

BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

MANUAL DE EMPRENDIMIENTO

Magister Víctor Hugo Samaniego Luna
RECTOR INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO BOLIVARIANO

Magister Jorge Baltazar Vallejo Ramírez
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

COMISIÓN DE REVISIÓN EXTERNA:

Dra.Natasha Ivannova Samaniego Luna,
Lic. Mayra Alejandra Mendoza Morocho,
Lic. Stefany Viviana Abad Macas
Ing. Johanna Maribel Ochoa Herrera,
Ing. Juan Carlos Pérez Briceño
Chef. José Eduardo Zaruma Flores

NOMBRE DE LA GUÍA O FOLLETO

MANUAL DE EMPRENDIMIENTO

AUTORES:

Magister Jorge Baltazar Vallejo Ramirez
Magister María del Rocío Delgado Guerrero
Docentes del Instituto Superior Universitario Bolivariano

INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO

Loja, septiembre 06 del 2023
Loja, Ecuador

SENSIBILIZACIÓN DEL USO DEL TIEMPO LIBRE

Es el periodo de tiempo disponible para una persona para realizar actividades de caracter voluntario, cuya realización reportan una satisfacción y que no están relacionadas con obligaciones laborales y/o formativas.

¿QUE ES TIEMPO?

- Es la media del cambio
- Es el paso de las horas, el trascurrir de la vida
- Es la duración de las cosas que están sujetas a cambios

PORQUE ES IMPORTANTE EL BUEN USO DEL TIEMPO LIBRE

- Ayuda a tener su espacio personal para tomar aire y hacer una pausa para realizar otro tipo de actividades.
- Permite un estado de equilibrio psicologico.
- Nos ayuda a la integración social y de salud fisica.
- Ayuda a tener su espacio personal para tomar aire y hacer una pausa para realizar otro tipo de actividades.
- Permite un estado de equilibrio psicologico.
- Nos ayuda a la integración social y de salud fisica.

TIEMPO LIBRE Y RECREACIÓN

OBJETIVOS

- Saber diferenciar conceptos teóricos básicos.
- Identificar los tipos de dinámicas grupales según los objetivos que se pretendán perseguir.
- Divertirse.

MOTIVOS PARA DEDICAR TU TIEMPO LIBRE.

- Refresca tu mente.
- Ser mas creativo.
- Tiempo para hacer lo que te gusta.
- Aprender cosas nuevas.

PASOS LIBREPARA PLANIFICAR TU TIEMPO

- Haz un horario
- Organiza tu tiempo libre
- Semana a semana
- Piensa en lo que te gustaria hacer

PROPOSITOS Y COMPROMISOS PERSONAL ORGANIZAR Y PLANIFICAR LAS ACTIVIDADES.

- Corto plazo
- Mediano plazo
- Largo plazo

CONSEJOS PARA ORGANIZAR TU TIEMPO

- Calcula el numero de horas libres
- Puedes ser flexible si no cumples las horas programadas reponlas en otro momento
- Realiza un horario semanal
- Prémiate con las actividades que más te gusten cuando cumplas tu horario semanal

USO CREATIVO DEL TIEMPO

- Realiza ejercicio regular

- Ayuda al bienestar mental
- Practica algúin deporte con tus amigos
- Mejora la forma fisica

USO ADECUADO TIEMPO LIBRE NCLUYE

- Reacreación
- Descanso
- Socialización
- Aprendizaje
- Cultura

BENEFICIA

- Sano desarrollo individual
- La potencialidad del ser
- La salud fisica y mental

PLANIFICAR EL USO DEL TIEMPO LIBRE LUNES LEER UN LIBRO 6:00pm-9:00pm

BENEFICIOS

- Desarrolla tu creatividad
- Gran entretenimiento
- Ejercita tu cerebro

MARTES PINTAR UN CUADRO 6:00AM a 9PM

- Beneficios
- Estimulación la greatividad y imaginación
- Mantiene y mejora tu salud mental

MIERCOLES TRABAJOS DE CARPINTERIA 9:am a 10am BENEFICIOS

- Comunicación con el mercado
- Ayuda ser un emprendedor a crear distintos objetos como sillas, mesas, muebles y otras cosas mas.

