

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INGENIERÍA

**CARRERA DE AGROINDUSTRIA (R-A)**

# ASIGNATURA

EMPRENDIMIENTO Y AGRONEGOCIOS

# DOCENTE

ING. SONIA RODAS Ph.D

Semestre 2023 – 2S

# RIOBAMBA-ECUADOR

**UNIDAD 3.**

# PRINCIPIOS DEL EMPRENDIMIENTO

1. **CARACTERÍSTICAS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS**

# EMPRENDEDORAS

## CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

Sin importar cuál sea tu idea de negocio, hay cualidades que son básicas entre las personas que deciden emprender.

**Creatividad e ingenio**

El primer paso para emprender es tener una idea, ya que a partir de ésta es donde surgen proyectos nuevos y se puede revolucionar el mercado o sector.

**Pasión**

Bien dicen que cuando amas lo que haces, el éxito llega solo. Y para emprender, se necesita tener motivación. La única manera de enfrentar y lidiar con las dificultades que surjan en el camino es amando lo que haces.

**Visión**

Visualiza tu negocio y cúmplelo. No basta con tener ideas o sueños, es importante buscar los medios para llevarlos a cabo. Recuerda que, si tú no lo haces, nadie lo hará por ti.

**Liderazgo**

Ya tienes el proyecto, ahora ¡toma las riendas! Debes aprender a detectar las oportunidades y aprovecharlas en el momento justo. Todo líder influye en su equipo para tomar decisiones, pero también los guía.

**Paciencia**

Un buen negocio no nace de la noche a la mañana y, muchas veces, deberás trabajar a prueba y error. Enfrentar las adversidades e intentarlo una y otra vez, será vital para llegar a la cima.

**Confianza en ti**

Nadie confiará en tu negocio si tú no lo haces. Las demás personas deben verte seguro de ti mismo. Si dudas en algún momento, eso se reflejará en el entorno y podría repercutir en tu proyecto.

**Responsabilidad**

Cualquier negocio, por pequeño que sea, debe tomarse con seriedad. Involúcrate en todas las actividades y asume responsabilidades tanto con tu equipo, como con los clientes, socios o proveedores.

**Receptivo**

Todos los días se aprende algo y en tu camino hacia el éxito, debes estar abierto para aprender todo lo que puedas y a recibir críticas constructivas para mejorar.

**Empatía**

Ponerte en el lugar de los otros para entender sus necesidades te ayudará a crear vínculos con las personas. Si eres empático, serás capaz de conectarte con tus clientes.

**Decisión**

Todos los proyectos de emprendimiento, tarde o temprano, llegan a una de las tareas más importantes: tomar decisiones. Si analizas las ventajas y desventajas de una situación, siendo lo más objetivo posible, las decisiones que tomes serán acertadas.

**Y recuerda…**

* Para emprender, es necesario tomar riesgos.
* Acércate con los expertos y aprende de ellos.
* Existen instituciones que brindan financiamiento para impulsar a jóvenes emprendedores.
* Ten la mente abierta, hay mucha competencia en el mercado. Así que, mantente actualizado.
* Nada es lo que parece. Hasta que no lo intentes, no sabrás si algo puede funcionar.

Los mejores emprendedores son aquellos que comienzan con negocios reales y que no desisten jamás en el intento. Si tienes una idea, ¡hazla realidad!

## HABILIDADES DEL EMPRENDEDOR

Una persona emprendedora es lo opuesto a un conformista. Es alguien que no está contento con su situación actual y busca mejorarla. Tiene visión de futuro, busca oportunidades de cambio en sus comunidades, busca mejorar el entorno, corre riesgos, se fija metas, tiene capacidad de persuasión y, sobre todo, es alguien que pasa de la idea a la acción. Porque, en resumen, emprender es poner manos a la obra, es actuar, es moverse, es cambiar. Para ellos un emprendedor debe poseer lo siguiente.

Para llegar a tener éxito en un emprendimiento se debe conocer un poco sobre lo que son las habilidades emprendedoras y sus características. Adoptar de alguna forma estas cualidades, ayudará a alcanzar mayor destreza en nuestro emprendimiento y mejorará nuestra calidad de vida siendo exitosos en cuanto a nuestras metas. Las habilidades más acertadas que debe desarrollar para obtener logros son:

**Capacidades de venta y negocios**

Tener talento para las ventas es una de las habilidades más importantes para el emprendimiento.

Esto implica ser capaz de conectar con los demás, visualizar los aspectos fundamentales del producto o servicio y ofrecerlo de modo que sea atractivo para tus clientes.

Para esto, no solo es necesario saber sobre negocios y marketing, sino también contar con habilidades, como la receptividad. Adicionalmente, debes tener más empatía, entender las necesidades de los clientes y ofrecerles soluciones. Habilidades necesarias para ser un buen emprendedor

**Creatividad, iniciativa e ingenio**

Todo surge de una idea inicial y debes tener el empuje suficiente para transformar ese sueño en una realidad. En un mercado tan cambiante como el de los negocios, siempre hay que pensar en cómo buscar nuevas formas de llegar a la meta.

