



Mi Universidad

Ensayo.

Joshua Daniel Mazariegos Pérez.

Ensayo de temas de primera unidad.

1° parcial.

Taller del emprendedor.

Lic. Fernando López Santiz.

Medicina Humana.

7° semestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 21 de septiembre del 2024.

Introducción.

En el presente trabajo se está revisando de manera específica y desde nuestro punto de vista personal la forma adecuada de crear una microempresa y los diferentes procesos que debe seguir para su desarrollo.

En primera instancia se hablará sobre el concepto de planificación y organización empresarial, y como estos son indispensables para el desarrollo de una buena estructura dentro y fuera de la empresa. Ya que, al analizar la situación interna y externa de nuestra empresa nos ayudará a establecer objetivos alcanzables, y una vez teniendo estos objetivos seremos capaces de coordinar y planificar un plan de acción estratégico para las diferentes áreas dentro de la empresa, con la finalidad de que el personal a cargo de cada área cuente con la capacitación y habilidad necesaria para impulsar a la empresa a nuevos mercados y así lograr objetivos a largo plazo. Además, de que el tener una buena planificación y organización nos ayudará a conocer las fortalezas y debilidades tanto de nuestra empresa como de la competencia, y así mantenernos en líder de ventas, gracias a la innovación y adaptación.

Dentro de la elección del producto, se discutirán los factores que debemos tener en cuenta antes de elegir un bien o servicio para vender en una población, estos factores son el conocer nuestro mercado, investigar a la competencia, conocer las necesidades de los clientes y tener conocimiento sobre la viabilidad del producto, ya que, de esto dependerá si el bien o servicio que ofrece la empresa será aceptado en la población. Además, se conocerán las bases de la capitalización empresarial, la cual se enfoca en inversiones de capital.

Y para culminar se conocerán las características específicas que tiene una microempresa y como estas pueden adaptarse a cada situación dependiendo de la demanda del mercado local.

Planificación y Organización Empresarial

En primera instancia se debe conocer el concepto general de planificación y organización empresarial, estos son procesos en los cuales las empresas organizan sus operaciones tanto de sus activos y pasivos, como de sus recursos humanos, con la finalidad de conocer de manera integral sus fortalezas, debilidades y oportunidades que tienen en el ambiente empresarial; y de esa manera lograr alcanzar los objetivos planteados de manera eficaz.

Por consiguiente el concepto de planificación empresarial hace alusión a un proceso de investigación y análisis de la situación tanto interna como externa de la empresa, con la finalidad de establecer ciertos objetivos a corto, mediano y largo plazo, con base a estos planear estrategias para lograr cumplir sus metas y objetivos.

Mientras tanto la organización empresarial consiste en implementar de manera práctica estas estrategias hechas en la planificación, y empezar a estructurar y coordinar o acomodar las actividades laborales tanto de individuos como de maquinaria, para lograr desarrollar sus objetivos de manera eficaz y productivamente, sin que haya pérdidas o problemas irreversibles, ya que esto puede estancar el progreso de la empresa.

Tipos de Planificación Organizacional

Pero para hablar de estos dos procesos debemos conocer que existen tipos de planificación organización empresarial, algunos son:

- La planificación organizacional estratégica consiste en realizar una estructura de atención general, en todas a las áreas; mejor dicho, establecer objetivos, determinar las acciones, coordinar recursos y evaluar los riesgos y beneficios, esto se puede realizar en las diferentes jerarquías dentro de la empresa (jefe, gerente,

empleado), con la finalidad que todos estén en la misma sintonía para alcanzar los objetivos con base a los valores de la empresa.

- La planificación organizacional táctica esta cumple con el papel de formular y describir de manera más específica el plan estratégico que debe seguir la empresa y como esta debe realizar dicho plan. En este punto se deben plantear objetivos más puntuales y específicos a corto plazo.
- La planificación organizacional operacional es la visión y seguimiento de los detalles diarios; desde mi punto de vista, esta se enfoca más al recurso humano, ya que implica la vigilancia y seguimiento de las tareas y actividades asignadas a cada empleado dentro de la empresa, y que estas se realicen eficaz y responsablemente.
- La planificación organizacional de contingencia hace a lución al plan o estrategia hecho con anticipación, que tiene cada empresa para resolver algún problema o inconveniente en el funcionamiento normal de los recursos humanos o materiales, que fue resultado de algún daño o ataque externo, interno o inesperado.

