

CAPÍTULO I

DE LA BUENA IDEA DE NEGOCIO A LA EMPRESA EXITOSA

Características Emprendedoras y empresariales.

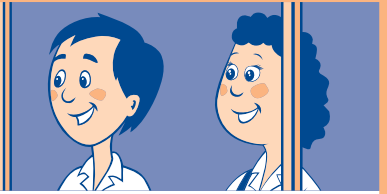
Ideas de Negocio, Visión y Objetivos de la empresa

Aprendizaje Esperado

- Identifica una idea de negocio priorizando la más factible.
- Formula la visión y los objetivos de la empresa.

Actividad De Aprendizaje

1. En diálogo con los participantes se define el concepto de características emprendedoras; su importancia y los tipos de emprendedores.
2. Los participantes se agruparán de acuerdo al giro identificado en el momento de la presentación, formando la empresa que trabajará durante todo el proceso. Deberán identificar, al menos 5 características emprendedoras. Una de las empresas presenta su lista en tarjetas, los demás complementan. El facilitador, utilizando las tarjetas colocadas, desarrolla y completa la lista con tarjetas.
3. En diálogo con los participantes se define ¿Qué es idea de negocio? y fuentes donde se puede encontrar buenas ideas de negocio.
4. Los equipos simularan ser empresas durante todo el taller, identifican ideas de negocio. Un equipo, que simulara ser una empresa presenta su decisión; los otros equipos hacen observaciones y aportes.
5. Exposición demostración y aplicación de las técnicas de macrofiltro, microfiltro y análisis FODA y sus conclusiones para definir el idea de negocio. Los equipos elaboran su análisis FODA y definen su producto con asesoría del facilitador. Una presenta su análisis y conclusión; las demás complementan.
6. Exposición demostración de la definición de la visión de la empresa. Los equipos definen su visión con asesoría del facilitador. Uno de los equipos presenta su trabajo y los demás complementan.
7. Exposición demostración de la definición de los objetivos empresariales. Los equipos definen sus objetivos con asesoría del facilitador. Una de las empresas presenta su trabajo y los demás complementan.



CONTENIDOS

1. CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

¿Quién es un emprendedor o una emprendedora?

Un emprendedor o una emprendedora es la persona que:

- Gestiona la oportunidad de negocio,
- Percibe y ejecuta una innovación con energía y convicción.
- Es un artista y creador,
- Es el que idealiza nuevos productos, servicios, proyectos, obras, métodos, nuevas formas de organización, etc.
- El emprendedor es pragmático, pero, a la vez, es imaginativo al concebir la innovación,
- al saber que hay que hacer;
- Es extraordinariamente diestro para conseguir que lo proyectado se materialice convirtiéndose en un hecho.

Para llegar a ser emprendedor (a) debemos transformar los hábitos y costumbres como el fatalismo, autoestima negativa y actitudes antiempreendedoras como:



¿Para qué cambiar?

Si estoy bien así.

!!!El Trabajo duro NO va conmigo!!!

Me cansa, me estresa, me fatiga.

¿Para qué me voy a estar sacrificando?

Si no funciona desde el principio, renuncio.

¿A quién le interesaré?

No tengo dinero, no tengo quién me preste.

En una mirada optimista, elevada autoestima y actitudes emprendedoras como:

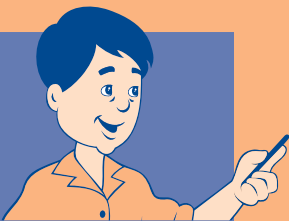
Tengo muchas ganas de crecer y alcanzar el éxito

"Sé que lo puedo lograr con dedicación, voluntad y muchas horas de sacrificio y esfuerzo".

Los problemas son oportunidades.

"Veo oportunidades para emprender y crecer donde los demás sólo encuentran problemas. Reconozco una necesidad además concibo y materializo una innovación".





¿Son iguales todos los emprendedores (as)?

No, porque al igual que las personas no todas son iguales. Se puede distinguir tres grandes grupos de emprendedores:

- **Emprendedores Empresariales:** son los que llegan a formar su propia empresa. Siempre están buscando las oportunidades que el mercado ofrece.
- **Intraemprendedores:** es el que desarrolla, dentro de su organización, las capacidades y actitudes emprendedoras que exigen el desempeño de su función, produciendo e impulsando proyectos de innovación generando y liderando el cambio dentro de la empresa o institución donde labora
- **Emprendedores Sociales:** son visionarios prácticos que poseen cualidades tales como visión, innovación, determinación, compromiso - dedicándose al cambio social sistemático, tratan temas sociales relacionados con la educación, salud, medio ambiente, participación ciudadana, derechos humanos, desarrollo social y económico. Identifican y ejecutan proyectos relevantes para el desarrollo social y económico de su localidad.

¿Qué son características emprendedoras personales (CEPs)?