Innovar, adaptarse a los cambios y sacar provecho de ellos son algunas de las estrategias de marketing para negocios que aprenderás con este curso.

**Visión y determinación**

Visualizar el negocio es fundamental, pero también es importante buscar los medios para llevar a cabo esos sueños. Debes tomar decisiones importantes para materializar tus ideas y llevarlas a buen término.

**Pasión**

Es una de las principales habilidades del emprendedor que no debe faltar en ningún momento, sin importar lo adversa que sea la situación. Para emprender, necesitas motivación y ganas de lograr grandes cosas. La pasión no lo es todo, pero ¡es el motor que te moverá!

**Decisión y gestión**

Tomar decisiones es una tarea imprescindible desde el principio. Debes tener conocimientos sobre gestión de negocios si quieres ir por caminos acertados y con mejores resultados.

**Liderazgo**

Ser buen líder es una parte importante de tener un negocio. Esto no solo te servirá para detectar las oportunidades y aprovecharlas en el momento justo, sino también para influir en la toma de decisiones del equipo y guiarlos. La motivación es una de las habilidades del emprendedor que van de la mano con el liderazgo.

**Responsabilidad**

Cualquier negocio, por pequeño que sea, debe tomarse con total seriedad y responsabilidad. Esto no solo supone involucrarse en todas las actividades y asumir compromisos frente al equipo, los clientes y los proveedores, sino que también implica capacitarse y mejorar constantemente para adquirir más conocimientos de emprendedor.

**Confianza**

Debes confiar en que tienes las capacidades para llevar adelante tu emprendimiento. Es decir, si muestras seguridad y confianza en ti mismo, las demás personas también confiarán en ti.

**Paciencia y disciplina**

Un buen negocio no se hace de la noche a la mañana. Por este motivo, debes tener la paciencia y la disciplina suficiente para hacer frente a múltiples desafíos. Habrá momentos de incertidumbre en los que conocerás el verdadero significado de la prueba y el error. Pero ¡la recompensa vendrá cuando tu negocio esté marchando sobre ruedas!

**Comunicación**

Comunicar de forma fluida y eficaz tus ideas es importante para que todos tus colaboradores estén en la misma página. Esto también aplica para tus clientes, ya que debes tener la capacidad de explicarles de qué se trata el negocio y por qué deberían confiar en él. La persuasión también es útil si quieres vender mejor tu producto o servicio.

Aprovecha todos los canales de comunicación que tienes disponibles para dar a conocer tu emprendimiento y recuerda destacar tu negocio en redes sociales con el Diplomado de Marketing.

## COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Se dice que para tener éxito hay que fracasar y no estamos aquí para desafiar la sabiduría popular. Pongamos que ya nos hemos caído, nos hemos levantado y nos estamos preparando para volver al camino del triunfo. Para alcanzar el éxito y volver a fracasar

## Búsqueda de oportunidades e iniciativa

Evidentemente el éxito empresarial no llamará a nuestra puerta mientras estamos sentados en el sofá en pijama o viendo una película durante la sobremesa. La suerte hay que salir a buscarla y hay que tener la mente abierta y configurada para encontrar y explotar todas las oportunidades posibles. Un emprendedor es una persona que busca las oportunidades, siempre.

## Persistencia

Uno solo fracasa si después de un contratiempo se da por vencido. Pero en el mundo empresarial hay que ponerse rodilleras y coderas y prepararse para recibir una negativa tras otra hasta que un día suena la flauta. De esta manera, la persistencia es una de las mejores compañeras del emprendedor. “¡No te rindas!”, es el lema del emprendedor.

## Cumplimiento de los compromisos

No hay nada peor que no tener palabra. Para que se nos tome en serio debemos cumplir lo que

prometemos a cualquier persona que nos acompañe en nuestra aventura empresarial, independientemente si es un mentor, un proveedor o un cliente. Todos deben saber que pueden confiar en nosotros ciegamente. Si lo digo, lo hago.

## Exigencia de calidad y eficiencia

Haciendo la vista gorda y aceptando un resultado mediocre no hacemos ningún favor a nadie. Debemos obstinarnos en ofrecer la mejor versión de nosotros mismos y buscar lo mejor y de la mejor manera posible. Si no es el caso, significa que no vamos por el buen camino. Un emprendedor de éxito siempre quiere mejorar la calidad de su trabajo.

## Riesgos calculados

Quedándonos en la zona de confort no avanzaremos nunca. Hay que tirarse a la piscina y hay que hacerlo con todas las consecuencias. Pero tampoco está de más comprobar primero si esa piscina tiene agua, a qué temperatura está o si está medianamente limpia. Puede que todos estos cálculos tomen un poco de tiempo, pero una vez abajo, el salto habrá valido la pena.