JUEVES TRABAJOS DE CONSTUCCIÓN 9 am a 10 am BENEFICIOS

- Comunicación con el mercado
- Ayuda a crear distintos objetos como sillas, mesas, muebles, y otras cosa

REALIZAR DEPORTE VIERNES 9:00am a 10am

BENEFICIOS

- Mejora la forma fisica y resistencia en general
- Fortalece los musculos y tendones
- Controlar el peso
- Aumenta la energia
- Mejora la salud mental y el estado de ánimo

COCINAR

- Sabes lo comes
- Controlas calidad y cantidad
- Trabajo en equipo
- Ahorras tiempo y dinero

Ayudar a los demás. Colaborar con alguien en alguna actividad, trabajar para sacar un dinero para la familia o ayudar a alguien a solucionar un problema son cosas que se pueden realizar en el tiempo libre.

BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 2
LA NECESIDAD DE EMPRENDER

LOJA ECUADOR

LA NECESIDAD DE EMPRENDER

Emprender ha sido una de las principales vías de escape al drama laboral que supone la crisis económica.

¿QUE ES EMPRENDER?

Emprender es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, sin que esto quede en una mera intención.

Emprender entraña una serie de riesgos y dificultades que hacen que algunos proyectos tengan éxito y se consoliden como empresa, y otros fracasen.



Emprendimiento por necesidad

El más común es la necesidad, cuando no tenemos ninguna otra opción, quitamos las excusas que limitan dicho potencial, y es por los hijos, por la deuda que tengo, por la circunstancia compleja, ante una eventualidad o un escenario incierto que se emprende. Y sin saber que podíamos, podemos.

Algunos emprenden desde lo que les gusta, otros desde lo que ven que necesita el mundo, otros desde lo que hacen bien, y otros desde lo que genera rentabilidad. Hay emprendimientos desde cualquier área y condición humana. Cuando se emprende, se entiende que se va por un camino que tiene altos y bajos, rectas y curvas, charcos y pastos, sombras y sol.

¿Por qué es necesario emprender?

Ser emprendedor es el intento por mejorar la vida, es decir, no únicamente corresponde a un interés particular, sino a uno más elevado que es mejorar la vida en sociedad. Pues lo que beneficia a unos, puede beneficiar a otros

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD

1. La principal característica del emprendimiento por necesidad es que al principio no necesariamente existe una pasión por el sector donde se emprende. Esto ocurre porque por necesidad tenemos que tomar el camino que más nos convenga

2. Se buscan resultados rápidos. Aquí no comprendemos principios como “Lo primeros meses de nuestro emprendimiento son para consolidar, las ganancias o resultados lo veremos a medio o largo plazo”. Y no es que no se deba comprender,



sino que por la situación en que estamos (por ejemplo, desempleo) nos urge ver resultados a corto plazo.

3. El proyecto que se emprende puede modificarse con facilidad. A diferencia de otros emprendimientos donde posiblemente nos apasionemos por el sector, el emprendimiento por necesidad puede cambiar fácilmente si no se logran ver los resultados esperados. ¡Pues lo que buscamos es ver resultados no trabajar en un sector en específico!

RAZONES POR LAS QUE SURGEN ESTE TIPO DE EMPRENDIMIENTO

- Insatisfacción en el empleo actual. Sea o no sea financiera.
- Desempleo.
- Situación inesperada que hace que el empleo actual no sea suficiente para mantenerse. Como por ejemplo una enfermedad repentina, muerte de un familiar que aportaba dinero a la familia.



¿CÓMO TENER UN BUEN EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD?

- Calma.
- Relájate.
- Dedica tiempo a elegir una buena idea (por lo menos unas horas).

Emprender es una de las experiencias más emocionantes y apasionantes que podemos vivir. Quien lo intente puede considerarse una persona afortunada.

HÁBITOS PARA ALCANZAR EL ÉXITO EN TU EMPRENDIMIENTO

• Administra bien tu tiempo

Cada segundo cuenta, por lo que te recomendamos ordenar tus actividades.

• Buscar soluciones no problemas

Lo que hace la diferencia entre los emprendedores con éxito y los demás es que mientras la mayoría busca todos los obstáculos con los cuales su negocio se va a topar, las personas con convicción en su idea encuentran soluciones que les permitan la consecución de sus objetivos.

• Motivación

En el ambiente laboral las motivaciones pueden ser intrínsecas, nacen desde nuestro interior, como el crecimiento profesional o mejorar en nuestras condiciones de vida.



Es un reto constante pero lo más importante es...

Tener una visión clara. Es crucial saber lo que se busca. Haz un listado de tus objetivos a largo y corto plazo.