Son cualidades y comportamientos personales claves necesarios para ser un(a) emprendedor(a) exitoso(a).

¿Por qué son importantes las CEPs?

Porque nos permiten resolver problemas utilizando diferentes estrategias de solución y, además, nos permiten identificar y aprovechar las oportunidades.

Y ¿cuáles son estas características emprendedoras?

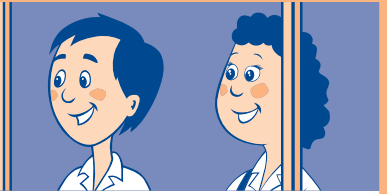
Las características emprendedoras las podemos agrupar en tres tipos de capacidades:

- I. Capacidad de realización
- II. Capacidad de planificación, y
- III. Capacidad de relacionarse socialmente.

I. CAPACIDAD DE REALIZACIÓN

La capacidad de realización está referida al impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer, al esfuerzo por alcanzar el triunfo, metas y ser útiles a otros. Comprende:

- A. La búsqueda de oportunidades
- B. La persistencia
- C. El compromiso con el contrato de trabajo.
- D. La demanda por calidad y eficiencia.
- E. La toma de riesgos.



A. Búsqueda de Oportunidades

Identifica y actúa en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios.

Busca oportunidades inusuales para obtener financiamiento, equipos, terrenos, mano de obra o asesoramiento.

"A los 24 años me casé y comencé a vender helados. Enseguida detectamos una oportunidad, el quiosco de al lado se ponía en venta, no contábamos con dinero, teníamos dudas de cuánto nos pediría, preguntamos y el valor era de 10,000 soles. Fuimos a un prestamista y nos prestó 3,000 con una deuda pendiente de 7,000 comenzamos a trabajar".

Hugo Ayala, Gerente - Mi Carcochita

B. Persistencia

Toma diversos caminos y no se amilana para vencer un obstáculo. Se mantiene fiel a su propio juicio frente a la oposición o falta de éxito inmediato.

"Erasmus Wong hijo, se trazó una nueva meta y reto: convertir la pequeña bodega familiar en un moderno supermercado".

Efraín Wong - Grupo Wong

C. Compromiso y responsabilidad

Asume con responsabilidad y dedicación los compromisos adquiridos con los clientes. No deja los trabajos a medias sino que los culmina hasta que el cliente esté satisfecho. Expresa su responsabilidad para la satisfacción del cliente.

"El amor al trabajo es fundamental, nosotros tenemos que tener cariño por lo que hacemos".

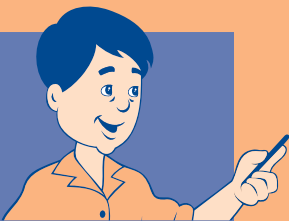
Máximo San Román - Industrias Nova

D. Demanda por calidad y eficiencia

Actúa para alcanzar o sobrepasar los estándares existentes de excelencia o mejorar sus performances anteriores. Se esfuerza por hacer las cosas mejor, más rápidas y baratas.

"Desde el quiosco comprábamos mercadería de primera, insumos de marca y garantía, esto ha sido mi éxito, comprar mercadería de primera, llámese frutas, pescado, carnes, embutidos, es la confianza que tiene el público, la satisfacción que le sigo brindando. Tenemos en regla los controles sanitarios, la fumigación y en especial la organización de los talleres de producción con controles de calidad estrictos y manipulación sin riesgo de contaminación".

Hugo Ayala Gerente - Mi Carcochita



E. Toma de Riesgos

Asume riesgos siempre y cuando estos sean calculados. Da preferencia a situaciones que envuelven riesgos moderados.

“¿Tú crees que me puedes hacer una planta completa de alimento balanceado para mis mil toros? Cómo no señor, encantado. La verdad que no sabía ni cómo era. Pero la voluntad se antepone ante todo. Dónde están los libros, las bibliotecas, la universidad, las casas que venden algo de eso. Por qué vamos a bloquearnos por el miedo. Hay que asumir y agradecer que tengamos la oportunidad de hacer algo”.

Máximo San Román - Industrias Nova

II. CAPACIDAD DE PLANIFICACIÓN

Referida a pensar antes de actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse de manera que se aproveche al máximo las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno.

Comprende:

A. El establecimiento de metas.

B. La búsqueda de información, y

C. La planificación sistemática y el control.

B. Establecimiento de metas

Establece objetivos claros y específicos a corto y a largo plazo.

“Fijarse objetivos, metas y estrategias: son señales que nos indican el camino correcto a seguir, ¿Qué es lo que deseo hacer?, ¿Cómo lo voy a hacer?, ¿Con qué lo voy a financiar?”.

Mercedes Gallardo, Presidenta Ejecutiva Confecciones KLEIDER.

C. Búsqueda de Información

Busca personalmente informaciones acerca de clientes, proveedores y competidores. Consulta con especialistas en asesoría empresarial y técnica. Utiliza contactos o redes de comunicación para obtener información útil.

