



UNIDAD I

Emprender

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos.

Espíritu emprendedor

- Aprovechar oportunidades- recursos
- Ideas originales
- Innovador
- Creatividad

¿El emprendedor nace o se hace?



Potencial

APRENDER – MEJORAR

Características del emprendedor

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

TRABAJO EN CONJUNTO = suma
de esfuerzos → objetivos en
común

TRABAJO EN EQUIPO

VENTAJAS

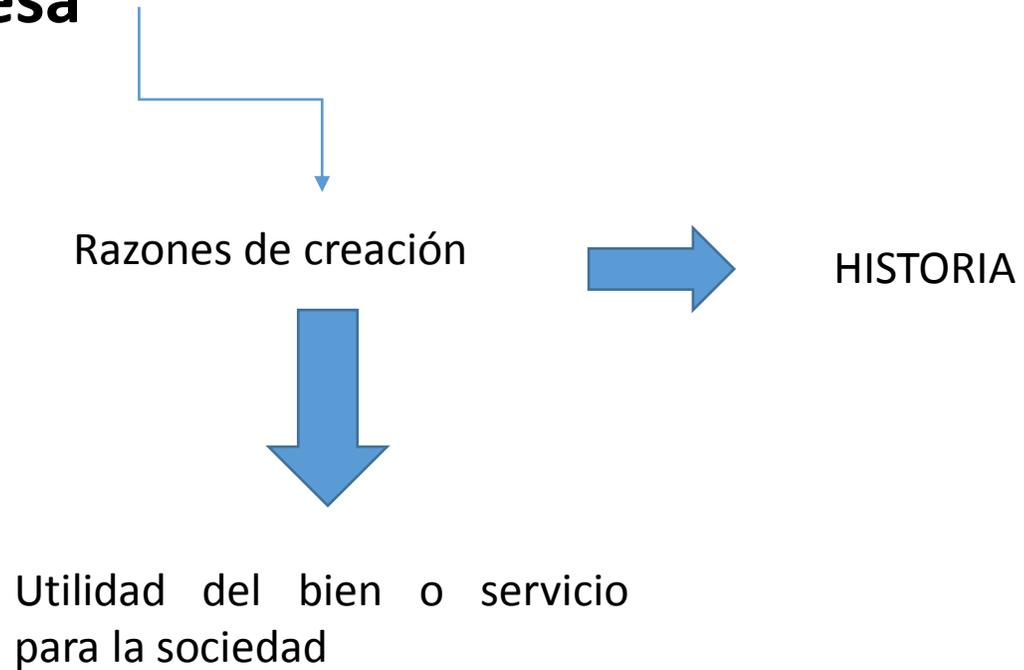
- Conocimientos
- Capacidades
- Distribución de tareas
- Suma de ideas
- Ahorro de tiempo y recursos
- Menos esfuerzo

DESVENTAJAS

- Lentitud
- Dominio de discusiones
- Varios lideres
- Poca comunicación
- Nadie quiere asumir responsabilidades
- Desintegración

Constitución de una microempresa

- **Justificación de la empresa**



Nombre de la empresa

- **Descriptivo** → **Giro: comercial, industrial o de servicio**
- **Original** → **Nuevo**
- **Atractivo** → **llamativo y fácil**
- **Claro y simple** → **fácil de escribir y pronunciar**
- **Significativo** → **asociar con formas o significados positivos**
- **Agradable** → **de buen gusto**

- Ubicación : donde

Clasificación de empresas por tamaño.

Sector	Tamaño de la empresa	Núm. de empleados
Industria	Micro	1-30
	Pequeña	31-100
	Mediana	101-500
	Grande	Más de 500
Comercio	Micro	1-5
	Pequeña	6-20
	Mediana	21-100
	Grande	Más de 100
Servicios	Micro	1-20
	Pequeña	21-50
	Mediana	51-100
	Grande	Más de 100

- Tamaño:

Análisis FODA

- **Fortalezas:** son todo lo que se tiene y que coloca al proyecto por encima de otros similares.
- **Debilidades** :son todas las áreas de oportunidad para mejorar y/o complementar.
- **Oportunidades:** son todos aquellos aspectos favorables para la empresa.
- **Amenazas:** son las que atentan o pudieran actuar contra el desarrollo de la empresa.

Cuadro para realizar el análisis FODA.

Positivas	Negativas	
Oportunidades	Amenazas	
Fortalezas	Debilidades	Factores externos

Misión de la empresa

- Su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.
- Toda misión debe contestar tres preguntas básicas:
 1. ¿Qué? (Necesidad que satisface o problema que resuelve.)
 2. ¿Quién? (Clientes a los cuales se pretende llegar.)
 3. ¿Cómo? (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad.)