Es crucial que como emprendedor, estés siempre enterado de tus alrededores ya que tienes que estar un paso más adelante en todo. Solo así puedes ofrecer un servicio realmente diferente e innovador y diferenciarte de tu competencia.

¡Paciencia! Hay días buenos y hay días malos lo que importa es ser constante y no desanimarte.

A veces una persona con conocimientos y aptitudes necesita un empujón para tomar la decisión de poner en práctica sus proyectos. Puede que una situación de necesidad sea ese empujón que se necesita.

A través del emprendimiento podemos gastar la vida en ayudar a los demás, de ahí la nobleza del ser un emprendedor, un emprendedor con un sentido ético vinculado al beneficio de la sociedad.



BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 3
LA NECESIDAD DE EMPRENDER

LOJA ECUADOR

QUE ES EMPREDIMIENTO

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero). Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo.

¿CUAL ES LA DIFERENCIA ENTRE EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDER?

Emprendimiento: Busca iniciar, crear un proyecto por medio de diferentes ideas y oportunidades.

Emprender: Tiene claro su proyecto ya planificado para empezar con sus objetivos.

Similitud: Los dos buscan llegar a una meta, planeando y teniendo ideas, queriendo llegar a un gran proyecto por el cual se puedan destacar, dando veneficios a las personas que se ofrezca.



EMPRENDIMIENTO

- Lanzar
- Es el proceso de diseñar
- Administrar un nuevo negocio
- Ofrece venta de un producto, servicio o proceso

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

EL EMPRENDIMIENTO

Hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica.

Han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

EMPRENDIMIENTO

- Emprender
- Aprender
- Tiene que actualizándose constantemente
- Adquiriendo nuevos conocimientos para poder competir.

QUE SE NECESITA PARA SER EMPRENDEDOR

- Buscar Siempre Mejorar



- Aprendisaje Continuo
- Auto _ Confianza Y Control
- Autonomia
- Aprendizaje En Equipo
- Innovación
- Construcción Proyecto Vida
- Liderazgo

ERRORES COMUNES DE LOS EMPRENDEDORES

- No contar con un plan de negocio.
- No conocer bien los clientes.
- Subestimar a la competencia.
- Exceso de optimismo.
- Contratar a personal no capacitado.
- Gastar demasiado.


CATEDRA DE EMPRENDIMIENTO
TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
Exploración Previa
PROTOTIPADO
¿QUÉ QUIERO HACER?
¿CON QUIÉN?
¿CÓMO LO DISEÑO?
¿CUANTO CUESTA?
HIPOTESIS
CREACIÓN DE EMPRESA
NO
¿funciona?
SI
VALIDACIÓN
¿CÓMO LO CONSTRUYO?
¿CÓMO SE PRUEBA?
¿CÓMO LO MEJORO?
ESTUDIO DE MERCADO
METAS Y RECURSOS
PRODUCCIÓN
ASESORES
¿QUIÉN HACE QUÉ?
¿CUÁNTOS?
¿DÓNDE CONSIGO?
CALIDAD
¿CÓMO PROMOCIONO?
¿CUANTO GANO?
EMPAQUE
INVENTARIOS
ACUERDO DE SOCIOS
MERCADEO
Feria de Emprendimiento
MATH
Finanzas y Presupuesto
Jornadas de Emprendimiento
ENGLISH
Comertial Pitch
SCIENCE
Aporte Medioambiental
ARTE
Imagen Corporativa
ETICA Y VALORES
Liderazgo y Character Counts
SOCIALES
Impacto a la Sociedad
ESPAÑOL
Documentación Escrita, Argumentación Oral

BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 4
CUALIDADES DE UN EMPRENDEDOR

LOJA ECUADOR

CUALIDADES DE UN EMPRENDEDOR DEFINICIÓN DE CUALIDADES

Cualidades, son todas aquellas características definitorias de algo o de alguien.

Las cualidades distinguen a los seres vivos y los objetos, permiten calificar, distinguir e identificar. Puede ser natural o aprendida y se considera, aplicado al ser humano como un término positivo.

Algunos ejemplos de cualidades son: sinceridad, responsabilidad, simpatía y tolerancia. Un defecto sería lo opuesto a una cualidad, o la ausencia de la misma. Algunos ejemplos de defectos son: egoísmo, envidia y rabia.



DEFINICION DE EMPRENDEDOR

Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios. Así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial.

