# Teoría de las Organizaciones 4° B-C

Proyecto

Integrador y Articular

# El Sueño del Negocio Propio

# Fundamentación Didáctica:

Las Pymes son una parte de las organizaciones que influyen en la realidad económica, como creadoras de Bienes y Servicios para satisfacer necesidades de los individuos.

La tarea del empresario actual está concentrada casi exclusivamente en la toma de decisiones oportunas y eficientes, basadas en información veraz, que nos permita comparar datos de nuestra propia empresa con las empresas competidoras.

Tomar una decisión siempre implica un riesgo por correr, ventajas y desventajas, entre las distintas opciones por elegir. En muchas ocasiones habrá que buscar un equilibrio entre las ventajas y desventajas inmediatas, con las ventajas y desventajas que probablemente ocurran en el futuro más lejano.

El desarrollo de la Investigación del Mercado permite comprender de una mejor forma el comportamiento del mundo empresarial en una economía dinámica con escenarios rápidamente cambiantes.

En nuestro tiempo quien produce una cosa lo hace generalmente para que otros puedan disfrutar de la misma, después de haber pagado un justo precio, establecido de común acuerdo en una libre negociación. La capacidad de conocer oportunamente las necesidades de los demás hombres y el conjunto de los factores productivos más apropiados para satisfacerlas, es una fuente importante de riqueza en una sociedad moderna.

Muchos bienes no pueden ser producidos de manera adecuada por un solo individuo, sino que exigen la colaboración de muchos. Organizar ese esfuerzo productivo, programar su duración en el tiempo, procurar que corresponda de manera positiva a las necesidades que debe satisfacer, asumiendo los riesgos necesarios, es una tarea fascinante que puede y debe llevar adelante el empresario con su trabajo disciplinado y creativo, poniendo su espíritu emprendedor y su capacidad de iniciativa.

Estas organizaciones desean lograr determinados objetivos, los cuales son alcanzados utilizando los recursos y realizando actividades coordinadas y relacionadas entre sí; conociendo que el entorno que rodea a la empresa le impone ciertas restricciones, pero también un ámbito de oportunidades donde ella es un agente social de suma importancia para toda la sociedad.

De este análisis se desprende la importancia social del dirigente empresario, de sus responsabilidades y de sus roles en este mundo actual: un hombre positivo y emprendedor cuya acción tiene un sentido comunitario.

## Objetivos:

- Reconocer y afianzar habilidades y estrategias que el alumno posee, con el fin de que él reconozca en si un posible emprendedor como una alternativa laboral que le permita desarrollarse como persona, ya sea trabajando en la parte administrativa de alguna empresa o realizando su propio negocio.

- Aprender a presentar la información valiéndose de diferentes técnicas, utilizando herramientas tales como la informática, encuestas, cuadros comparativos y entrevistas, entre otras.

- Ordenar, clasificar y procesar la información, respetando las consignas establecidas y la toma de decisiones que adopten.

## Evaluación de alternativas del Negocio o Empresa

- ✓ Novedad de la idea
- ✓ Complejidad de la idea
- ✓ Mercado al que se dirige
- ✓ Conocimiento del negocio
- ✓ Grado de dificultad de implementación
- ✓ Tecnología y conocimientos requeridos
- ✓ Proveedores
- ✓ Posibilidad de que sea sustituido por otros productos
- ✓ Cantidad de competidores actuales y potenciales
- ✓ Tamaño y fortalezas de los competidores
- ✓ Forma de trabajar
- ✓ Dedicación requerida
- ✓ Control del negocio
- ✓ Inversión inicial
- ✓ Ganancias que puede generar
- ✓ Potencial de crecimiento
- ✓ Riesgos que implica

## Ventajas y desventajas

En forma de cuadro:

1. Solo o con socios
2. Empezar de cero
   Asociarse a un negocio en marcha
   Comprar un negocio en marcha

## Amenazas y Oportunidades

1. ¿Cuáles son los hechos que ocurren o pueden ocurrir que perjudicarían su negocio/empresa?
2. ¿Cuáles son los hechos que ocurren o pueden ocurrir que favorecerían su negocio/empresa?

## Cómo elegir el nombre:

- Nombre de personas (Toledo)
- Nombre de fantasía (La Serenísima)
- Nombres descriptivos (Aerolíneas Argentina)
- Nombres con siglas (UFO)

## Forma Legal

Requisitos legales para poner en marcha el negocio o empresa: investigar, nombrar, adjuntar.

a) Licencias y permisos

b) Patentes, marcas y derechos
c) Impuestos
d) Seguros
e) Registros contables

## La Competencia

Análisis de la Competencia: elegir 2 competidores y confeccionar un cuadro comparativo

| **ASPECTOS** | **COM** | **PETIDOR** | **COM** | **PETIDOR** |
|---|---|---|---|---|
| | **PUNTOS FUERTES** | **PUNTOS DEBILES** | **PUNTOS FUERTES** | **PUNTOS DEBILES** |
| PRODUCTO | | | | |
| PRECIO | | | | |
| PRESENTACIÓN | | | | |
| TECNOLOGÍA | | | | |
| FORMA DE ENTREGA | | | | |
| PLAZO DE ENTREGA | | | | |
| FORMA DE PAGO | | | | |
| SERVICIO AL CLIENTE | | | | |
| PROMOCION | | | | |

## El Cliente

Análisis del cliente: realizar en forma de encuesta.

## El Producto

En forma de Planilla:

- Producto (mencionar)
- Características (enumerar)
- Beneficios (función)

## El Precio

Realice una evaluación de los precios de sus competidores: Justificar opción elegida.

1. Acepta el precio del mercado.
2. Cobrar un precio más alto que el precio del mercado, sacrificando volumen de ventas a favor de una mayor rentabilidad por producto vendido.

3. Cobrar un precio más bajo, arriesgándose a una guerra de precios esperando captar una gran cantidad de clientes que compensen la menor ganancia.

## Dónde y cómo vender

- Dónde estaría ubicado
- Cuánto cuesta (alquilar/comprar)
- Qué necesita para ponerlo en marcha (recursos económicos-materiales-humanos)

## La Promoción

1. Qué quiere lograr con su comunicación: justificar la opción elegida
   - Que sus potenciales clientes sepan de su existencia
   - Que lo visiten
   - Que recomienden sus productos
   - Que lo compren de inmediato
   - Que soliciten más información

2. Qué medios de comunicación utilizará: justificar elección

- Medios masivos (comerciales de TV, radio, etc.)
- Marketing (folletos, revistas, etc.)
- Puntos de venta (exhibidores, decoración del local de venta, etc.)
- Vía pública (afiches, carteles, etc.)
- Auspicios y patrocinios (eventos, proyectos deportivos/culturales, etc.)
- Relaciones públicas (llamados telefónicos, organización de fiestas, etc.)

## Personal

Identifique sus necesidades de personal: especificar

- Perfil de los empleados
- Cantidad
- Conocimientos
- Aspectos legales

## Exponer:

- Departamento de Compras
- Departamento de Producción
- Departamento de Finanzas
- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Comercialización

## Publicidad

Crear y filmar una publicidad televisiva y radial:

- Participación de los alumnos integrantes del grupo
- Familia
- Amigos