciencia de cuidar el ambiente, niños de preescolar y primaria capacitados para reciclar, parque aledaño al colegio y zonas verdes del mismo limpias.

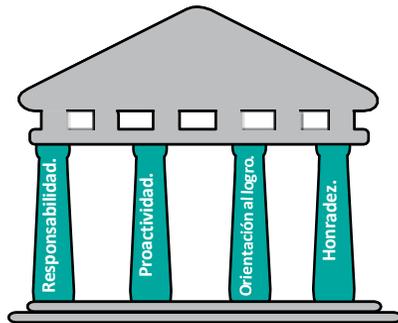


Equilibrio en las relaciones

Evaluar el equilibrio en las relaciones algunas veces puede ser complicado, sin embargo siempre hay que recordar dos principios fundamentales, ponerse en los zapatos de los demás y poner el bien colectivo sobre el individual.

En una relación cualquiera, ambas partes involucradas hacen aportes a dicha relación, esperando recibir a cambio. En la amistad, por ejemplo, los amigos aportan confianza uno a otro esperando a cambio que ésta no sea defraudada. En el momento que uno de ellos rompe este ciclo, ocurre un desequilibrio en la relación.

Recuerda que en una relación laboral, los parámetros de equilibrio son responsabilidad, proactividad, orientación al logro y honradez.



A continuación encontrarás ejemplos de momentos en los que un socio asume adecuada e inadecuadamente cada una de ellas.

Responsabilidad. Todos los socios deben tener el mismo grado de responsabilidad en la empresa y si bien sus responsabilidades pueden ser diferentes, deben asumirlas adecuadamente. La puntualidad, el cuidado en los detalles, el tener buenas prácticas de trabajo son factores que influyen en la responsabilidad.

Un socio actúa con responsabilidad cuando...

- *Asume las consecuencias de sus actos.*
- *Emprende acciones para reparar él mismo sus errores.*
- *Asume sólo las tareas que se sabe que puede cumplir.*
- *Es puntual en las reuniones, citas y en general cualquier actividad relacionada con la sociedad.*
- *Entrega informes a tiempo de los gastos o ingresos.*
- *Se compromete a conseguir una cita y lo cumple.*



Un socio NO actúa con responsabilidad cuando...

- *Achaca las culpas de sus actos a otros.*
- *Asume más tareas de las que puede hacer.*
- *Incumple con los tiempos de entrega de productos.*
- *No asiste a reuniones o eventos de la sociedad.*
- *Llega tarde a citas con los clientes.*

Proactividad. Es una actitud que implica siempre tomar la iniciativa de todas las acciones propias y de la compañía; ser proactivo implica anticiparse a aquello que pueda afectar la empresa como reacciones de los clientes, cambio en el mercado, etc.

Un socio actúa con proactividad cuando...

- *Se anticipa a los problemas que puedan surgir.*
- *Se pone en los pies del cliente y encuentra los posibles defectos que éste puede encontrarle al producto y los corrige.*
- *Revisa periódicamente el presupuesto para determinar si se cumplirán o no las metas antes de que se tengan los reportes.*
- *Aprovecha espacios como reuniones y demás para establecer contacto con posibles nuevos clientes.*
- *Aporta ideas de cambio y mejoramiento constantemente.*

Un socio NO actúa con proactividad cuando...

- *Da explicaciones o informes sólo cuando se lo solicitan.*
- *Ve un problema pero no comunica nada ni lo soluciona porque no está dentro de sus tareas.*
- *Sólo espera a fin de año para ver cómo está la empresa económicamente.*
- *Espera a que los clientes se quejen para actuar.*

Orientación al logro. No basta con ser responsables y tener la capacidad de proponer ideas y mejoras para la organización, hay que conseguir los resultados que se esperan de cada socio. No basta sólo con hacer lo posible sino conseguir aquello que se propuso con calidad y efectividad beneficiando a la organización (siempre en el marco del respeto y la legalidad).

Un socio actúa con orientación al logro cuando...

- *Pone en números o indicadores claros y medibles sus metas. Por ejemplo producir semanalmente 5 canecas con material reciclado o contactar a 20 clientes por teléfono antes del viernes, etc.*



Semanalmente hace una lista de las cosas que debe conseguir para la empresa.
 Cumple con los objetivos propuestos.
 Actúa por el bienestar de la empresa y no sólo por bienestar propio. Se esfuerza no solo por hacer productos a tiempo sino de calidad.

Orientación al logro

Un socio NO actúa con orientación al logro cuando...

Da excusas de por qué no se cumplieron los objetivos o se alcanzaron las metas. Sólo hace tareas que le asignan y no cumple otras. Sólo cumple una parte de sus tareas.
 Frecuentemente logra solo una parte de sus tareas.

Honradez. No tiene que ver exclusivamente con tomar o no dinero que no corresponde. La honradez va más allá e implica la confianza entre socios, la capacidad de decir la verdad y de confiar en los demás. Cuando hay problemas, inconformidades o cuando las cosas no salen según lo planeado, la actitud adecuada es expresarlo de la mejor manera ya que no hacerlo perjudicaría la organización.

Un socio actúa con honradez cuando...

Dice cuando comete un error y no espera a que se descubra. Expresa lo que siente cuando un error ocurre en la sociedad. Tiene siempre las cuentas claras.

Un socio NO actúa con honradez cuando...

Revela información confidencial de la sociedad. Toma dinero de la sociedad sin decir, no importa que no la reponga después.
 Es evasivo en sus respuestas.
 Oculta información a sus socios.

Honradez.

Indicador de actividad

Ahora que ya sabes cómo evaluar el equilibrio de tus relaciones, puedes hacer la actividad indicada.



Formato de liquidación de la sociedad.

BBVA

Formato de terminación de sociedades Escuela para el emprendimiento BBVA.

Ciudad:	Fecha:
Institución:	

Los estudiantes identificados a continuación

 nombre

 nombre

 nombre

 nombre

En calidad de socios de la empresa _____ nombre de la empresa o negocio _____ han decidido de común acuerdo liquidar la sociedad constituida en el marco del proyecto de Escuela para el emprendimiento BBVA iniciado en _____ fecha de inicio _____

Los aquí firmantes acuerdan respecto a los dividendos, deudas y uso de la marca que:

 Acuerdos de las deudas si las hubiese

 Acuerdos de la repartición de activos si los hubiese

 Otros acuerdos

En constancia firman:

 Estudiantes

 Tutor

adlanta.