Respecto al significado de emprendedor suele entenderse como aquel que se convierte en creador o fundador de una iniciativa de negocios o empresarial. Esto, individualmente o actuando como colaborador en unión a otros individuos ayudando a realizarlo.

Comúnmente, el emprendedor ocupa posiciones en los proyectos empresariales en los que se encarga de dirigir y organizar su nacimiento y posterior funcionamiento. De ese modo, asume una serie de riesgos, en mayor parte, de carácter financiero o económico.

Actuaciones de un Emprendedor:

Podría definirse el modelo de actuación de un emprendedor de la siguiente manera:

- Localiza nuevas oportunidades mediante el estudio y análisis del mercado y sus cambios. Así, conoce las actitudes y preferencias del público.
- Reúne recursos de tipo financiero, tecnológico o humano para poder acometer el nuevo proyecto.
- Pone en marcha el negocio con determinación y afrontando su posición de responsabilidad, teniendo siempre presente una capacidad de innovación y originalidad

TIPOS DE EMPRENDEDORES

Los principales tipos de emprendedores son:

Visionario:

Es aquel que se adelanta a las demandas o tendencias del mercado, pensando en el futuro y no solo en las ideas de negocio que hoy son las más rentables. Puede ser, por ejemplo, un negocio que comience a implementar, como canal de venta, una nueva tecnología que aún cuenta con alcance limitado. Sin embargo, el emprendedor espera que el uso de dicha tecnología se incremente progresivamente en los próximos años.

Oportunista:

Como su nombre lo indica, identifica las oportunidades de negocio, busca descubrir una necesidad aún no satisfecha del público.

Social:

Es aquel que busca tener un impacto positivo en la sociedad, no solo generar rentabilidad.



Por accidente:

Es aquel que por azar se involucra en un emprendimiento, por ejemplo, con un amigo que le propone una idea de negocio.

Inversionista:

Es aquel que no desarrolla la idea de negocio, pero coloca capital en este, convirtiéndose en socio.

Persuasivo:

Al igual que el inversionista, tampoco ha generado la idea de negocio, pero es capaz de influir en un grupo de personas para llevar a cabo un proyecto que quizás ha sido ideado por alguien más.

Especialista:

Es aquel que se centra en un sector específico y allí desarrolla su actividad. Busca dirigirse a un nicho que, aunque sea pequeño, puede generar rentabilidad.

CUALIDADES DE UN EMPRENDEDOR

Pasión

Si hay algo que es común entre todos los empresarios exitosos, entonces debería ser la pasión que tienen por su trabajo. Las personas que están motivadas para lograr su sueño pueden recorrer un largo camino. La perseverancia y la dedicación incondicional al trabajo distinguen a un empresario exitoso del resto.

Confianza

"No hay nada que no pueda hacer para alcanzar mis sueños": un emprendedor que lleva esta confianza en sí mismo nunca puede evitar el éxito. Cuando otros se deprimen mirando una tarea desafiante, es solo un empresario determinado y seguro que puede descubrir una oportunidad de tal situación.

Puntualidad

Ganar credibilidad en el mundo corporativo se vuelve fácil para alguien que es puntual y rápido. Los empresarios que son puntuales demuestran que valoran el tiempo de los demás. Desde asistir a conferencias a tiempo hasta cumplir con los plazos, las personas que conocen el significado del tiempo nunca dejan de ser puntuales.

Liderazgo

Un líder es alguien que valora la meta por encima de cualquier desagrado que pueda traer el trabajo que lleva consigo. Pero un líder es más que tenaz. Un líder tiene fuertes habilidades de comunicación y la capacidad de amasar un equipo de personas hacia un objetivo común de una manera que todo el equipo esté motivado y trabaje eficazmente para llegar allí como un equipo.

Comunicación efectiva

La facilidad con la que un emprendedor se comunica determina el nivel de éxito que alcanzarán. Expandir negocios, crear redes, aumentar las ventas, contratar nuevos empleados y motivar a los existentes, todo esto requiere un gran dominio de las habilidades de comunicación.

Planificación

Ningún negocio puede prosperar en ausencia de una planificación

adecuada. Y esto es algo que un emprendedor exitoso entiende bien. Los negocios no se pueden ejecutar con un enfoque de prueba y error. Necesita un análisis de viabilidad y la perspectiva correcta.

