



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

NOMBRE DEL PROFESOR: Juan José Ojeda Trujillo

NOMBRE DEL ALUMNO: Víctor Manuel Hernández Hernández

CARRERA: Contaduría Pública

MATERIA: Taller Del Emprendedor

TRABAJO: Examen

GRADO: noveno cuatrimestre GRUPO: LCP05SSC0118-A

FECHA: 20/06/2021

1.- ¿Qué es un emprendedor?

Persona que a partir de una idea propia o ajena es capaz de crear una oportunidad de negocio, bajo la forma de empresa, asumiendo en muchas ocasiones un riesgo financiero al hacerlo.

2.- ¿Qué características puede tener un emprendedor?

- **Apasionado/ a:** los emprendedores viven por y para su negocio para alcanzar sus metas y sueños. La pasión es la que hace que se saquen fuerzas a veces dónde no las hay.
- **Creativos / as:** los emprendedores están siempre barajando posibilidades de negocio y sienten la necesidad de crear. Tienen gran capacidad de tener ideas y poder llevarlas a cabo.
- **Son valientes:** son capaces de aceptar los retos, asumen responsabilidades y problemas, aprovechan cualquier oportunidad para alcanzar los objetivos.
- **Sabe tomar decisiones y sabe correr riesgos y afrontarlos.**

3.- ¿Cómo debes plantear un nuevo negocio?

Conociendo las necesidades de la sociedad para así poder saber si podemos tener las oportunidades de crear algo para la satisfacción de ellos.

4.- ¿Cómo deber tu negocio en el entorno en que vives?

Es muy importante realizar un análisis del entorno en la situación inicial de la sociedad para, posteriormente, poder definir una estrategia en base a dicho análisis. Después de analizar el entorno podremos saber cómo trabajar para que así nuestro negocio se efectivo ante la sociedad.

5.- ¿Cómo evaluar la capacidad de un emprendedor?

- 1.- Conocimiento de sí mismo y Autoconfianza
- 2.- Visión de futuro
- 3.- Motivación de logro
- 4.- Planificación

6.- ¿Cómo analizar si tu negocio dará resultados favorables?

Comparar tus ingresos con tus egresos. Si los ingresos son mayores que los egresos, podemos calificarla como una empresa rentable.

7.- ¿Cómo es el proceso de la creatividad?

Podemos definir la creatividad como la capacidad de resolver los problemas de una manera eficaz, novedosa y valiosa. Pero los problemas o tareas que enfrentamos habitualmente no siempre necesitan la misma solución ni la misma manera de pensar.

8.- ¿Cuáles son los tipos de creatividad?

Hay dos tipos de creatividad: la ordinaria y la excepcional. La ordinaria aparece en individuos comunes, en situaciones normales de la vida; la excepcional rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres.

9.- ¿Qué es una idea original?

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciara con un producto, con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger es el producto y no otro.

10.- ¿Cómo se genera una idea de negocio?

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

11.- ¿Qué es un análisis FODA?

Consiste en un proceso donde se estudian debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa. El objetivo de este análisis, es que la empresa, a partir de la información que obtenga sobre su situación pueda tomar las decisiones o cambios organizativos que mejor se adapten a las exigencias del mercado y del entorno económico.

12.- De la empresa que estas diseñando ¿Cuál es el análisis FODA?

FORTALEZAS: calidad del producto, prestigio, buena publicidad, innovación y precio acorde a la calidad.

DEBILIDADES: no cuenta con actividad de desarrollo tecnológico alto, capacidad de producción baja frente a la demanda, no posee un óptimo inventario

OPORTUNIDADES: elaborar productos más innovadores, crecimiento del mercado de halados, crecimiento económico.

AMENAZAS: producto estacional, gran competencia en el mercado nacional, cambio en gustos de los consumidores.

13.- ¿Qué es márketing?

Disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores.