## Fijación de objetivos

La distancia de un punto “A” a un punto “B” puede parecer totalmente lejos de nuestro alcance, imposible. Pero, si fijamos una escalera de pequeñas metas y vamos avanzando poco a poco, cuando estemos arriba miraremos de dónde venimos con vértigo y ni nos habremos dado cuenta del esfuerzo. Es la competencia la más importante porque sin objetivos nada tiene sentido.

## Búsqueda de información

La información es poder. Para tener un negocio de éxito hay que estudiar todos los factores del mercado en el que nos vamos a sumergir, de las personas con las que vamos a trabajar y de los clientes a los que debemos satisfacer. Para poder anticipar y evitar problemas hay que tener información de calidad.

## Planificación y seguimiento sistemáticos

Para no perdernos por el camino del emprendimiento, lo más práctico es que usemos un mapa y sigamos sus indicaciones de forma precisa hasta llegar a nuestro destino. De lo contrario, seguramente demos muchas vueltas y acabemos perdidos.

## Persuasión y contactos

Anteriormente veíamos que el éxito no se servía a domicilio y ahora nos damos cuenta de que hay que ir a una pizzería para comer una pizza y, si conocemos al pizzero, es probable que cenemos todavía mejor. Además, debemos aprender a convencer a nuestro interlocutor de que nuestro proyecto es fiable, de que tenemos palabra y lo tenemos todo bajo control.

## Independencia y confianza en los propios medios

Para poder convencer a los demás primero tenemos que estar seguros de nosotros mismos. Debemos conocer tanto nuestras carencias como nuestras capacidades; unas para subsanarlas y otras para explotarlas. Además, es importante que seamos capaces de, una vez alcanzado el éxito, sentarnos un rato y mirar lo que hemos conseguido, los retos que hemos afrontado, los fracasos y éxitos que hemos tenido, con toda la satisfacción del mundo

# INNOVACIÓN COMO BASE PARA EL DESARROLLO DEL

**EMPRENDIMIENTO**

La innovación en el emprendimiento está relacionada de alguna forma con las expectativas de los clientes y en conjunto con el marketing, son los que le dan favorables resultados a un negocio. Se trata de una interesante búsqueda que aprovecha las tendencias de consumo con el profundo conocimiento del mercado para proporcionar nuevos productos. Debido a esto, tienes la posibilidad de estar por delante de los demás competidores, lo que significa que cuando ellos logren actualizarse, ya tú hayas avanzado.

Debes saber que la innovación sin creatividad es como emprender un proyecto con un producto o servicio que no sea competitivo frente a la competencia, por lo que la única diferencia será la diferencia de precio entre ambos y no el valor que genera una idea que sea creativa.

## La importancia de innovar en un emprendimiento

Innovar es sumamente importante en el desarrollo de una empresa, se trata de la creación de nuevas ideas, soluciones y hacer cambios que generen los mejores resultados para lograr el éxito. Es por eso que esta labor es fundamental en las empresas para que puedan avanzar favorablemente, lo que implica que no solo se deban adaptar a las nuevas tendencias, del mismo modo deben participar en los diferentes cambios que se presentan constantemente a nivel mundial.

La innovación dentro de la empresa, surge mayormente por parte de los empleados, ya que son los que tienen la capacidad de proporcionar diferentes ideas que pueden llegar a favorecer a la empresa logrando colocarla en una de las mejores posiciones dentro de la competencia.

Algunas cualidades de innovar en un emprendimiento son:

## Tener mente abierta a cualquier cambio

Antes de empezar a innovar, debes estar abierto a escuchar las nuevas ideas y si es posible adoptarlas, porque uno de los factores principales de esta labor es precisamente estar abierto a cualquier cambio, de esa forma es mucho más fácil modificar los productos o servicios que ya existen y fortificar la creatividad cuando se presentan nuevas ideas desde el comienzo.

No es recomendable forzar a los empleados a mantenerse en la rutina, esto no generará ideas nuevas, por lo tanto, se debe ser flexible y escuchar sus opiniones para tenerlas en cuenta al momento de hacer cambios que conlleven al éxito.

## Reconocimiento a la innovación en las empresas

Cuando se piensa distinto y los retos laborales se ven desde otra perspectiva, se debe valorar, un empleado creativo e innovador es muy valioso para la empresa, ya que puede cambiar positivamente la perspectiva del negocio.

Por lo tanto, es fundamental que ese empleado se sienta valorado, un buen ascenso o un aumento de sueldo es una buena forma de hacer sentir a gusto a ese empleado por su compromiso y su apasionante aporte a la empresa.

## Capacitaciones interactivas

Es apropiado preocuparse por la formación de los empleados, para eso se pueden implantar cursos, talleres y entrenamientos para que crezca profesionalmente en diversas áreas. Las dinámicas de trabajo también son favorables, porque ayudan a interactuar y estimular la creatividad para el surgimiento de las ideas.