Innovación

El cambio es lo único constante en este mundo. Los empresarios deben ser receptivos al cambio y deben buscar el aprendizaje constante en todo lo que hacen. Para vencer a la feroz competencia, la innovación y el entusiasmo para pensar más allá de lo común es vital. Mantenerse alerta puede ayudar a una persona de negocios a evitar estancarse en la rutina.

Trabajar en equipo

En casi todos los casos, los empresarios nunca llegan al éxito solos. Lo mejor es que se necesita una red de contactos, socios de negocio, socios financieros, pares y recursos para tener éxito. Las personas eficaces nutren estas relaciones y se rodean de personas que pueden ayudarlas a ser más efectivas.

Ética

Las personas de negocios exitosas y sostenibles mantienen los más altos estándares de integridad porque, al final del día, si no puedes demostrar que eres una persona de negocios creíble, nadie hará negocios contigo, estás fuera del negocio.

Espíritu competitivo

Los empresarios disfrutan un desafío y les gusta ganar. Hacerlo desde que se comienza un negocio es uno de los mayores desafíos que una persona puede enfrentar en su vida. En los negocios, es

una guerra constante con la competencia para ganar negocios y aumentar la cuota de mercado.

Aprender de errores

Muchos empresarios exitosos tienen una extraña habilidad para ver cada paso en falso como una oportunidad de aprendizaje.

Preguntan "¿qué aprendimos de esto?" En lugar de "¿por qué sucedió esto? ". La voluntad de admitir sus errores los lleva a asegurarse de que no vuelva a suceder.

Cualquier emprendedor que se lanza a la aventura de desarrollar su propio proyecto o empresa sueña con tener éxito. Unos lo alcanzan, otros no. La diferencia radica en la manera de entender ese éxito de cada empresario. La PALABRA CLAVE ES:

Constancia

El objetivo principal debe ser el camino que permite avanzar en la dirección correcta, permanecer en ese camino siempre, sobre todo cuando las cosas no salen como se tenía previsto o algo falla, más aún cuando el desánimo amenaza.

Si hay algo que todos los emprendedores tienen en común es la derrota. Todos conocen el sabor del fracaso, tanto los que no han alcanzado el triunfo como los que conocen el éxito. Y la constancia es una de las claves que marca la diferencia entre los unos y los otros.

BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 5
PRODUCTOS Y SERVICIOS

LOJA ECUADOR

PRODUCTOS Y SERVICIOS

QUE ES UN PRODUCTO

Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, marca).

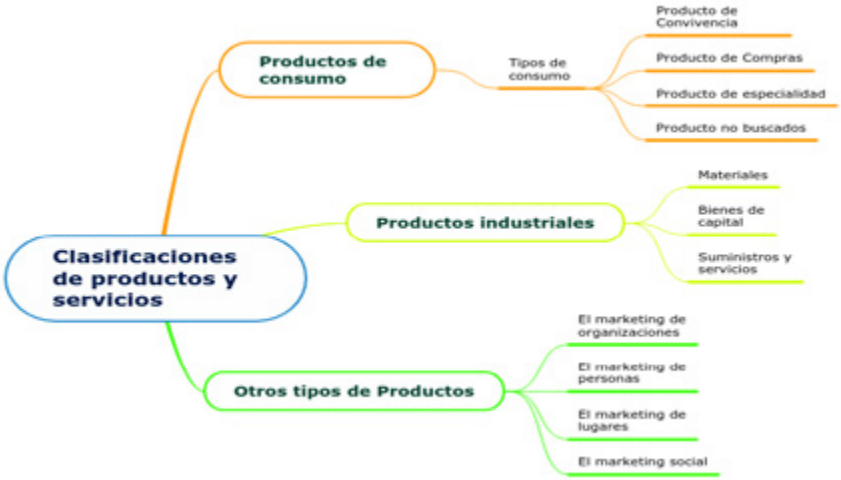
Los cuales son percibidos por sus compradores (reales y Potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

UN PRODUCTO PUEDE SER

UN BIEN (una guitarra)
UN SERVICIO (un examen médico)
UNA IDEA (los pasos para dejar de fumar)



TIPOS DE PRODUCTOS



QUE ES UN SERVICIO.

Un servicio es la realización de una o más actividades para satisfacer una necesidad.

Ejemplo:

- Clases de inglés.
- Transporte.
- Los servicios telefónicos.

CUAL ES LA DIFERENCIA ENTRE UN PRODUCTO Y UN SERVICIO.