14.- ¿Que qué forma aplicarías márketing en tu negocio?

Para aplicar el marketing, en primer lugar debemos investigar el mercado con el fin de detectar oportunidades de negocios, a través de la identificación y el análisis de necesidades, problemas, deseos, cambios, tendencias, etc. De igual manera tenemos que analizar la sociedad conocer las necesidades de cada uno para así ofrecerle un buen servicio o producto.

15.- ¿Qué es un estudio de mercado?

Estudio de mercado es la recolección y análisis de datos que una empresa u organización realiza para determinar su posicionamiento en la industria con respecto a sus

competidores con el fin de mejorar sus estrategias de negocios aumentando así su competitividad.

16.- ¿Cuáles son los elementos de tu producto?

Precio, calidad, sabor, envase y tamaño

17.- ¿De qué manera darías a conocer tu negocio?

Una de las maneras que más se utiliza hoy en día es a través de las redes sociales, a través de estas redes puedo dar a conocer mi servicio y producto que brindo a la sociedad.

18.- ¿Qué son los gastos de operación?

Son las erogaciones que permiten llevar a cabo las diversas actividades y operaciones diarias. Sin ellos no sería posible alcanzar los propósitos de la empresa

Plan de negocio

El plan de negocios para la comercialización de paletas y helados “pingüino” en los municipio de las margaritas Chiapas, describe el modelo de negocio, analiza la situación del sector heladero y establece las correspondientes estrategias de mercado que serán implementadas, tanto para la promoción como para la comercialización del producto en el mercado local de este Municipio. Para la elaboración de este plan de negocios, se investigó sobre los patrones de consumo de paletas y helados en el Municipio de las margaritas, se encontró una nueva generación de consumidores de menos de 40 años, preocupados por consumir alimentos de buena calidad y de una manera más saludable, quienes están dispuestos a pagar más por este tipo de productos. Aprovechando estos cambios de consumo, se crea este plan de negocios basado en una heladería; actividad comercial que en los últimos años ha alcanzado una gran acogida en el mercado. Por otro lado, el objetivo general de este proyecto es diseñar un Plan de negocios la comercialización de paletas y helados “pingüino” en el municipio de las margaritas. Ahora bien el segmento de helados y paletas en el país aumenta con rapidez, mostrándose como un mercado dinámico, promovido principalmente por hábitos de consumo en los puntos de venta, en conos, paletas o recipientes individuales. Finalmente, este proyecto permite estudiar y analizar la posibilidad de dar apertura de los puntos de venta de paletas y helados, analizando la viabilidad y las estrategias necesarias para ser implementado.

Medios de difusión

Se dará a conocer nuestros productos y servicios a través de las redes sociales, perifoneo y folletos para que así la sociedad pueda saber y conocer de nuestro negocio.

Análisis FODA

El análisis FODA es considerado “una herramienta fundamental en la administración y en el proceso de planificación, con este estudio se beneficiará de un plan de negocios, pudiendo dar fuerza a la sigla de oportunidad, logrando además, la situación real en la que se encuentra la empresa o proyecto, y poder planificar alguna estrategia a futuro” (Riquelme, 2017).

Este análisis se refiere a “la evaluación de nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se enfrentará nuestra empresa, las cuales se obtienen del estudio de mercado y del entorno macroeconómico” (Hernández, 2011: 44); este mismo autor desglosa cada uno de los conceptos del análisis de esta manera:

FORTALEZAS: calidad del producto, prestigio, buena publicidad, innovación y precio acorde a la calidad.

DEBILIDADES: no cuenta con actividad de desarrollo tecnológico alto, capacidad de producción baja frente a la demanda, no posee un óptimo inventario

OPORTUNIDADES: elaborar productos más innovadores, crecimiento del mercado de halados, crecimiento económico.

AMENAZAS: producto estacional, gran competencia en el mercado nacional, cambio en gustos de los consumidores.

Diagrama