# MARKETING PARA EMPRENDIMIENTOS BASADOS EN

**AGRONEGOCIOS**

El marketing para emprendedores es una tendencia generalizada en el mundo de los negocios y servicios, que consiste en realizar un conjunto de actividades encaminadas a dar a conocer y promocionar un producto o servicio de manera planificada, y con estrategias claves para alcanzar posicionarlo con los mejores resultados.

Es saber vender lo que ofrece el emprendedor en particular y mostrar realmente, que, aunque represente algún producto o servicio que ya está en el mercado o que se trate de uno nuevo, guiará el concepto de mercadeo hacia algo distinto, mostrando las bondades, aportes, beneficios y lo novedoso que tiene, para lo cual se requieren unas competencias específicas que es necesario desarrollar para obtener el aprendizaje que llevará a ser eficiente en posicionarlo.

A través del marketing para emprendedores se busca canalizar los esfuerzos necesarios para posicionar el producto o servicio de manera efectiva, logrando:

* Conocer las demandas y expectativas del cliente.
* Identificar tendencias y exigencias del mercado
* Desarrollar pautas sobre la calidad del producto o servicio
  + Saber cómo promocionar y posicionar.

No es fácil lograr que un material de capacitación sirva de igual manera a todos: al comercio, la producción y los servicios, a los micro, pequeños y medianos empresarios, a quienes recién quieren comenzar o a quienes ya han recorrido un largo camino como empresarios. Sin embargo, en cualquiera de estas posiciones en que usted se encuentre, todas ellas pueden presentan algo común: su deseo de emprender. Todos ellos son o desean ser emprendedores.

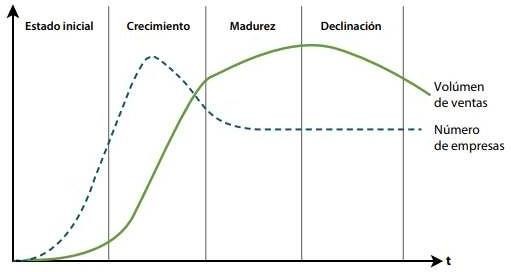
Lo esencial es saber reconocer los signos de los cambios que se avecinan, para poder anticiparse a tiempo. En algunos casos estos cambios pueden ser aprovechados como una oportunidad de crecimiento. En otros deberá realizar usted mismos cambios drásticos que, realizados a tiempo, podrán reducir sus riesgos y sus pérdidas dándole la oportunidad de recomenzar otro proyecto.

## El marketing es vital para un emprendimiento

El marketing es todo lo que haces para llevar tu producto o servicio a manos de tus clientes. Es llevar estrategias para llegar de forma efectiva con disciplinas relacionadas a las ventas, relaciones públicas, distribución, difusión, entre otras; encontrando las personas adecuadas para ello.

## “El emprendedor debe desarrollar su capacidad de riesgo” Marketing del ciclo vida de un agronegocio

Durante el Estado inicial o fase de nacimiento, el agronegocio inicial o startup adopta por naturaleza una estructura siempre chica y, en la mayoría de los casos, informal. Se desarrolla con un centro de decisión altamente centralizado, a veces muy rudimentario, pero es una etapa de gran innovación. La búsqueda de un posicionamiento o un nicho de mercado es el objetivo. Se parte de una idea de negocio que necesariamente genera pérdidas que son financiadas con capital propio y muy poco de terceros (endeudamiento) se cubren con financiación hasta que se alcanza el punto de equilibrio.



Durante la siguiente fase, Crecimiento, se incrementa la facturación sobre la base de un nicho explotado, se delegan más las decisiones, se mejoran los productos y se amplían los mercados tanto geográficamente como en forma horizontal, a través de la incorporación de otros productos o servicios.

Puede existir una etapa de Reinvención de la empresa, antes de alcanzar la etapa de madurez, en donde se crean nuevos productos totalmente diferentes, se exploran nuevos mercados a nivel geográfico.

En la fase Madurez, se alcanza el tamaño óptimo en el mercado. La competencia con otras empresas es máxima, ya que otras intentarán copiar el éxito propio o viceversa. La empresa buscará hacer crecer el negocio que ya está maduro adoptando nuevas ideas externas (ya no tanto internas) en forma orgánica, replicando a escala el éxito obtenido multiplicando la producción o, bien, a través de fusiones y/o adquisiciones de la competencia.

¿Cómo puede sobrevenir a la etapa de Declive? Surge básicamente cuando en una empresa en crecimiento o en la etapa de madurez, o incluso cuando se reinventa a sí misma, falla en la adaptación al mercado al no entender la demanda o al ver que la misma cambia y la empresa no hace nada.

Todas las empresas requieren recursos económicos para poder vivir, pero se debe compensar la ausencia de presupuesto mediante la creatividad. Para verlo de manera muy simple, pero ilustrativa, la mercadotecnia está formada por la siguiente ecuación:

Mercadotecnia = dinero + otros recursos: tiempo, trabajo, etc. + creatividad y originalidad.

