



Mi Universidad

Ensayo

Galia Madeline Morales Irecta

Ensayo

Parcial I

Taller del emprendedor

Lic.Fernando López Santiz

Licenciatura en Medicina Humana

7mo Semestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 21 de septiembre de 2024

INTRODUCCIÓN

En este ensayo se abordará el siguiente tema que es: la planeación y organización empresarial, asimismo se desglosará temas que abarcan como constitución de una empresa, la elección de productos y capitalización de la empresa. La planeación y organización son procesos clave para el éxito y sostenibilidad de cualquier negocio. La planeación implica definir objetivos claros y diseñar estrategias y acciones necesarias para alcanzarlos, teniendo en cuenta tanto los recursos disponibles como el entorno competitivo. A través de este proceso, las empresas pueden anticipar oportunidades y amenazas, establecer metas a corto y largo plazo, y tomar decisiones informadas para maximizar su rendimiento. Por otro lado, la organización empresarial se refiere a la estructura interna de la empresa, donde se distribuyen tareas, responsabilidades y recursos para lograr una operación eficiente. Esto incluye la definición de departamentos, la asignación de roles y la creación de procedimientos que faciliten la coordinación y comunicación entre los diferentes niveles y áreas de la empresa. Ambos elementos son esenciales para asegurar que la empresa funcione de manera efectiva, logre sus objetivos y se mantenga competitiva en el mercado.

Ahora una microempresa es unidad económica de pequeña escala que generalmente tiene un número reducido de empleados, un volumen de ingresos moderado y una estructura organizativa simple. Las microempresas son fundamentales en muchas economías, ya que generan empleo, promueven el desarrollo local y fomentan la innovación. Con esto veremos más adelante como se conforma cada uno.

DESARROLLO

La planeación y organización empresarial, implican una serie de procesos y elementos detallados que son fundamentales para el éxito a largo plazo de una empresa. A continuación, se explica más a fondo cada uno de estos conceptos:

Planeación empresarial:

Análisis del entorno y diagnóstico interno: La planeación comienza con un análisis del entorno externo e interno de la empresa. El entorno externo incluye factores como la competencia, las tendencias de mercado y la economía. El diagnóstico interno evalúa los recursos, capacidades, fortalezas y debilidades de la empresa.

- **Definición de objetivos:** Los objetivos empresariales deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo definido. Estos pueden ser de corto, mediano o largo plazo, y guían todas las decisiones estratégicas de la organización.
- **Formulación de estrategias:** Una vez establecidos los objetivos, se diseñan las estrategias que guiarán a la empresa para alcanzarlos. Esto implica decidir qué mercados se van a abordar, qué productos o servicios ofrecer, y cómo competir de manera efectiva. Las estrategias deben estar alineadas con los recursos disponibles y las capacidades de la empresa.
- **Toma de decisiones:** En la planeación, es clave priorizar las acciones necesarias para implementar las estrategias. Las decisiones se deben basar en análisis de datos, costos y beneficios, con el fin de maximizar los resultados y mitigar riesgos.
- **Evaluación y ajuste:** La planeación no es estática; se debe revisar y ajustar constantemente en función de los cambios en el entorno, las condiciones del mercado y el desempeño de la empresa. Esto permite adaptar la estrategia cuando sea necesario.

La planificación organizacional tiene diferentes tipos y se divide en:

1. Planificación organizacional estratégica: se crea una estructura que permite a las organizaciones definir su dirección a largo plazo, estableciendo objetivos claros y desarrollando estrategias para alcanzarlos (misión y visión)
2. Planificación organizacional táctica: esta se encarga de describir la forma en que una empresa va a implementar su plan estratégico, se centra en la implementación de las estrategias establecidas en la planificación estratégica, pero con un enfoque más específico y a corto plazo, la planificación táctica se traduce en acciones concretas que guiarán a la organización en el día a día para alcanzar esos objetivos.
3. Planificación organizacional operacional: se trata de la visión y el seguimiento de los detalles en la planificación organizacional, se encarga de la gestión y ejecución de las actividades diarias de una organización.
4. Planificación organizacional de contingencia: es un proceso que implica desarrollar estrategias y procedimientos alternativos para abordar eventos imprevistos o situaciones de crisis que puedan afectar el funcionamiento de una organización.