“Aproveché los recursos no utilizados a fin de innovar mi moda, acudía al aeropuerto y observaba las tendencias de la moda internacional (modelos, colores) a través de los turistas que llegaban de paso al país y que tenían como destino Paris, New York, Sao Paulo, Tokio”.

Alfonso Torres Dellapina / Presidente Ejecutivo Platería Dellapina



D. Planificación Sistemática y Control

Desarrolla y usa una planificación lógica y escalonada para lograr sus objetivos. Evalúa alternativas. Controla el desarrollo de su empresa y pasa a una estrategia alternativa - si fuese necesario - para lograr sus objetivos.

“Hay que anticiparse a los hechos, cuando concebimos la idea de crear la empresa, no pensamos que íbamos a competir con las sangucherías pequeñas, nos preparamos para enfrentar a las grandes (Mc Donalds, Burger king), cuando llegaron pudimos enfrentarlos con éxito”.

Carlos Koehne - Bembos

III. CAPACIDAD DE RELACIONARSE SOCIALMENTE

Referidas a la capacidad de generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocio. La persona capaz de establecer vínculos con personas e instituciones que aporten a su progreso. Se manifiesta a través de técnicas de comunicación efectiva. Comprende:

A. La persuasión y elaboración de redes de apoyo.

B. La autoconfianza.

A. Persuasión y Elaboración de Redes de Apoyo

Usa estrategias deliberadas para influenciar y persuadir a otros. Aprovecha contactos comerciales y personales para lograr sus objetivos.

“1990 fue la época de la inflación, el baquetazo y todos lo recuerdan. Otras empresas mucho más grandes que nosotros decidieron cerrar. Consultamos con nosotros mismos, con nuestros trabajadores, y decidimos seguir adelante y hacer frente al desafío”.

Mercedes Gallardo, Presidenta Ejecutiva Confecciones Kleider

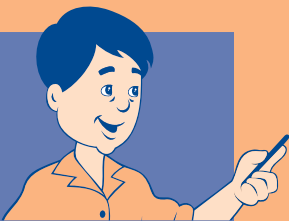
B. Autoconfianza

Posee una fuerte creencia en sí mismo(a) y en sus habilidades. Expresa su confianza acerca de sus habilidades frente a la necesidad de completar una tarea difícil o afrontar un desafío.

«No hay imposible en la vida si uno tiene seguridad en sí mismo».

Sr. Ángel Añños – Presidente del Directorio del Grupo Kola Real

No es difícil adquirir las CEPs, porque son cualidades inherentes a nosotros(as). Pero su realización cuesta trabajo y dedicación, ya que por mucho que las tengamos «latentes»,



2. DETERMINAR DE LA IDEA DE NEGOCIO.

¿Qué es una idea de negocios?

Una idea de negocio es una descripción corta y precisa de las operaciones básicas del negocio que se piensa abrir. Un buen negocio empieza con una buena idea. Antes de que usted pueda empezar este desafío, es necesario tener en cuenta la clase de negocio que desea operar.

Un negocio de éxito cubre las necesidades de sus clientes.

Le brinda a las personas, lo que éstas desean o necesitan a un precio accesible al cliente y permitiendo obtener una utilidad al negocio.

El siguiente gráfico representa la estructura fundamental para lograr el éxito en una empresa:



No tener alguna de las dos primeras condiciones significa que usted NO cuenta con una buena idea empresarial. Pero si usted no posee una de las tres últimas sólo indica una debilidad ¡que puede superarse!

¿Qué características debe contener una buena idea de negocio?

Una buena idea de negocio debe identificar:

- ¿Qué producto o servicio venderá su negocio?
- ¿A quién le venderá su negocio?
- ¿Cómo venderá su negocio sus productos o servicios?
- ¿Qué necesidad de sus clientes atenderá su negocio?



¿Qué tipo de producto o servicio venderá su negocio?

Un producto es un bien por el cual la gente paga. Puede ser algo que usted mismo elabore o compre para vender: ropa, calzado, pan, muebles, servicios etc.

Un servicio es algo que usted hace para alguien y por lo cual se le paga.
Por ejemplo: servicios de guía turística, servicio de transporte turístico también transporte para empresas industriales

La idea de su futuro negocio tiene que estar basada en la elaboración de productos que usted conoce bien, o en servicios que domina. Deben ser, además, productos o servicios por los cuales la gente está dispuesta a pagar. Analizar varias ideas posibles le ayudará a precisar el tipo de negocio en el que se desempeñará bien.