Esta ecuación implica que es posible tener resultados con poco dinero siempre que nos centramos en aumentar el resto de los factores de la fórmula. Toda empresa requiere mercadotecnia, sin embargo, hay que tener claro que las estrategias que implementa una empresa grande son distintas a las que debe implementar una pequeña, pero ambas observan los mismos principios.

## Cómo diagnosticar la situación actual de una empresa

Para eso le mostraremos un método de análisis de la situación en que se encuentra su negocio denominado FODA.

Es una herramienta que provee información muy valiosa para nuestro Plan de Negocios y de Marketing.

Con el diagnóstico FODA usted podrá responder tres preguntas básicas:

* ¿Cuál es su situación actual?
* ¿Cuáles deben ser sus prioridades hacia el futuro?
* ¿Qué opciones de desarrollo y qué oportunidades tiene?
* En primer lugar, deberá analizar las amenazas del contexto para el negocio que tiene en marcha o que se propone realizar.
* En segundo lugar, veremos que debilidades tiene usted en su emprendimiento. Entre otras debilidades posibles, nos centraremos en aquellas que tienen que ver con la forma de ver el negocio y las costumbres o paradigmas que no le están permitiendo cambiar su enfoque.
* En tercer lugar, analizaremos las fortalezas y ventajas de estas pequeñas unidades empresariales en relación con el contexto actual.
* Por último, analizaremos las oportunidades que se ofrecen y cómo identificarlas, veremos algunos productos innovadores y nichos de mercado sobre los que se puede actuar.

Los factores o elementos situados dentro de su empresa definirán cuál es la situación interna. La situación externa, en cambio, dependerá de un conjunto de factores o elementos que se ubican o proceden del medio que rodea a la empresa.

## ¿Qué analiza el diagnóstico FODA en la situación interna?

Dos tipos de elementos o factores: los aspectos positivos de la unidad productiva, que

denominamos Fortalezas y los aspectos negativos de la microempresa que llamamos Debilidades.

## ¿Qué analiza el Diagnóstico FODA en la Situación Externa?

En la Situación Externa o ambiente que rodea la empresa también se analizan dos tipos de elementos o factores: los aspectos positivos que pueden influenciar a la empresa, que llamamos oportunidades; y los aspectos negativos del ambiente que pueden presentar obstáculos a la empresa, que llamamos amenazas.

## Requerimientos para construir una empresa competitiva

* Capacidad de respuesta calificada y creativa.
* Dominio de la tecnología y del conocimiento y permanente recapacitación (aprender a aprender).
* Eficiente capacidad de gestión para reducir sus costos.
* Integración de equipos interdisciplinarios y/o articulación con otras pequeñas empresas que brinden servicios complementarios.
* Agilidad de respuesta y buen servicio post-venta.
* Flexibilidad y previsión ante el cambio de los mercados y buenos análisis de contexto para entender lo que ocurre.
* Capacidad comercial para encontrar nichos de mercado.
* Habilidad negociadora.

## Mitos suicidas en los pequeños emprendimientos

* "Yo no tengo nada que plantearme, ni tengo que revisar nada"
* "Ya bajamos todos los costos posibles"
* "A nosotros no nos va a pasar"
* "Somos demasiado chicos para eso"
* "En este país, si no tienes una palanca, no pasa nada..."
* "Pero... ¿si eso nadie lo hace?"
* "Eso funciona en Japón, acá nadie te lo va a comprar"

## Ventajas de las micro y pequeñas empresas

* Necesitan poco capital por unidad de producto
* Generalmente se da una rápida maduración de las inversiones
* Tienen menores costos operativos
* Privilegian el diseño, la creatividad y la atención personalizada
* Tienen acceso directo al consumidor que está fuera del circuito del crédito
* Dinamizan el mercado interno

## Marketing para emprendedores online:

* Marketing digital. Son las técnicas utilizadas a través de internet, buscadores y redes sociales, llegando a ofrecer información simultanea y masivamente a todo tipo de público.
* Marketing en motores de búsqueda. Qué son los creados por especialistas SEO que ayudan y facilitan posicionar la marca, producto o servicio de manera eficiente y productiva.

Social Media Marketing 2.0. Es toda la gestión de marketing a través de las redes sociales por parte de empresas y emprendedores para realizar las acciones de promoción, mercadeo y oferta al potencial mundo de seguidores y clientes. Este mundo en redes se conoce como Social Media Marketing y es un excelente método en la era de las comunicaciones en tiempo real y virtual.

El marketing para emprendedores representa más que un servicio una estrategia para lograr posicionar el producto o servicio que el emprendedor ofrece, y que constituyen proyectos que necesitan diferentes acciones y técnicas efectivas para llegar al público de manera masiva e inmediata y lograr así captar una mejor cartera de clientes

El marketing online sigue siendo el gran desconocido para startups, grandes empresas y pymes en este país.