Etapas de la Planificación Organizacional

Como primera etapa se debe realizar un desarrollo del plan estratégico, en el cual se basara en investigar y analizar la misión, visión y valores que van a cimentar los pilares de la empresa; de igual manera se debe realiza una recolección de datos del personal para tener una idea a futuro de cómo puede ser su desempeño; otro punto importante es el analizar el ambiente interno y externo de la compañía, con la finalidad de conocer las fortalezas y debilidades propias

de la empresa como de la competencia, y de esa manera entrar en un proceso de innovación; y por último en esta etapa se deben construir los objetivos.

La segunda etapa es el establecimiento de tácticas para la realización de estrategias generales, esto implica de establecer objetivos a corto plazo para cada área en la jerarquía de la empresa, y con ayuda de cada uno de los participantes establecer un plan de acción y de contingencia para alcanzar un desarrollo positivo.

La tercera etapa es la planificación de operaciones diarias, la cual implica contar con un plan previamente establecido, para que cada empleado responsable de un área cumpla con su rol asignado y realice las actividades de acuerdo a su conocimiento y capacidad en ese trabajo.

En la cuarta etapa se realiza la ejecución de los planes de organización empresarial, para este punto ya se contara con el capital necesario para empezar el emprendimiento a corto y mediano plazo.

En la quinta y última etapa es el seguimiento de los planes emprendidos, en el cual se deberá estar haciendo una auditoria de manera periódica para observar el avance o el estancamiento de los ingresos de la empresa, y así realizar modificaciones en la planificación estratégica.

Una vez culminado las 4 etapas anteriores, se pueden observar algunos beneficios del hacer una buena planificación y organización, como es el caso de mejorar la eficiencia, ya que al coordinar las áreas de la empresa podemos obtener una reducción en el tiempo de procesamiento, un aumento en la calidad del producto que se está vendiendo y una mejoría en el personal; y con base al recurso humano, se puede llegar a ver nuevas formas de capacitación para mejorar la productividad.

De igual manera se puede llegar a ver una reducción de los costos, esto es gracias a la implementación de nuevos recursos materiales y de una capacitación adecuada de los empleados, para así reducir en gran medida los errores e inconvenientes que puedan llegar a presentarse tanto como accidentes laborales, fallas mecánicas o pérdidas involuntarias que lleguen a generar pasivos muy elevados.

Al igual que si se cuentan con los recursos y objetivos necesarios, los líderes o dueños pueden tomar mejores decisiones estratégicas para innovar, mejorar y progresar en el ambiente empresarial.

Y al tener un buen plan estratégico y una buena coordinación, todos los integrantes de la jerarquía laboral serán capaces de adaptarse a cambios en su mercado, y así ajustar el plan de acción de manera inmediata.

Pasos al Definir los Objetivos

- En primer lugar se tiene que tener la misión y propósito por el cual se quiere emprender este proyecto.
- Como segundo lugar se debe conocer el recurso tanto económico como material con lo que se cuenta actualmente.
- El tercer paso se debe determinar los objetivos con base al criterio propio, tomando en cuenta la opinión de los demás accionista.
- En el cuarto paso se deberá comunicar los objetivos a las personas que sea necesario.

- Y en el último paso se revisaran los resultados y estos deberán mostrar el avance que se está teniendo, y como los objetivos se cumplen.

Análisis FODA

Este tipo de análisis se utilizan para conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas tanto de la empresa como de su competencia. Por ello, este tipo de análisis proporciona un diagnostico interno y externo de la situación actual del mercado y su entorno, con la finalidad de detectar amenazas potenciales y así realizar una respuesta adecuada.

Elección de Producto

En cuanto a la elección de un producto, este debe ser elegido tomando en cuenta sus atributos y precio, además de considerar algunos factores como:

- Investigación de mercado: esto hace referencia a obtener información sobre los bienes y servicios que están actualmente aumentando su valor y como pueden ser aprovechados para nuestra empresa.
- Conocer la competencia: en simples palabras se debe conocer tanto los bienes y servicios que ofrecen las otras microempresas con la finalidad de realizar un plan estratégico para innovar nuestro producto y que sea conocido por la comunidad.
- Viabilidad del producto: debemos ser conscientes en que tan común y conocido es el producto a vender, para que la población tenga una buena aceptación ante este.
- Necesidades del cliente: para ello debemos conocer que es lo que más necesita nuestro mercado, conocer tanto los gustos y problemas de nuestros clientes nos

puede llevar a una elección adecuada para que el bien o servicio ofrecido sea un éxito en la población.