Normalmente se dice que los productos son tangibles es decir que pueden ser tocados,



Mientras que por otro lado los servicios son intangibles que no pueden ser tocados.

CUAL ES LA DIFERENCIA ENTRE UN PRODUCTO Y UN SERVICIO.

PRODUCTO

- Un producto es tangible
- Es homogéneo por el proceso productivo
- Pasa por un proceso productivo para luego ser comercializado
- Puede ser transportado.

SERVICIO

- Heterogéneo ya que varía de acuerdo a las circunstancias.
- Es perecible.

- No puede ser almacenado.
- Se consume al mismo tiempo que se produce

PORQUE LA DIFERENCIA ENTRE UN SERVICIO Y PRODUCTO PUEDE GENERAR DUDAS.

Luego de ver las diferencias y definiciones observamos algunos ejemplos los cual puede ayudar a comprender porque pueden existir dudas entre ambos conceptos.

Existen casos en que los productos incluyen servicios.

Ejemplo:

Cuando se compra un vehículo (en este caso es producto) y se puede ofrecer servicios dentro del paquete, como seria mantenimiento o seguros.

Cuando se contrata un mantenimiento de un vehículo es un servicio sin embargo de ser necesario cambiar una pieza se debe adquirir un producto.

CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

1. Productos de consumo.

Son aquellos bienes y servicios que un consumidor final adquiere para su consumo personal. Estos pueden ser:
Los productos de conveniencia. Son bienes y servicios de consumo que el cliente suele adquirir con frecuencia, de inmediato y con un mínimo esfuerzo de comparación y compra. Por ejemplo, los detergentes para ropa, los dulces, revistas, etc.

2. Productos industriales:

El mercado de productos industriales incluye todos los productos que se usan como insumo o materia prima, para poder producir otros bienes o servicios.

Este puede ser el caso de un producto como el acero que puede ser utilizado para producir automóviles.



¿QUÉ ES UNA LÍNEA Y MEZCLA DE PRODUCTOS?

Las organizaciones, frecuentemente con el afán de diversificar la cartera de productos con las que cuentan y ponen a disponibilidad del consumidor, cuentan con dos maneras de establecer un seguimiento a estos, con la finalidad de mantener un orden y un seguimiento de ventas adecuado, para ellos hacen uso de términos como las líneas de producto y mezcla de producto.

LÍNEA DE PRODUCTO

Una línea de productos es una agrupación de bienes individuales que tienen una estrecha relación entre sí y busca clasificar de tal manera, que los tamaños, formas y presentaciones se distingan de manera independiente.

MEZCLA DE PRODUCTO

La mezcla de productos son todas las líneas de producto que una empresa puede distribuir para su comercialización, de esta manera, estamos hablando que todos los bienes que tienen las empresas siempre serán parte de una mezcla.



SI HABLAMOS DEL ANCHO DE LA MEZCLA, SE HARÁ REFERENCIA AL NÚMERO DE LÍNEAS QUE LA EMPRESA TIENE.

PROCESO DE VENTAS PROFESIONAL.

- Búsqueda del cliente
- Conocimiento del producto
- Prospección del cliente objetivo.
- Presentación de Ventas.
- Cierre de Ventas.
- Servicio y Seguimiento

CARACTERÍSTICAS DEL VENDEDOR.

Para que el vendedor sea existo debe poseer una serie de características integrales que se dividen en tres grandes grupos.

- Actitudes
- Habilidades
- Conocimientos

Profundidad de las líneas de productos	Ancho de la mezcla de productos				
	Sopas en lata	Sopas para microondas	Salsas	Platillos de carne	Jugos de tomate
	Fideos con pollo	Tomate cremoso	Carne	Pasta con pollo	Regular
	Tomate	Verduras	Pavo	Pasta Stroganoff	Bajo en sodio
	Carne con verduras	Fideos con pollo	Champiñones	Pollo con arroz	Orgánico
	Cebolla francesa	Crema de pollo	Pollo	Chuletas de puerco rellenas	Contenido saludable
	Más	Más	Más	Más	

BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 6
COMERCIALIZACIÓN

LOJA ECUADOR

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor.

Es una práctica muy antigua, en sus comienzos se utilizaba el trueque como una forma de intercambio, para conseguir esos productos a los que no se tenía acceso.