## Lo que hay que saber antes de empezar con el marketing online

Los cuatro principales miedos que se tiene en cuanto al marketing online se pueden resumir de la siguiente manera:

**Miedo a que no vendamos**: la era del vendedor ha muerto, hay que buscar la recomendación sin pensar en la venta.

1. **Miedo a no gustar:** es preferible no gustarles a todos, el intento contrario termina con el fracaso y convertir el miedo en realidad.
2. **Miedo a que nos critiquen:** existe el miedo de que hablen mal de la empresa, no entendiendo que, si no lo hacen, no eres relevante y no quieren que mejores.
3. **Miedo a no tener la mejor oferta:** no gana el del mejor precio ni el más rápido, sino el de la mejor relación.

Una empresa de reciente creación posee unas reglas que difieren de las empresas establecidas. El desarrollo y la creación de negocio es una contrarreloj constante. El tiempo es mucho más valioso que cometer errores. No cometer errores en un emprendimiento es lo peor que puedes hacer. :

1. **Presupuesto limitado:** tu presupuesto es mínimo o insignificante en comparación con lo que puedan invertir empresas establecidas. En un startup 2.0 tienes que aplicar estrategias de marketing que llamen la atención.
2. **Acciones improvisadas:** no te puedes permitir el lujo de crear un plan de marketing e invertir semanas o meses de tiempo para luego darte cuenta de que todo ha cambiado y tienes que rehacerlo desde cero. El marketing tiene que ser espontáneo y adaptarse a las necesidades a corto plazo de tu negocio.
3. **Los errores no matan:** nunca más vas a poder permitirte tantos errores como en los inicios de tu startup. No tengas miedo de que puedan ser mortales. Es todo lo contrario: tienes que cometerlos rápido para ajustar la estrategia, el desarrollo del producto, mejorar el soporte al cliente, etc.
4. **El tiempo es lo más valioso:** el tiempo es el recurso más valioso, hay que saber aprovecharlo al máximo. Si necesitas la mitad de tiempo para llegar a tus objetivos, necesitarás menos recursos financieros para mantenerte «vivo» hasta que puedas generar los primeros ingresos.

## Estrategias de marketing que puedes incluir en tu emprendimiento

Si tienes un mercado competitivo, el marketing será la herramienta para destacar frente a tus competidores. Te presentamos una lista de estrategias de marketing que puedes incluir para orientar tus esfuerzos a obtener mejores y más clientes.

**Marketing digital**: el poder de las redes sociales y de la web puede respaldar cualquier iniciativa de marketing. Aconsejamos enfocarte en esta, ya que en estos momentos la migración digital es indispensable y podrás aplicar muchas estrategias enfocadas en la creación de valor, nuevos clientes y en la creación de reputación.

**Marketing relacional**: su objetivo es crear un vínculo sólido entre la marca y cliente, conquistándolos y fidelizándolos.

**Marketing en tiempo real**: interactúa con tu cliente en tiempo real, a través de mensajes atractivos de la marca de las tendencias actuales, que permitan ser virales y generen impacto en las redes sociales.

**Marketing uno a uno**: las estrategias se concentran individualmente, identificando los tipos de clientes y formas exclusivas de interactuar con ellos, además de ofrecer productos especialmente para ellos. Todo esfuerzo es personalizado.

**Marketing viral:** crea contenido de valor para que vaya un paso más en las redes sociales.

## Las siete fuentes de marketing online más potentes para atraer clientes en tu startup (emprendimiento)

En el momento en que tengas un producto entre las manos tienes que conseguir clientes. Los próximos puntos te ayudarán a aprovecharlos.

* 1. **Blog:** un CEO blog puede ser una manera «sencilla» para llamar la atención de tus clientes potenciales. No esperes resultados a corto plazo.
  2. **Twitter:** no corras el riesgo de perder tu tiempo. Twitter es un canal potente para establecer contactos interesantes.
  3. **LinkedIn:** conecta tu cuenta de Twitter y el blog con tu perfil en LinkedIn.
  4. **YouTube:** una imagen vale más que mil palabras. Muchas personas prefieren verlo que leerlo. Un video subido a YouTube siempre tiene el potencial de obtener una alta difusión si consigues un efecto viral.
  5. **Publicidad en buscadores:** con una cuota de mercado cercana al 100 %, hablar de buscadores es equivalente a hablar de Google.
  6. **Publicidad con banners:** cuando la competencia por las principales palabras clave es muy alta, la publicidad con anuncios gráficos es una buena alternativa.
  7. **Newsletter:** a través de un boletín o los registros en tu plataforma, puedes crear una base de datos para realizar campañas de email marketing.

Hemos probado infinidad de acciones diferentes, tanto online como offline, con diferentes resultados. A cada empresa le funcionará mejor una cosa u otra, pero sí creemos que hay que probar hasta dar con la fórmula que mejor funciona. Pregúntate dónde están tus clientes y sal a buscarlos donde sea.