Organización empresarial:

- Diseño organizacional: Este paso implica la creación de una estructura organizacional adecuada que soporte la estrategia de la empresa. La estructura puede ser jerárquica, matricial, por proyectos o una combinación de estas. En este diseño se define quién toma decisiones, cómo se distribuyen las responsabilidades y cómo se coordina el trabajo entre diferentes áreas.
- División del trabajo: En la organización se establece cómo se descomponen las actividades y tareas dentro de la empresa. Esto implica la especialización del trabajo, asignando roles y responsabilidades específicas a cada departamento o

equipo. A mayor especialización, mayor eficiencia operativa, siempre que se mantenga una buena comunicación y coordinación.

- **Asignación de recursos:** Los recursos (humanos, financieros, tecnológicos) deben asignarse de manera eficiente. La organización empresarial debe asegurarse de que los recursos se distribuyan de forma óptima para cumplir con los objetivos definidos en la etapa de planeación.
- **Coordinación y comunicación:** Un aspecto esencial de la organización es garantizar una comunicación efectiva entre los distintos niveles y áreas de la empresa. Esto incluye la implementación de canales de comunicación adecuados y la creación de un ambiente de trabajo colaborativo. La falta de coordinación puede llevar a retrasos, duplicación de esfuerzos o errores.
- **Delegación y control:** Es importante que los líderes deleguen responsabilidades adecuadamente y establezcan sistemas de control que permitan supervisar el avance hacia los objetivos. Esto incluye la creación de métricas de desempeño, evaluaciones periódicas y la toma de acciones correctivas cuando sea necesario.

Ahora como se mencionó antes cuando se habla de una microempresa se refiere a una unidad económica de pequeña escala que generalmente tiene un número reducido de empleados, un volumen de ingresos moderado y una estructura organizativa simple. Las microempresas son fundamentales en muchas economías, ya que generan empleo, promueven el desarrollo local y fomentan la innovación.

¿Cómo funciona una microempresa?

1. **Número de empleados:** Las microempresas suelen tener un límite máximo de entre 1 y 10 empleados, dependiendo del país y la normativa específica. Muchas de estas empresas son familiares o incluso gestionadas por una sola persona (emprendedores individuales).
2. **Estructura simple:** Al ser pequeñas, las microempresas no requieren una estructura organizativa compleja. Generalmente, el propietario o los dueños tienen un control

directo sobre la gestión y operación del negocio, lo que permite una toma de decisiones rápida y flexible. No suele haber capas jerárquicas o departamentos especializados, y las funciones pueden ser asumidas por una sola persona o un grupo pequeño.

3. Capital y recursos limitados: Las microempresas suelen operar con recursos financieros limitados y un capital inicial relativamente pequeño. Muchas veces, el capital proviene de ahorros personales, préstamos familiares o pequeños créditos bancarios. Esto significa que las inversiones en infraestructura, tecnología o expansión son más modestas en comparación con empresas de mayor tamaño.
4. Operaciones: Las microempresas suelen enfocarse en mercados locales o en nichos específicos, ofreciendo productos o servicios que responden a una demanda particular. Estas empresas pueden ser de diversos sectores, como comercio minorista, servicios, producción artesanal, tecnología, etc. Dado que son pequeñas, muchas veces se especializan en un segmento de mercado muy concreto.
5. Flexibilidad: Una de las ventajas clave de las microempresas es su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. Su tamaño y estructura reducida permiten al propietario ajustar productos, servicios y estrategias sin la burocracia y lentitud que pueden enfrentar empresas más grandes.
6. Acceso a financiamiento: A menudo, las microempresas enfrentan dificultades para acceder a financiamiento formal, como grandes préstamos bancarios. Sin embargo, existen programas gubernamentales, microcréditos o instituciones de financiamiento local que brindan apoyo a este tipo de empresas. En muchos casos, la relación con proveedores y clientes también es más personal, lo que puede facilitar términos de pago flexibles y acuerdos informales.
7. Contribución a la economía local: Aunque las microempresas generan ingresos más pequeños en comparación con las grandes empresas, su contribución es significativa. Promueven el empleo local, reducen la pobreza y suelen estimular la economía en comunidades más pequeñas, ofreciendo productos y servicios que pueden no estar disponibles de otra manera.

¿Cómo se constituye una microempresa?