- Atributos del producto: el cual hace alusión en el tipo de material o uso que se le puede dar a este bien o servicio, con el fin de que la población se interese en lo que se está vendiendo y así contribuir a mejorar su día a día.
- Fácil promoción: en el cual se debe incluir aspectos de marketing más actuales, para ello nuestro producto puede ser vendido tanto en plataformas digitales como convencionales.
- Producción y logística sencilla: el tener un producto que sea fácil de producir en masa y que no se necesite de grandes maquinarias o personal para su elaboración al comenzar la empresa, se hará más fácil el proceso de desarrollo.
- Materiales y proceso de producción: el tener un producto que sea de materiales de buena calidad pero que sea fácil de producir garantizara una buena imagen de la empresa ante la población, y por ende, más ingresos que perdidas.
- Precio: el tener un precio accesible de los materiales utilizados para producir el producto, proporciona a la empresa manejar precios realmente adecuados a la economía local.
- Estilo de vida: esto hace alusión a la forma en que la población puede implementar nuestro producto en su vida diaria, y así mejorar ciertos aspectos de su vida.

Algunos de los productos más vendidos hoy en día son digitales, como libros electrónicos, software de ventas, entre otros productos. Pero la ventaja que tiene el vender un producto físico en combinación con uno electrónico, es que nuestra población actual radica en gente joven que nació en la era tecnológica, por ende, los productos físico-electrónicos nos permitirán llegar de manera más rápida y controlada a nuestro mercado objetivo y alcanzar objetivos comerciales.

Pero así como existen ventajas, la mayor desventaja al vender un producto sea físico o electrónico es la carencia de capital inicial para invertir en material publicitario, así como la difícil promoción y venta que pueden llegar a tener el personal al competir con empresas más grandes.

Para lo anterior es indispensable conocer nuestra audiencia, una vez hecho eso, debemos crear una marca sólida para que sea fácil el distinguir nuestra empresa de las demás; por consiguiente el hacer correr la voz es indispensable para el crecimiento comercial, además de facilitar al cliente la compra del producto por medio de métodos más prácticos y rápidos, como el uso de páginas web para hacer reservaciones, pedidos o sugerencias, además de contar con un servicio de envíos; y por último, el valorar a los clientes más leales, implica mejorar la calidad de nuestro producto.

Capitalización de la Empresa

Este proceso implica el conseguir fondos monetarios a través de inversionistas, con el fin de adquirir activos tangibles e intangibles, para garantizar que la empresa expanda sus operaciones, aumente su oferta con base a la demanda del producto y mejore la productividad. Por ello el conseguir estos fondos ayudara a adquirir nuevos materiales para aumentar la

producción y calidad del bien o servicio ofrecido. Estas inversiones de capital garantizaran el crecimiento exponencial de la empresa y que continúe siendo uno de los líderes en la venta de su producto.

El conocer que es una inversión de capital en sus dos presentaciones, será indispensable para observar en que situación actual se encuentra nuestra empresa con base a las ganancias e inversiones que se obtienen, pero primero, una inversión de capital consiste en introducir fondos monetarios a una empresa para su expansión y aumentar su productividad:

- Inversión de capital de mantenimiento: lo cual es introducir fondos a una empresa para mantener el margen actual de ventas, sin que esta suba o baje, al final este tipo de inversiones no se enfocan en expandir a otros mercados la empresa.
- Inversión de capital de expansión: a diferencia que la anterior, estos fondos económicos son destinados a aumentar el nivel de ventas de la empresa con base a la demanda de su producto, con el fin de expandir el mercado e impulsar el crecimiento. Además, estos fondos pueden ser destinados a mejorar la atención al cliente, como para la capacitación adecuada del empleado, con el fin de que estos estén actualizados ante las diferentes situaciones y problemas que se pueden presentar dentro de su área de trabajo.

De igual manera las inversiones pueden ser dadas por el propio emprendedor como de otras empresas, además de obtener fondos de inversores externos conocidos como “business angels”.

Ya se conoce las dos presentaciones de las inversiones de capital, ahora se deberá conocer los tipos de inversiones que pueden llegar a existir al momento de empezar con el desarrollo de una empresa:

- Inversión de diversificación: esto hace referencia al producto que se está vendiendo actualmente, con el fin de actualizarse en nuevos productos o bienes, y con base a esto irse a otros mercados.
- Inversión de modernismo: esto implica en gastar los fondos que se obtienen en el personal o maquinaria que se utiliza para la elaboración del producto, con la finalidad de minimizar los errores y así reducir los gastos en la producción, para mejorar la eficacia.
- Inversión de expansión: como su nombre lo dice, se basa en conseguir fondos para aumentar la elaboración del bien o servicio, debido a la alta demanda de su mercado.