Visión de la empresa

- Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos
- Responder las siguientes preguntas:
 - ¿Cómo será mi empresa en unos años?
 - ¿Cómo quiero que mi empresa sea reconocida por los clientes?
 - ¿Qué ofrece esta empresa a los clientes, proveedores y sociedad?
 - ¿Hasta dónde quiero llegar con esta empresa?
 - ¿Cuáles son los valores y principios que rigen las operaciones de esta empresa? los miembros del equipo para llegar a la meta.



Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazos

Los objetivos deben poseer ciertos rasgos o peculiaridades, por ejemplo:

- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- Ser medibles (cuantificables).
- Ser claros y entendibles.

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.

Con base en el tiempo en que se pretenden cumplir, los objetivos se clasifican en las siguientes categorías:

- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).

Ventajas competitivas

- Producto o servicio  Satisfacer necesidades o solucionar problemas.
- Ventajas competitivas: peculiaridades, características que lo hacen único y especial.



ELECCION DE UN PRODUCTO



dar origen a algo nuevo

Proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original.

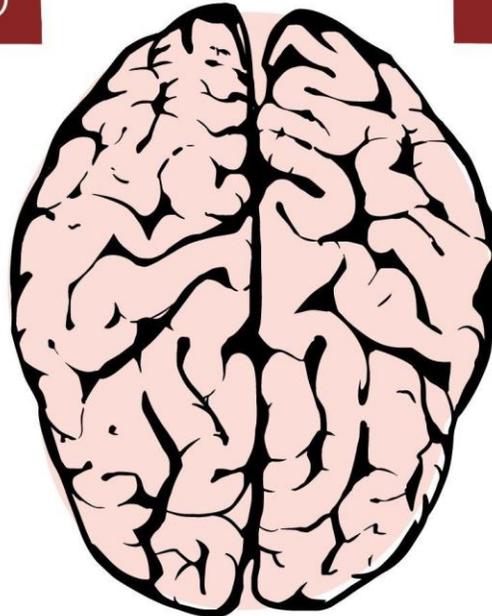
- Situaciones, ideas u objetivos innovadores

El proceso de la creatividad

HEMISFERIOS CEREBRALES

IZQUIERDO

-  NÚMEROS
-  SÍMBOLOS
-  LÓGICA
-  EXPRESIÓN
-  LECTURA
-  ESCRITURA
-  RAZONAMIENTO
-  APRENDIZAJE



DERECHO

-  IMAGINACIÓN
-  CREATIVIDAD
-  EMOCIONES
-  SENTIMIENTOS
-  INTUICIÓN
-  MÚSICA
-  ESPACIO

Psicología-Online 

Etapas del proceso creativo :



Preparación: Percepción de un problema y reunión de informaciones



Incubación: Tiempo de espera, de busca inconsciente de la solución



Iluminación: La solución irrumpe de golpe. Es cuando llega la luz a la oscuridad del proceso de incubación y las partes antes dispersas se unen presentando un todo ordenado



Verificación :Examen de la solución encontrada. Es el momento de evaluar si merece la pena dedicar a tensión a lo que se ha intuido



- Las ideas surgen espontáneamente
- Se deben descartarse las que no son fáciles de realizar o que son incosteables.
- Integrar un plan para llevarla a la práctica



Idea original

- Atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello .
- COMBINACION DE FACTORES
- REQUISITO PARA EL ÉXITO
- Prestar atención a los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera.

Elementos a considerar para generar una propuesta de valor

- Cualidades del producto  beneficios
- Relación con el consumidor  Satisfacción del cliente
- Imagen y prestigio  factores que atraen a un cliente
- **Propuesta de valor:** Descripción de la experiencia que recibirá el cliente dada la oferta de mercado de la compañía y de su relación con el proveedor de dicho bien o servicio.

Preguntas importantes:

- ¿Por qué es necesario el producto?
- ¿Dónde puede hacerse?
- ¿Cuándo debería hacerse?
- ¿Cómo se hace? y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo:
- ¿debe ser algo nuevo?
- ¿modificado?
- ¿mejorado?
- ¿económico?
- ¿combinado?





El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

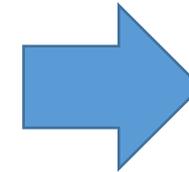
- El **mercado**: descripción del público al que va dirigida.
- La **experiencia** que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor.
- El **producto o servicio** que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- Las **alternativas y las diferencias**: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece.
- Las **evidencias o pruebas** que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

Capitalización de la empresa

- Estructura de capital  combinación de los diferentes recursos utilizados por la empresa para financiar sus inversiones.



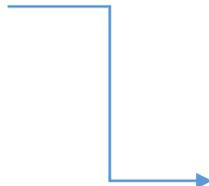
- Emisión de acciones
- Los beneficios retenidos
- Endeudamiento



Maximizar la
riqueza

Costos y gastos

- Costo

A blue L-shaped arrow pointing from the word 'Costo' to its definition.