Compare los siguientes ejemplos con el texto anterior:

- **Javier, estudiante del 5to. año de la Institución Educativa:** Micaela Bastidas de la ciudad de Arequipa, estuvo, hace algún tiempo, colaborando con su familia en la crianza y venta de cuyes; para el próximo año desea, en el terreno de sus padres, poner en marcha un negocio de cultivo y comercialización de flores y rosas que demanda el mercado local y, posteriormente, exportar.
- María ha trabajado durante varios años en la zapatería de su tía. Su hermana Juana se mudará de ciudad y desea vender su negocio de producción y venta de calzado. María está considerando comprar el negocio a su hermana e iniciar su propia empresa.

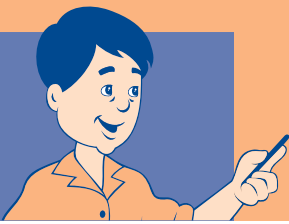
¿Quién comprará sus productos o servicios?

Los clientes son un elemento esencial de cualquier negocio. Es importante tener muy claro lo relacionado con los clientes a los que usted espera vender. ¿Le venderá a un tipo específico de cliente o a todos los que viven en un área determinada? Deben existir suficientes personas capaces y con deseos de pagar por sus productos y servicios, o el negocio no tendrá ganancia. Por ejemplo: Los clientes de la empresa "Vestir con elegancia" son mujeres de 16 a 25 años, estudiantes del último año de secundaria o de Institutos Técnicos, del distrito de Malvas, provincia de Huarmey, Ancash; que desean vestir con elegancia y gustan de modelos exclusivo.

¿Cómo piensa usted vender sus productos o servicios?

Si usted planea abrir una tienda, no hay ninguna duda de cómo los venderá, pero si se trata de ser un fabricante o proveedor de servicios, entonces venderá de muchas maneras diferentes:

- Directamente a los clientes.
- A minoristas.
- A mayoristas.



Por ejemplo: “Vestir con elegancia” vende directamente a sus clientes porque sus productos son exclusivos y adaptados a sus necesidades.

¿Qué necesidad de sus clientes será satisfecha por sus productos o servicios?

Debería tener siempre en mente a los clientes y sus necesidades. Es importante averiguar lo que desea su futura clientela cuando usted desarrolle su idea de negocios.

«Quisiera que hubiera agencias turísticas en las regiones donde frecuentemente tengo que viajar, puesto que cada vez que viajo es muy difícil encontrar servicio de guías turísticos que me presten servicios de calidad y estar segura de que sea bien atendida mientras estoy visitando las ciudades del país».

- 🗨️ Iniciar un negocio no es una tarea fácil. Toma bastante trabajo y muchos y buenos planes. El esfuerzo y el dinero que toma iniciar un negocio puede perderse si usted inicia el negocio inapropiado. El negocio apropiado empieza con una buena idea de negocios.

¿Dónde podemos encontrar buenas ideas de negocios?

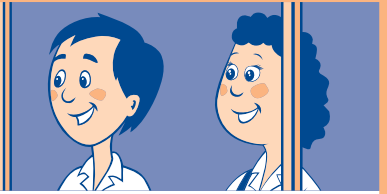
Un negocio exitoso tiene como base una buena idea. Antes de que pueda planificar su negocio, necesita una descripción detallada sobre a qué se dedicará su empresa y cómo operará. Esta descripción es el punto de partida para sus planes de negocios. En la medida que prepare sus planes, podrá detectar si hay alguna debilidad en su idea.

La generación de ideas de nuevos negocios en nuestros tiempos nacen, principalmente, de la observación de los cambios y de las nuevas necesidades que se producen en la economía y en la sociedad que nos rodea. Entonces una forma de forjar ideas exitosas de negocios es observar con atención la vida cotidiana y la economía.

La idea está en cualquier lugar, pero éstas deben corresponder a lo que los clientes quieren y con lo que pueden pagar. También deben corresponder con lo que Ud. hace.

Las ideas de negocios se pueden originar en diferentes fuentes como:

- Buscar nuevas formas de hacer cosas viejas.
- Cubrir necesidades insatisfechas
- Publicaciones
- Habilidades, pasatiempos.
- Recursos naturales.
- Productos de desechos.
- Ferias comerciales y exhibiciones.
- Puntos débiles de la competencia.
- Programas de inversión públicos y privados relacionados.
- Surgimiento de nuevas tecnologías.
- Oferta de productos y servicios complementarios.



• BUSCAR NUEVAS FORMAS DE HACER COSAS VIEJAS

Quizás hay gente en la zona que hace cosas empleando mucho tiempo, cortar leña, por ejemplo. Quizás los alumnos puedan hacer algo para que las personas le ahorren tiempo y dinero, diseñándoles una olla que use poca leña, etc.

• CUBRIR NECESIDADES INSATISFECHAS

Cuando encontramos algo que la gente quiere y por lo que están dispuestas a pagar y que no consiguen en su zona, probablemente hemos hallado una idea de negocio. Piensen en lo que ya se halla disponible en su localidad o vecindario, y en aquello que hace falta.