LAS FASES DE COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO

Para comercializar un bien o servicio, el área de marketing y comercial son las responsables de fomentar la demanda y vender los productos a los distintos mercados. Para alcanzar dicho objetivo con éxito, deberán analizar las características de los mercados, la competencia y establecer un plan de marketing. Siendo las variables clave en el proceso de comercialización: el producto, el precio, la distribución y la promoción (marketing mix).



MERCADO

Desde el punto de vista de la mercadotecnia, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto. Por parte de la administración de la comercialización la definición de mercado está muy ligada a la demanda del consumidor.

MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

El mercadeo navega en lo intangible, su objetivo es el relacionamiento con el cliente en cambio la comercialización es lo tangible, el intercambio de dinero por los productos.

En resumen, el mercadeo abre los negocios y la comercialización los cierra, si leemos detenidamente son acciones totalmente contrarias, cuya relación se basa en el producto o servicio.



SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos.

MERCADO META

El término de mercado meta se refiere al grupo de personas ideales para adquirir tu servicio o producto, al que debemos dirigir nuestra atención y esfuerzos de marketing.

Debes saber que es difícil dirigirse a un público en general o a un grupo grande de individuos, por esta razón debes seleccionar a un grupo específico de personas, las cuales se convertirán en tu mercado meta.



POSICIONAMIENTO DE MERCADO

El posicionamiento de mercado es la posición que ocupa un producto o servicio de una empresa determinada en la mente de los consumidores. El posicionamiento de mercado, en otras palabras, es la posición, ventajosa o no, en la que se encuentra un producto o servicio, así como una empresa, en relación a sus competidores.

COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO

Uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren. En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena comercialización.

Existen los productos "DIFERENCIADOS Y LOS NO DIFERENCIADOS"



PRODUCTO DIFERENCIADO

Un producto diferenciado es un concepto muy sencillo de entender, pero nada fácil de hacer. No se trata únicamente de que el producto sea diferente a los demás, sino que sea diferente y más valorado por los consumidores. Bien porque les aporte más utilidad, más beneficios o cumpla mejor con la necesidad que pretenden satisfacer.

PRODUCTO NO DIFERENCIADO

Es un producto homogéneo el mercado ya está establecido y el consumidor conoce las características generales del producto, competencia definida por relación precio/calidad no es necesariamente recomendable realizar un mercadeo.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución son la ruta o el camino a través del cual el producto se transfiere desde el lugar de la producción, hasta el consumidor final. Se puede recurrir a los canales directos, cuando el fabricante suministra los bienes directamente al consumidor final y no utiliza intermediarios.

TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Hay cinco tipos principales de canales de distribución

- Directo.
- Indirecto.
- Selectiva.
- Intensiva.
- Industrial.



CANAL DIRECTO

Como lo mencionamos anteriormente, es aquí cuando el fabricante suministra bienes directamente a los consumidores.

En esta etapa, los canales de distribución realizan todas las funciones de comercialización por sí mismo. Es decir, no existe ningún intermediario involucrado.

CANAL INDIRECTO

El canal indirecto también se denomina canal de distribución exclusiva.

Puede definirse como la comercialización de los bienes primero al minorista, que a su vez lo venda a los consumidores de forma directa.
Este método es más eficaz de distribución de productos y se utiliza eficazmente para la promoción de ropa, máquinas, automóviles, muebles, etc.



CANAL DE DISTRIBUCIÓN SELECTIVA

La comercialización a través de mayoristas es una de las formas de distribución más utilizadas en todo el mundo. Estos canales permiten al fabricante vender sus productos en lotes, a un grupo de mayoristas seleccionados, que los venden a los minoristas, quienes a su vez venden los productos a los consumidores.

El mayorista, se encarga de actuar como intermediario, asumiendo riesgos, designando minoristas fiables, proporcionando mercancías tanto en efectivo como a crédito y, de este modo, se comercializa en un amplio mercado.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN INTENSIVA

En los canales intensivos, el productor utiliza muchos mayoristas e intermediarios minoristas para la promoción del producto. El productor utiliza esta vía de comercialización para saturar el mercado con el producto.



CANAL DISTRIBUCIÓN DE BIENES INDUSTRIALES

Los bienes industriales que viajan desde el lugar de producción, hasta los consumidores finales, se conocen como canales de distribución industrial.

Aquí hay menos intermediarios y con un canal más corto. Sin embargo, en este canal, existen sub canales que son de mucha utilidad para que esta vía funcione de forma eficiente:

- Información técnica
- Compra a granel

LA ATENCIÓN AL CLIENTE

El servicio al cliente se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio.