La constitución de una microempresa varía según el país, pero generalmente sigue los siguientes pasos:

1. Elección del tipo de empresa: Existen diferentes formas jurídicas para constituir una microempresa. Las opciones comunes incluyen:
 - Persona física o empresario individual: Es el modelo más sencillo y económico. El propietario es responsable directamente de todas las obligaciones del negocio.
 - Sociedad de responsabilidad limitada (SRL): Aquí los dueños o socios tienen una responsabilidad limitada al capital que han aportado. Esto protege el patrimonio personal en caso de deudas o problemas financieros de la empresa.
 - Cooperativa: Algunos países permiten que microempresas se organicen como cooperativas, donde los empleados son también socios con derechos de participación y decisión en el negocio.

Ventajas de las microempresas:

- Baja barrera de entrada: Son relativamente fáciles de constituir y requieren menos capital inicial.
- Flexibilidad: Pueden adaptarse rápidamente a los cambios del mercado o necesidades del cliente.
- Enfoque local: Las microempresas suelen estar muy conectadas con las comunidades locales, lo que les da una ventaja competitiva frente a empresas más grandes.

Desafíos de las microempresas:

- Acceso limitado a financiamiento: Muchas veces, las microempresas no pueden acceder a créditos o préstamos importantes para crecer.
- Escala reducida: Esto puede limitar su capacidad para competir con empresas más grandes, especialmente en términos de precios o producción masiva.

- Dependencia del propietario: El éxito de la empresa a menudo depende directamente de la capacidad del propietario para gestionar todas las áreas del negocio.

El análisis FODA, la elección de un producto y la capitalización de la empresa son tres conceptos esenciales para desarrollar una estrategia empresarial efectiva, es una herramienta estratégica que permite evaluar la posición competitiva de una empresa o proyecto a través de cuatro dimensiones clave:

Fortalezas (F):

Son los aspectos internos que representan una ventaja competitiva para la empresa. Estas pueden incluir recursos valiosos, capacidades únicas, una reputación sólida o una red de clientes fieles. Ejemplos comunes de fortalezas incluyen:

- Productos de alta calidad.
- Experiencia en el mercado.
- Buena gestión financiera.

Oportunidades (O):

Se refieren a los factores externos que la empresa puede aprovechar para mejorar su posición en el mercado. Estas oportunidades suelen surgir por tendencias en el mercado, cambios tecnológicos, legislaciones favorables o la entrada a nuevos segmentos de clientes. Ejemplos:

- Expansión a mercados emergentes.
- Innovaciones tecnológicas que pueden mejorar la producción.
- Cambios en las preferencias de los consumidores.

Debilidades (D): Son los puntos internos en los que la empresa es menos competitiva y que la limitan para alcanzar sus objetivos. Identificarlas permite a la organización trabajar para corregirlas o reducir su impacto. Ejemplos:

- Escasa presencia de marca.
- Recursos financieros limitados.
- Dependencia de un solo proveedor.

Amenazas (A):

Son los factores externos que pueden dificultar el éxito de la empresa o poner en riesgo su estabilidad. Las amenazas pueden incluir la competencia, cambios en la economía, regulaciones más estrictas o la aparición de sustitutos de productos. Ejemplos:

- Nuevos competidores con precios más bajos.
- Cambios en las regulaciones que aumentan los costos operativos.
- Variaciones en el tipo de cambio que afecten las exportaciones.

El análisis FODA permite a la empresa tener una visión clara de dónde está posicionada y cuáles son sus mejores opciones estratégicas. A partir de este análisis, puede decidir cómo capitalizar sus fortalezas, aprovechar oportunidades, mejorar sus debilidades y mitigar las amenazas.

Elección de un producto:

La elección de un producto es un proceso fundamental para cualquier empresa, ya que determina qué bien o servicio ofrecerá al mercado. Este paso debe estar alineado con el análisis FODA para maximizar las probabilidades de éxito.

Factores clave en la elección de un producto:

1. Demanda del mercado: Es esencial analizar si hay demanda suficiente para el producto elegido. Un estudio de mercado puede ayudar a identificar las necesidades y preferencias de los consumidores, así como las tendencias emergentes.
2. Competencia: Evaluar qué otros productos similares existen en el mercado y cómo se comporta la competencia es crucial. Esto permite encontrar huecos o nichos que

no están siendo atendidos adecuadamente o identificar cómo diferenciar el producto.