- Quizás la localidad tiene deficiencias de hospedaje. Sus visitantes se quejan de que no existe un lugar limpio y seguro para hospedarse.
- Existen muchos sastres, modistas, pero pocos venden ropa.

«En este pueblo, la mayoría de los padres y madres de familia trabajan fuera del hogar. Podríamos iniciar un negocio ofreciendo nuestros servicios de limpieza a los hogares».

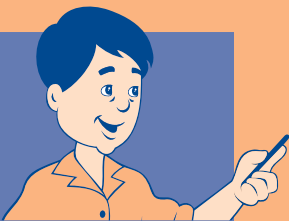
• PUBLICACIONES

Material impreso como catálogos, revistas comerciales y periódicos nos ayudarán a encontrar ideas, en ellos existen dibujos de productos que no se encuentran disponibles en la localidad y que pueden dar ideas. Los periódicos están llenos de ideas. Éstos le informan sobre negocios o desarrollo de productos recientes en su zona. Los avisos clasificados y los artículos sobre tendencias actuales también le darían algunas sugerencias.

• HABILIDADES, PASATIEMPOS

Usar sus destrezas e intereses es otra forma de encontrar una buena idea de negocio.

- A algunos alumnos(as) les gusta cocinar. Quizás puedan hacer un nuevo tipo de mermelada para su mercado local o empezar un restaurante.
- Son muy buenos dibujando, por lo que podrían realizar adornos a un negocio de muebles.
- Quizás las mujeres en su sector son muy buenas en hacer tejidos, organícelas para empezar un negocio de mantas, chales etc.



• RECURSOS NATURALES

La naturaleza nos brinda buenas ideas. Considere que materiales naturales están disponibles en forma abundante en su localidad: mar, tierra, plantas, río, etc. Que producto puede hacer, con estos recursos sin dañar el entorno: ladrillos, tejas, plantas medicinales.

• PRODUCTOS DE DESECHOS

Usualmente, existe algo sobrante de las cosas que hacemos y que las desechemos. Estos desechos provienen de productos agrícolas y animales, desperdicios de las casas, carros, otras máquinas y de industrias, reciclado de plásticos, ustedes encontrarán cosas interesantes a partir de objetos que otros han desechado. Es posible reciclar algo, quizás ustedes brinden un servicio para ayudar a las personas o instituciones a disponer de sus desechos o hacer algo nuevo a partir de estos

• FERIAS COMERCIALES Y EXHIBICIONES

Están especialmente diseñadas para brindar ideas de negocio a gente como ustedes. Investiguen qué feria y exhibiciones se están efectuando en su localidad.

• PUNTOS DEBILES DE LA COMPETENCIA

Al evaluar las ventajas y desventajas de la competencia encontramos sus puntos débiles y estos resultan una buena fuente de ideas de negocio. Por ejemplo: Una debilidad de las panaderías es que sus panes "son inflados y no llenan", nosotros elaboramos un pan consistente.

• PROGRAMAS DE INVERSION PUBLICOS Y PRIVADOS RELACIONADOS

Al revisar los periódicos leemos noticias relacionados a proyectos de inversión del sector público y privados que nos permiten identificar servicios que se pueden brindar o productos que puedan utilizar.

• SURGIMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Una nueva tecnología implica, muchas veces, un nuevo proceso de producción y requiere de la capacitación del personal para usar de forma eficiente. Sí podemos acceder a estas tecnologías podemos encontrar ideas de negocios, tanto para producir con ellas como para brindar servicios de capacitación y asesoría al personal que debe usarlas.

• OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Cada producto puesto en el mercado requiere de un producto complementario que puede



constituirse en nuestra idea de negocio. Por ejemplo: vender tamales en la puerta de una panadería, o servicios de internet al lado de una Universidad.

- ☞ Muchas buenas ideas de negocios se desarrollan convirtiéndose en realidad al encontrar oportunidades de negocios.

Las oportunidades de negocios son espacios vacíos entre lo que la comunidad desea comprar y lo que los negocios existentes están ofreciendo. Los vacíos no atendidos del mercado pueden ser cubiertos por una persona emprendedora con las habilidades y recursos disponibles en el medio.

De todas estas fuentes podemos obtener ideas de negocio, a veces la lista de posibles negocios es larga y debemos hacer un primer análisis

Ahora usted, siguiendo la técnica del macrofiltro defina tres ideas de negocio que piensa que son adecuadas a partir de la identificación de las necesidades o problemas de su zona (barrio, distrito, provincia, región). Para definir cual es la más indicada deberá realizar un análisis de las mismas a través de la técnica del microfiltro.

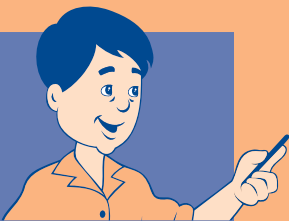
Esta idea será analizada con un instrumento conocido como análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) para determinar su viabilidad. Definida su idea de negocio necesita obtener más información sobre el mercado, para definir las características de su producto o servicio, el lugar donde lo venderá, el precio y la promoción y publicidad a realizar en función al perfil de los clientes potenciales.