Hemos probado infinidad de acciones diferentes, tanto online como offline, con diferentes resultados. A cada empresa le funcionará mejor una cosa u otra, pero sí creemos que hay que probar hasta dar con la fórmula que mejor funciona. Pregúntate dónde están tus clientes y sal a buscarlos donde sea.

El marketing agroindustrial, implica en este caso la consideración de notan solo a mí cliente (a quién le vendo, o sea mí comprador) sino también avanzar en la cadena productiva y considerar la tendencia de consumo del último de la cadena, es decir el consumidor final de los productos. Si conocemos las pautas de consumo presentes y sobre todo las tendencias futuras, nos adelantamos a los requerimientos que nos hará nuestro cliente (el fabricante agroindustrial); ocurre que estas consideraciones sé encuentran muchas veces ocultas, cuando mi cliente directo es un “intermediario” al cual le vendo mi producción y es él quien tiene el contacto con el fabricante agroindustrial, quién tiene a su vez la relación con el consumidor final, perdiendo en cierto modo mi relación con los destinatarios de mi producción.

# 4. ÉTICA DE NEGOCIOS

De acuerdo a lo que indica (Giner, 2021) la ética de negocios está basada en un suceso de reglas mismas que pueden estar escritas o tácitas, es decir se suponen o sobreentienden sobre los principios que rigen las acciones, así como también la toma de decisiones de una empresa.

La ética es un principio moral totalmente transversal a cualquier actividad humana. Casi se podría decir que sin ética no se podría vivir, aunque la realidad, por desgracia, nos está indicando todo lo contrario.

Definimos la ética empresarial como el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa, cuyo objetivo es alcanzar una mayor armonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación de los trabajadores en el entorno laboral, respetando los derechos de los mismos en su doble papel de empresarios y de personas.

La ética en sí viene de una rama de la filosofía que se enfoca en los valores humanos estableciendo una razón entre su conducta a lo bueno o malo, lo correcto e incorrecto, en cuanto al mundo de los negocios esta ideología hunde sus raíces en los orígenes de la lógica económica del capitalismo moderno o únicamente con el objetivo de construir y mejorar el desarrollo de las actividades laborales.

La ética empresarial en realidad tiene un campo amplio en el que se puede desempeñar y por ende abordar el tema:

* Perspectiva filosófica
* Científica
* Legal

Por lo general la que tiene mucho más enfoque, importancia o relevancia en el ámbito empresarial es el campo legal debido a que es sumamente importante mantener todas sus actividades y funciones respectivas operando dentro del marco de la ley, es aquí donde ingresa la importancia de la ética ya que lo antes mencionado no sólo se llevará a cabo por evitar sanciones y perjuicios, más bien aquí se está fomentando un excelente clima laboral entre todos quienes conforman el equipo de trabajo, además de ello están impulsando su imagen social corporativa.

De esta forma sería necesario guiar a los trabajadores a instruirse con la observación de manera que se puedan conducir bajo los principios de la moralidad, que tengan conocimiento y hagan parte a la ética estableciendo una relación directa con la profesión que ejercen y con la organización para la que trabajan.

Es necesario que la empresa sepa que está en la obligación de crear su propio manual de códigos de ética, misma que posteriormente se deberá cumplir, entre estas también se encuentra una serie de principios, por ejemplo:

* Respeto a la dignidad de la persona
* Empleo digno
* Contribución al bien común
* Prevención a negocios ilícitos
* Vinculación con la comunidad
* Honestidad y legalidad
* Justicia y equidad
* Desarrollo social

Son también denominados como principios éticos empresariales universales, por ende, forman parte de la responsabilidad social empresarial concepto que contempla como deberán manejarse, tratando de considerar el aspecto social, económico y ambiental.

Cómo pudimos ver en el desarrollo de este material para responder a qué es la ética en los negocios, debemos pensar en todos los actores que involucra y en cada una de las perspectivas en las que se puede dirigir el tema.

Los estándares morales del mundo empresarial, sus principios y valores deben siempre orientar el trabajo en conjunto si la meta es alcanzar el bien común. Para los especialistas en trabajar elaborando códigos de ética esta es la base sobre la que guiarán sus esfuerzos.

La renovada conciencia ética del mundo de los negocios se apoya en la falta de ética incluso podría provocar pérdidas a la empresa y por ende también a los mercados, entonces tenemos que una actuación deshonesta por parte de algunos de los trabajadores o empresa en general puede afectar de manera negativa a los resultados financieros, de manera que establece que “entre más corrupción en la economía empresarial haya menos inversión y la disminución de crecimiento”

La ética es un buen negocio, que "invertir en ética es quizá uno de los negocios más rentables para la empresa". La ética eleva las ventas y mejora la imagen corporativa, fortalece la lealtad y el compromiso de los empleados, impide la sobre regulación del mercado, evita perder negocios y brinda mayor acceso de financiamiento, entre otras ventajas. Todo lo cual es cierto, y hay casos ejemplares que lo prueban; pero la ética también puede llegar a ser un mal negocio.