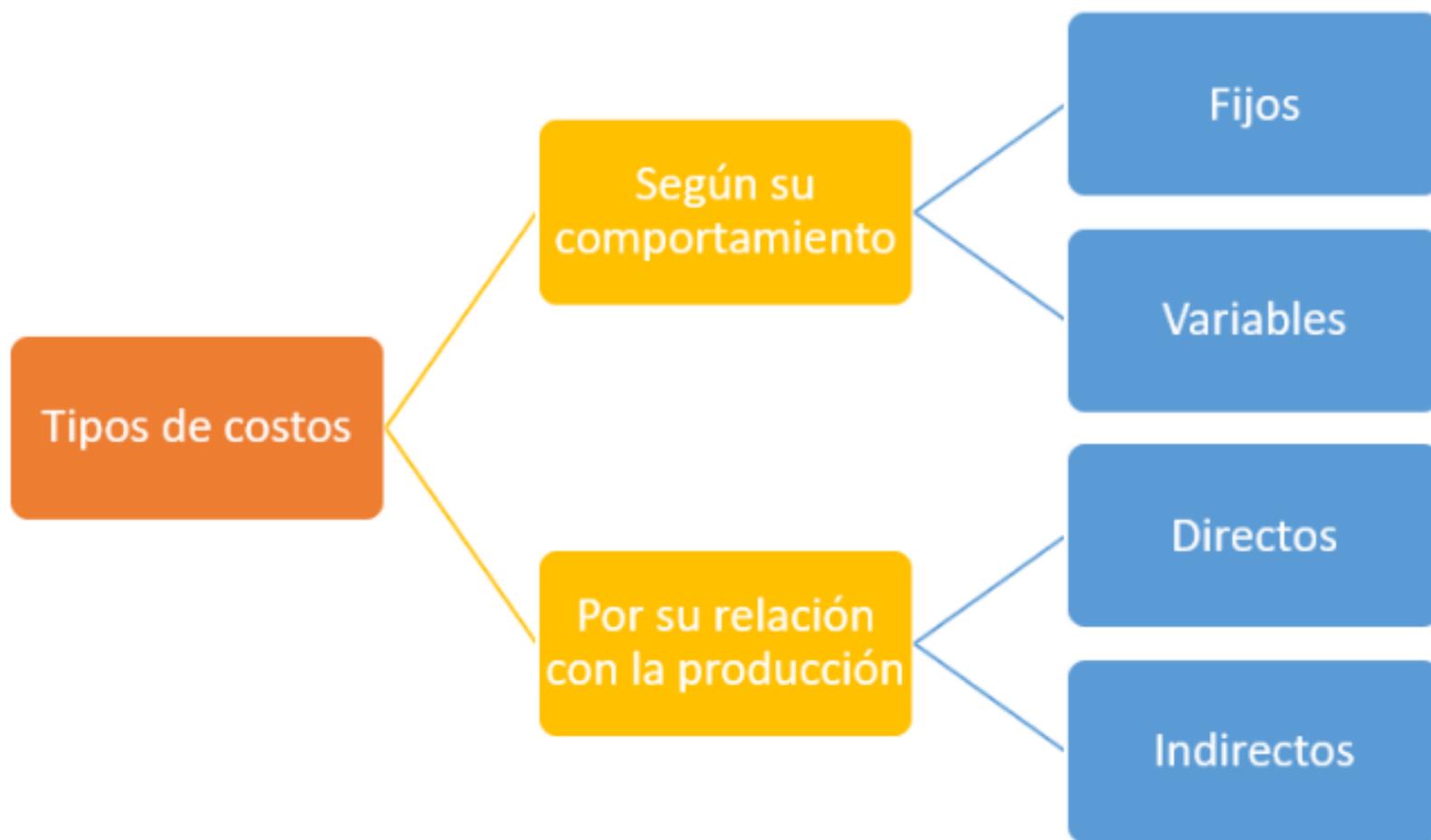
Cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa, **no tiene como fin la ganancia.**

- Gasto

A blue L-shaped arrow pointing from the word 'Gasto' to its definition.

Se desembolsa con el objetivo de obtener utilidades.