¿Cómo definir si una idea de negocio es realmente buena?

De todas las fuentes que hemos visto podemos obtener ideas de negocio. La lista de posibles negocios es larga y debemos seguir un procedimiento para poder llegar en forma rápida y con niveles suficientes de certidumbre a definir nuestra idea de negocio.

El procedimiento propuesto es:

1. Identificar las necesidades o problemas de la zona a la que se quiere atender con la empresa.
2. Identificar ideas de negocio que respondan a estas necesidades
3. Realizar el Macrofiltro para seleccionar las tres ideas con mayores probabilidades de éxito.
4. Realizar el Microfiltro para seleccionar una idea a analizar.



Macro Filtro, es una herramienta que sirve para seleccionar ideas de negocios de manera rápida guiándonos por algunas preguntas ejes para seleccionar y excluir las ideas que tengan respuesta negativa.

Micro Filtro, es un segundo filtro más preciso para seleccionar la idea de negocio a trabajar en el plan de negocios. Se tendrá en cuenta para esto la que ofrezca mejores oportunidades comerciales y a la vez que se puedan producir en su región de acuerdo a la disponibilidad de destrezas, tecnología, mercado y materia prima. Seleccionando la idea que tenga mayor puntaje.

IDENTIFICAR LAS NECESIDADES O PROBLEMAS EN SU LOCALIDAD

Usando las diferentes fuentes de las que hemos hablado con anterioridad procedemos a identificar, como mínimo, cinco necesidades insatisfechas o problemas pendientes de solución de la población a la que queremos atender. Por ejemplo:

NECESIDADES O PROBLEMAS	
1	El la localidad de Valle Rico los escolares tienen malos hábitos alimenticios pues presentan cuadros de desnutrición según los estudios realizados por el centro de salud.
2	Un alto porcentaje de producción de frutas de las cuales solo el 20% se comercializan en otras regiones.
3	El acceso a la localidad es muy difícil pues cuenta con caminos de trocha.

Al responder las siguientes preguntas facilitarán la identificación de la necesidad a atender:

1. ¿Cuál de las necesidades señaladas puedo atender?
2. ¿Cómo puedo atender estas necesidades?

IDENTIFICAR IDEAS DE NEGOCIO

En base a los conocimientos y experiencias de los miembros del grupo, así como de las aspiraciones e intereses por determinado tipo de actividad empresarial, se hace un listado de las ideas de negocio, al menos 10, que pueden atender estas necesidades identificadas.



Por ejemplo:

Para el caso de la localidad de Valle Rico se puede ofrecer:

- Elaboración y comercialización de mermeladas.
- Elaboración de jugos y néctares de frutas
- Producción y comercialización de bombones con sabores a frutas
- Servicio de transporte de carreteras

A continuación se deberá usar los instrumentos de Macrofiltro y microfiltro para identificar cual es la idea de negocio más acertada para ser desarrollada en el plan de negocios.

MACROFILTRO

Por cada una de las ideas identificadas se responde con un SI o un NO a las siguientes preguntas:

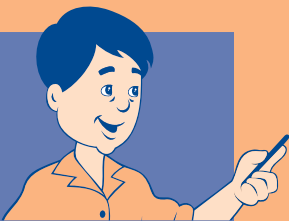
Nº	Preguntas orientadoras	Si	No
1	¿Existe una necesidad que satisfacer en tu localidad?		
2	¿Existe un mercado para este producto o servicio?		
3	¿Hay una demanda insatisfecha?		
4	¿Quieren realizar este proyecto?		
5	¿Es posible producir el producto o se cuenta con los requerimientos necesarios para dar el servicio en su distrito, provincia o región?		
6	¿Este proyecto permite tener ganancias?		

Las ideas de negocio que tengan mayor número de respuestas SI constituyen la primera selección. Máximo tres ideas.

MICROFILTRO

De las tres ideas anteriores se seleccionará aquella que tenga mejores oportunidades comerciales. Para ello utilizamos la técnica del microfiltro.

Idea	Disponibilidad local de materias primas	Existencia de demanda insatisfecha	Disponibilidad de mano de obra calificada	Disponibilidad de mano de obra a costo aceptable	Tecnología localmente disponible	Políticas gubernamentales favorables	Factores críticos para el éxito
1							
2							
3							



Por cada uno de los parámetros, cada una de las ideas debe ser calificada de acuerdo al siguiente puntaje:

1	:	Pobre
2	:	Regular
3	:	Satisfactorio
4	:	Muy satisfactorio
5	:	Excelente

Se suman los puntajes. La idea seleccionada será la que obtenga el mayor puntaje. Esta idea será evaluada con a través del análisis FODA.