De acuerdo a la tesis en que baso el contenido del presente trabajo cita que se atreve a mencionar que la ética puede llegar a ser un mal negocio basándose en un caso ocurrido en Estados Unidos donde una empresa reconocida por siempre cumplir sus funciones apegadas a la ley es contratada por una empresa que tiene prácticas corruptas, razón suficiente para no aceptarlo y perder 15 mil millones de dólares por negarse a vender sus productos.

En consecuencia, la justificación de la ética de los negocios no radica en su utilidad para ganar dinero; se puede ganar dinero faltando a la ética y se puede perder dinero siendo ético. Lo que verdaderamente justifica a la ética es su contribución al orden social. La

ética es un saber práctico que dota de coherencia a la conducta humana, ajustándola a valores aceptados por la mayoría.

## Importancia de ética dentro de una empresa

Para que se pueda llevar de manera correcta la implementación de ética en los distintos negocios, es necesario establecer cuáles son los valores y principios que regirán las acciones de los colaboradores de igual manera la toma de decisiones dentro de la empresa.

Una correcta elección de valores, así como su implementación interna de estrategias de comunicación e integración, no sólo permitirá crear una relación más cercana con los empleados, sino que resultará atractiva para los clientes de manera que al establecer lazos de relación con los mismos se podrían obtener más ganancias gracias a la confiabilidad depositada en la empresa.

Algunas razones por las cuáles se debería implementar una serie de estrategias en los negocios son:

* Asegura que los derechos y opiniones de los trabajadores puedan ser valorados o al menos tomados en cuenta, creando de esta manera un sentido de pertenencia y reduciendo problemas como la rotación laboral.
* Crea confianza entre los clientes actuales y dará una buena imagen para aquellos que aún no lo son, de esta manera llamando su atención, lo cual fortalecerá su relación de negocios. Además, contribuirá en la atracción de nuevos proyectos y más clientes.
* Permite construir y mantener una buena reputación e imagen positiva, tanto dentro como fuera de la empresa. Esto permitirá a la empresa retener al talento que ya se encuentre trabajando allí y logrará atraer a otros profesionistas capaces y comprometidos.
* Cuando los empleados saben que están haciendo lo correcto, que están en una organización que se rige en valores y principios, se sentirán mucho más motivados y, por lo tanto, aumentarán su productividad.
* Aumentará el compromiso de la empresa para ofrecer productos y servicios mismos que sean de calidad. La ética de negocios promoverá que los colaboradores estén siempre comprometidos para dar a su máximo esfuerzo y lograr los mejores resultados.

La importancia de poder definir los valores que posteriormente serán representantes de la marca, así como llevar a cabo estrategias para transmitirlos a tus clientes y empleados, te ayudará no sólo a conseguir mejores resultados, sino a crear lo más importante para que todo funcione de lo mejor, es el ambiente laboral que es armónico y de esta manera a reducir conflictos dentro de la organización.

## Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Los principios éticos que se enumeraron en el segmento anterior responden a los principios empresariales universales que forman parte de la Responsabilidad Social Empresarial. Este concepto contempla una triple dimensión sobre qué es la ética en los negocios y cómo deben manejarse, tratando de considerar el aspecto social, económico y ambiental.

La RSE, es el conjunto de acciones que lleva a cabo una empresa con el fin de contribuir de forma voluntaria y positiva sobre la sociedad en general, y que reafirman los valores y principios por los que se rigen.

Aunque la RSE no es obligatoria cada vez está tomando mayor auge y relevancia; esto se debe a que su filosofía tiene un gran impacto sobre la visión de los negocios internacionales. Las compañías internacionales han descubierto que las aplicaciones de la RSE les permiten mejorar su posicionamiento frente a la competencia, incrementar el interés y la confianza de posibles inversores, y favorecer la relación con el medio ambiente, por mencionar algunas bondades.

Cómo pudimos ver en el desarrollo de este material para responder a qué es la ética en los negocios, debemos pensar en todos los actores que involucra y en cada una de las perspectivas en las que se puede dirigir el tema.

Los estándares morales del mundo empresarial, sus principios y valores deben siempre orientar el trabajo en conjunto si la meta es alcanzar el bien común. Para los especialistas en trabajar elaborando códigos de ética esta es la base sobre la que guiarán sus esfuerzos.

Para concluir, la ética de los negocios se podría considerar como un movimiento mundial por el cual las corporaciones se ofrecen a autorregularse, mismas que deben considerar que la ética no es un añadido para el éxito de una empresa, sino que más bien es un elemento estructural e indispensable, es decir, es un puente hacia el futuro de la empresa, vivida como una cultura donde todos sus miembros encuentran un sentido a su vida, entre el hombre y la empresa está el reto en las nuevas organizaciones.