COSTOS	GASTOS
Son los desembolsos causados por el proceso de un producto, o por la prestación de un servicio	Son los desembolsos causados por la administración de la empresa.
<ul style="list-style-type: none">•Materias primas•Mano de obra al destajo•Salarios personal de planta•Mercancías•Servicios públicos•Fletes•Depreciación maquinaria y equipo•Arrendamiento del local•otros	<ul style="list-style-type: none">•Salarios personal administrativo•Papelería•Correo y teléfono•Publicidad depreciación muebles y enseres•Vendedores•Mantenimiento vehículo•Capitación•otros



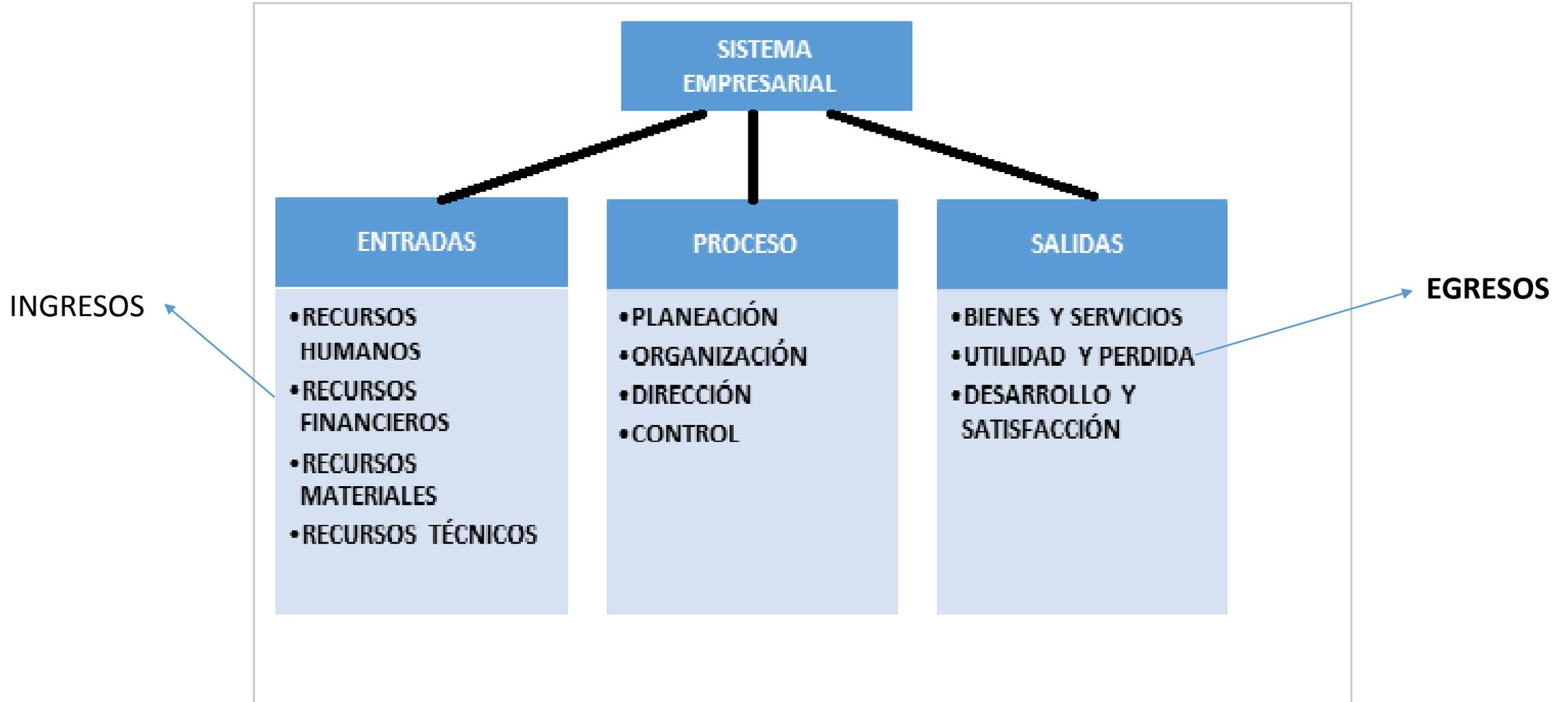
CAPITAL

SOCIAL-Cantidad

que se han
comprometido a
aportar las

personas físicas o morales que
forman la sociedad.





Proyección del flujo de efectivo

- Flujo de efectivo: Es **la entrada y salida de dinero de tu empresa.**

Estado de flujo de efectivo /

Los principales componentes de este estado financiero son:



Flujo de efectivo de operación

Fuentes o usos de efectivo de actividades directas del negocio.



Flujo de efectivo de actividades de inversión

Fuentes o uso de efectivo derivados de inversiones, instrumentos financieros, gastos de capital, compra de equipos u otras adquisiciones.



Flujo de efectivo de financiamiento

Fuentes o usos de efectivo de inversores o bancos, así como de accionistas, dividendos u otras fuentes de financiamiento.

Sistema de financiamiento

- Socios particulares.
- Préstamos bancarios.
- Aportaciones personales.
- Sociedades de inversión (SINCAS).
- Créditos de proveedores.
- Otros.