ANÁLISIS FODA

Un método usado a menudo para decidir cuál es la idea de negocios más adecuada es el análisis FODA. Éste método ayuda a enfocar las áreas de posibles problemas y las ventajas potenciales de cada idea. FODA quiere decir:

FORTALEZAS
OPORTUNIDADES
DEBILIDADES
AMENAZAS

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de su negocio y el entorno en el cual éste compite. Muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis FODA, podrán serle de gran utilidad en el análisis del mercado y en las estrategias de mercadeo que diseñe. El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno. Esto significa que el análisis se debe hacer dentro y fuera del negocio.

DENTRO DEL NEGOCIO

Para analizar las fortalezas y debilidades de una idea de negocios, usted mira dentro del proyecto de negocios:

¿En qué será bueno el negocio y cuáles son sus debilidades?

- **Fortalezas** son los aspectos positivos específicos que le darán a su negocio una ventaja competitiva sobre otros similares y competidores. Son los recursos y capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia.



¡Las fortalezas están dentro del control del emprendedor(a) y ocurren actualmente!
Las fortalezas deben ser **capitalizadas** y aprovechadas para contrarrestar las debilidades.

Por ejemplo:

En nuestro grupo dos de las jóvenes se han especializado en confección de vestidos de fiesta y otra tiene un familiar con negocio de venta de ropa.

• **Debilidades** son los aspectos específicos en los cuales su negocio no será bueno. Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Quizás sus costos sean altos porque su negocio está ubicado lejos de los/as proveedores/as y tendrá que pagar más por transporte.

Las debilidades están dentro del control del emprendedor(a); ocurren actualmente. Estas son «carencia de...», «falta...», o puntos flacos. ¡En la medida de lo posible deben ser eliminadas!

Por ejemplo: No contamos con local, ni maquinarias, ni dinero para comprarlas.

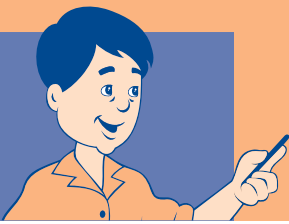
Tanto para las fortalezas como para las debilidades considere aspectos como:

- Disponibilidad de infraestructura (local) accesible a la clientela.
- Contar con maquinaria y equipo.
- Conocimientos y habilidades personales y del equipo.
- Acceso a fuentes de consulta: manuales, libros, personas especialistas, etc.
- Recursos monetarios.
- Acceso a Internet.
- Características del producto: durabilidad, diseño, utilidad, garantía, servicios post-venta, etc.
- Relaciones con los clientes potenciales.

Hágase preguntas como éstas:

- ¿Cuáles son aquellos cinco a siete aspectos donde puedo superar a mis principales competidores?
- ¿Cuáles son aquellos cinco a siete aspectos donde mis competidores me superan?





FUERA DEL NEGOCIO

Para analizar las oportunidades y amenazas de su proyecto empresarial usted debe mirar fuera del negocio. Por ejemplo, la comunidad en la que se va a desarrollarse la idea de negocio:

¿Qué aspectos del entorno o medio ambiente serán de beneficio para el negocio y cuáles afectarán negativamente al mismo?

• **Oportunidades** son factores positivos o favorables en el entorno, los cuales, el / la emprendedor(a), deberá **hacer uso de ellas** porque hacen potencialmente viable la idea de proyecto.

Pero, mayormente, están fuera del control del emprendedor(a). Son diferentes de las fortalezas en el sentido de que éstas son factores positivos internos del negocio.

Considere los siguientes aspectos:

- Recursos naturales disponibles en la zona.
- Presencia de empresas o instituciones privadas que pueden convertirse en proveedores o clientes.
- Presencia de instituciones que brindan capacitación y asesoría técnica.
- Presencia de instituciones con quienes se pueden hacer alianzas y convenios.
- Pocos competidores y débiles.
- Demanda en aumento
- Política de gobierno favorable al desarrollo del tipo de empresa a generar.

Por ejemplo:

El colegio nos facilitará, durante un año el local y las maquinarias. La demanda de ropa exclusiva va en aumento porque las jóvenes quieren diferenciarse y atraer las miradas en las fiestas.

• **Amenazas** son factores externos negativos y desfavorables en el entorno y generalmente están fuera del control del emprendedor(a). Afectan adversamente el negocio, si no son eliminadas o superadas.

Las amenazas difieren de las debilidades en el sentido que están fuera del control del emprendedor(a). Ambas tienen un impacto negativo sobre el negocio.

El propósito de analizar las amenazas, es ver la manera de contrarrestarlas, es decir tratar de **evitarlas** o reducir el impacto negativo compensando las acciones. Por ejemplo, la idea de negocios se presenta tan simple que otras personas pueden empezar negocios similares en su localidad y reducir su participación del mercado.