Microempresa

Antes que nada se debe conocer la definición de este término. La microempresa hace alusión a una unidad o “tienda” de un tamaño moderadamente pequeña, en donde se cuenta con pocos empleados y pocas ventas, además de que su mercado es a nivel local o regional.

Las características que tiene una microempresa son muy específicas, estas son:

- Tiene 1 o 10 empleados.
- Las ganancias o facturación anual es baja, aproximadamente 4 millones, a comparación de grandes empresas como Coca-Cola u franquicias como Oxxo.

- El producir un producto se basa en mano de obra.
- Los niveles de jerarquía son: jefe y empleado.
- Su mercado es muy pequeño.
- Requieren de inversiones para impulsar o mantener sus ventas y crecimiento.
- Depende de otras empresas para el servicio a domicilio o para asesoría legal.
- Su capacidad de adaptación es realmente rápida y eficiente, esto les permite moldearse a las necesidades de la población y cambiar su planeación y organización de manera inmediata.

Tipos de microempresa

A demás de conocer las características de una microempresa, estas pueden ser de diferentes tipos:

- Microempresa de supervivencia: la cual se crea por la necesidad económica que tiene una persona en ese instante, por ende, su creación es de manera inmediata, pero su presupuesto y capital llegan a ser limitados.
- Microempresa de expansión: este tipo cuenta con los fondos de inversiones adecuadas para su crecimiento en el mercado, por ello son capaces de invertir los fondos en personal capacitado para mejorar su producción.
- Microempresa de transformación: la capacidad de expansión de estas microempresas es realmente exponencial, ya que son capaces de actualizar y

mejorar sus bienes y servicios e implementar nuevos productos para abarcar nuevos mercados.

En cuanto a los objetivos de una microempresa, estos se basan en:

- Sostenibilidad financiera: ser capaces de ser estables en su economía para mantenerse en el mercado a largo plazo.
- Optimización de recursos: utilizar de manera inteligente los recursos necesarios para la elaboración de su producto y así evitar pérdidas significativas a la empresa.
- Satisfacción del cliente: hacer que el bien o servicio ofrecido al cliente sea de la mejor calidad y precio, para generar una excelente imagen en la población.
- Desarrollo de marca y reputación: se hace alusión a consolidar la marca de la empresa en líder de ventas, generando así una excelente reputación tanto en redes sociales como en el ambiente físico.
- Innovación y adaptación: inventar nuevas formas para la venta de nuestros productos o mejorar aspectos del mismo para adaptarse a la competencia.
- Eficacia operativa: mejorar en la eficiencia de producción y reducir gastos, con ayuda de mejor capacitación humana o implementar nuevos instrumentos o herramientas.
- Generación de valor: que los bienes o servicios proporcionados, sean para impulsar la economía local y generar nuevos empleos.

Conclusión.

El desarrollar un microempresa de manera inmediata es posible, pero el camino para su crecimiento está lleno de muchos obstáculos, en la actualidad se sabe que en México las microempresas proporcionan el 90% de nuestra economía nacional, ya que estas generan muchos empleos y ofrecen una parte sus ingresos al PIB para el desarrollo del país. Pero si se quiere expandir este pequeño negocio a nuevos horizontes y mercados se debe tener en primera instancia un plan estratégico en el cual se cuente con los objetivos que se quieren alcanzar dentro de un corto tiempo; un vez estableciendo lo anterior, se debe iniciar con el proceso de coordinación e implementación del plan estratégico, esto se basa en mejorar la producción, calidad y precio de nuestro producto, pero para ello debemos establecer campañas de capacitación para el personal de la empresa para evitar accidentes o retrasos en el área de trabajo, y de esa manera se irán reduciendo los tiempo de elaboración del producto, para aumentar así la eficiencia de las ventas. A demás, dentro de la planificación y organización empresarial se debe conocer a los competidores, para que de esa manera identifiquemos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene nuestra empresa, para así poder adaptarnos al mercado que deseamos alcanzar.

De igual manera, al momento de querer expandir nuestra microempresa a nuevos mercados, se deberá considerar la opción de la capitalización empresarial, es decir, empezar a vender acciones para conseguir inversionistas que estén dispuesto a inyectar fondos para el mantenimiento y expansión del negocio, consiguiendo así una línea nueva de productos.

Bibliografías

- López Santiz F. (2024). Taller del Emprendedor. *Universidad del Sureste, UDS.*
- López Santiz F. (2024). Microempresa. *Universidad del Sureste, UDS.*
- López Santiz F. (2024). Elección de Producto. *Universidad del Sureste, UDS.*