3. Fortalezas de la empresa: El producto seleccionado debe estar alineado con las fortalezas internas de la empresa, ya sea en términos de capacidades productivas, conocimiento del mercado, experiencia técnica, etc. Esto ayuda a crear un producto competitivo.
4. Costo de producción y margen de ganancia: Es importante evaluar los costos de producir el producto, desde la adquisición de materias primas hasta su comercialización, y compararlos con los precios de mercado para asegurar un margen de ganancia suficiente.
5. Innovación y diferenciación: La diferenciación del producto es esencial para destacar en el mercado. Esto puede lograrse a través de la calidad, la personalización, la atención al cliente, o el diseño. Innovar en un mercado saturado puede proporcionar una ventaja competitiva clave.
6. Regulaciones y aspectos legales: En algunos sectores, es importante tener en cuenta las normativas que regulan la producción y venta de productos. Cumplir con las leyes es un paso esencial para evitar problemas legales y sanciones.

Capitalización de la empresa:

La capitalización de la empresa se refiere a la forma en que la empresa financia sus operaciones y crecimiento. Es el proceso mediante el cual una empresa obtiene los recursos financieros necesarios para poner en marcha su proyecto, sostenerlo y expandirlo. Existen varias formas de capitalizar una empresa, que dependen tanto del tamaño de la empresa como de sus necesidades específicas.

Tipos de capitalización:

1. Capital propio: El capital propio proviene de los aportes de los fundadores o inversionistas que adquieren participación en la empresa a cambio de dinero. Esto incluye:
 - Aportes de los socios fundadores. Los dueños o socios invierten su propio dinero para financiar las operaciones iniciales.

- Reinversión de utilidades. Las ganancias generadas por la empresa pueden ser reinvertidas en lugar de distribuirse entre los socios, lo que permite financiar el crecimiento de manera interna.
 - Inversores privados o “ángeles inversores.” Individuos que invierten en la empresa a cambio de una participación accionaria, con la expectativa de obtener un retorno cuando la empresa crezca.
2. Capital ajeno (financiamiento externo): Implica el uso de recursos que provienen de préstamos o deuda. Estos deben ser devueltos en un plazo acordado y generalmente implican el pago de intereses.
- Préstamos bancarios: Los bancos ofrecen líneas de crédito o préstamos empresariales que pueden ser a corto o largo plazo.
 - Microcréditos: Opciones para microempresas que permiten acceder a financiamiento con montos menores y condiciones más flexibles.
 - Créditos comerciales: Proveedores que otorgan créditos a la empresa, permitiendo adquirir materia prima u otros recursos y pagarlos posteriormente.
3. Apoyos gubernamentales y subsidios: En algunos casos, los gobiernos ofrecen programas de apoyo financiero, subsidios o incentivos fiscales para nuevas empresas, microempresas o sectores estratégicos. Estos apoyos pueden facilitar el acceso a recursos sin generar deuda significativa.

Factores a considerar en la capitalización:

- Nivel de endeudamiento: Es fundamental mantener un equilibrio entre el capital propio y el capital ajeno para evitar un exceso de deuda que pueda poner en riesgo la viabilidad de la empresa.
- Costos de financiamiento: El costo de obtener capital (intereses, comisiones, etc.) debe ser menor que el retorno esperado de la inversión.
- Control y participación: Al utilizar capital externo, los dueños deben decidir cuánto control están dispuestos a ceder en el caso de atraer inversionistas.

CONCLUSIÓN

En conclusión, el éxito de una empresa depende en gran medida de la integración eficaz de herramientas estratégicas como el análisis FODA, la correcta elección del producto y una adecuada capitalización. El análisis FODA proporciona una visión profunda del entorno y las capacidades internas, permitiendo a la empresa identificar sus puntos fuertes y áreas de mejora, así como las oportunidades y amenazas del mercado. Esto facilita una elección de producto alineada con las fortalezas internas y la demanda del mercado, aumentando las probabilidades de éxito. Por otro lado, la capitalización de la empresa es crucial para materializar cualquier plan estratégico, ya que asegura los recursos financieros necesarios para operar, crecer y competir. Ya sea a través de capital propio, financiamiento externo o apoyos gubernamentales, una adecuada gestión de los recursos permitirá a la empresa cumplir sus metas de manera sostenible.

Al coordinar estos elementos, las empresas, especialmente las microempresas, pueden optimizar su rendimiento, adaptarse a los cambios del mercado y asegurar una posición competitiva sólida en su sector.