Considere los siguientes aspectos:

- Factores ambientales que determinan que el producto se venda sólo en determinadas estaciones o que pueden perjudicar parte del proceso productivo.
- Presencia de otras empresas que compiten con el proyecto y que ya tienen una posición en el mercado.
- Recursos naturales no disponibles o no existencia en la zona de los recursos necesarios para elaborar el producto o brindar el servicio.

Por ejemplo:

La venta del producto se realiza, fundamentalmente, a fin de año con ocasión de las fiestas de promoción, en esa temporada los caminos se hayan en pésimas condiciones porque es temporada de lluvia y, necesariamente debemos ir a la ciudad a comprar.

Marco del Análisis FODA

Factores positivos
↓
deben capitalizarse

FORTALEZAS

Factores negativos
↓
deben eliminarse

DEBILIDADES

Enumere fortalezas y debilidades relacionadas con su idea de proyecto específico que pueden ser controladas por la potencial empresaria (o) como: factores técnicos, financieros, promocionales de redes, conocimientos, competencias, etc.

Enumere oportunidades y amenazas fuera del control de la potencial empresaria (o) Relacionadas con su idea específica como: factores sociológicos, políticos, demográficos, económicos, comerciales específicos etc.

OPORTUNIDADES

Para hacer uso de ellas

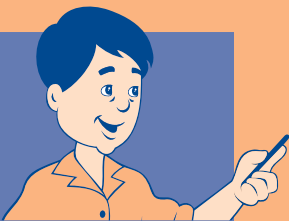
AMENAZAS

Para evitarlas

👉 En el anexo del presente Manual para docentes encontrará un caso desarrollado.

Con las conclusiones del análisis FODA se:

- Precisa la necesidad o problema que la empresa puede atender.
- Se define el producto o servicio que satisface la necesidad o resuelve el problema.



¡FELICITACIONES!

UD. decidió ya cuál es la idea de Negocio que va a desarrollar

- Le sugerimos seguir la secuencia de este curso para concluir con éxito el desarrollo de su idea de negocio y la aplicación de los conceptos necesarios para la elaboración de los formatos preestablecidos para la presentación de su idea de negocio, en el Concurso Escuela Emprende: Proyectos productivos Juveniles.
- Si aún no ha decidido cuál es la idea de negocio más adecuada, busque mayor información. No dude que al trabajar en el logro de esto, usted estará aumentando su conocimiento, experiencias y habilidades, lo cual a su vez aumentará la posibilidad de convertirse en un/a empresario/a de éxito.

Definida su idea de negocio, debe plantearse la visión del negocio o de empresa que desea iniciar y qué objetivos se propone lograr.

3. VISIÓN DE LA EMPRESA.

La **Visión** responde a lo que esperamos sea el negocio en varios años. ¿Cómo imaginamos el negocio? No se olvide que si no tenemos un sueño, una idea clara de dónde queremos llegar, estaremos caminando sin rumbo. Anímese a soñar con un negocio más próspero.

La Visión es lo que deseamos crear y debe responder a tres preguntas:

1. ¿Qué queremos ser? Nuestra imagen del futuro.
2. ¿Por qué queremos ser así?
3. ¿Cómo queremos actuar en consonancia con la misión?

Es decir, la visión está constituida por los valores fundamentales de la organización y por una imagen sugerente de cómo nos gustaría ser en un plazo determinado.

Por ejemplo: En el 2006, la empresa Super Security Car habrá posicionado en el mercado local un sistema de seguridad antirrobo para autos, como un producto económico, garantizado, hecho con insumos no contaminantes y contará con su propio taller de diseño y ensamblaje.

La visión debe ser compartida con todos los trabajadores para generar compromiso, involucramiento y nuevas actitudes, "ponerse la camiseta de la empresa".



4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Establecida la visión de la empresa es necesario definir cuáles son las acciones que se tienen que tomar para que ello suceda. En otras palabras: cómo organizo mi tiempo y otros recursos para que lo que quiero hacer sea una realidad y no se quede en un sueño.

En un proyecto la pregunta relevante a responder es, entonces,

¿Qué debo hacer para que mi sueño sea una realidad?

La respuesta a esta pregunta constituyen los objetivos empresariales.

Para definir los objetivos debemos tener en cuenta que éstos deben ser:

- claros y simples, para facilitar su comprensión;
- mediales, para que sepamos si se ha avanzado.
- realista, posibles de realizar;
- limitados en el tiempo;
- constantemente revisado, para adaptarse a las situaciones que se van presentando en el devenir de la empresa.

Los objetivos empresariales se pueden fijar en relación a:

- ocupar una posición deseada en el mercado.
- las ventas
- las utilidades

Por ejemplo:

"Ingresar al mercado regional nuestro dispositivo de seguridad para carros, en un año"

"Cubrir la demanda del 20% de la población, en un año"

**Usted ha completado el primer paso en la preparación para iniciar su negocio.
Ahora reúnanse con sus socios y llene el formato N° 2, puntos III, IV y V.**