Este proceso involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido.



BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 7 ATENCIÓN AL PÚBLICO Y SERVICIO AL CLIENTE

LOJA ECUADOR

ATENCIÓN AL PÚBLICO Y SERVICIO AL CLIENTE

La atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez mayor número de clientes por medio de un posicionamiento talque lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad de persona a persona.



CONCEPTOS CLAVE

CALIDAD:

Dar al cliente lo que el necesita.

EXCELENCIA:

Sorprender al cliente dándole mas de lo que se le prometió. Superar sus expectativas.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

Actitud positiva del cliente hacia la empresa, que demuestra que el producto o servicio brindado ha cubierto sus necesidades y expectativas.

LEALTAD DEL CLIENTE:

Actitud positiva del cliente hacia la empresa que se demuestra en términos de recompra y/o recomendación.

GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, crear o incrementar la satisfacción de los clientes.

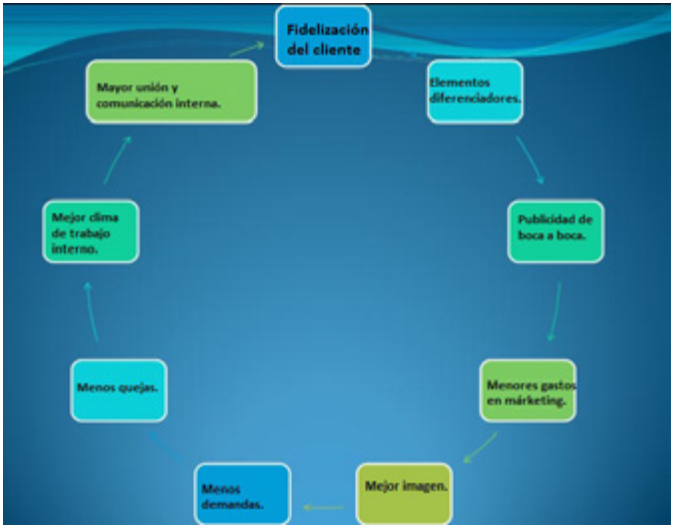
IMPORTANCIA

El nombre completo de una persona consta de nombre (s) y apellidos paterno y materno. Al archivar un documento relacionado con una persona, se toma en cuenta lo siguiente:

Primero se anota el apellido paterno, luego el materno y por último el nombre (s), antecedido de una coma.

CARACTERÍSTICAS

- Conocimiento de necesidades y expectativas del cliente.
- Flexibilidad y mejora continua.
- Su meta es la fidelización.
- Conocer al cliente.
- Toma al cliente como ser humano con sentimientos.



EL SERVICIO

- La empresa llama a la hora convenida.
- Se proporciona información del surgimiento del problema
- Se da la información para dirigirse al departamento correcto.
- Se permite hablar con alguien con autoridad.
- Se especifica el tiempo que se tardará en solucionar el problema.
- Se contacta rápidamente tras resolver el problema.
- Si el problema es irresoluble se propondrán alternativas útiles.
- Se trata a los clientes como personas
- Se aconseja acerca de la mejor manera de evitar problemas en el futuro.
- Se proporciona informes parciales de algún problema que no pueda resolverse inmediatamente.

FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

- La fidelización al cliente es un proceso estructurado y coherente que integra los programas de fidelización que son pautas de acción encaminadas a incentivar el consumo del cliente.

- Estos programas se basan en acciones comerciales y de comunicación sistemática mantenidas a lo largoo del tiempo y que añaden valor para el cliente.

VENTAJAS DE LA FIDELIZACIÓN

- Incremento de valor en la percepción del cliente. Ofertar al cliente una serie de ventajas que incrementan el valor percibido: regalos por un mínimo de consumo, viajes, descuentos.
- Obtención de información. A través de las fichas de datos, sirve para conocer al cliente.
- Eficacia comunicativa. Desarrollar campañas personalizadas, por ejemplo, analizar a quién se manda mails y a quién folletos.

ETAPAS DEL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN

1. Sistema logístico de información. Sistemas de recoger información de los clientes

2. Definición de público objetivo. De cada uno de los programas para eso es necesario segmentar el programa

3. Selección de ventajas o incentivos. Definirlos estímulos para cada tipo de cliente y cómo se los van a dar

4. Diseño de estrategia de comunicación. Mails, correo, teléfono. Resaltar aspectos que puedan crear valor y satisfacción al cliente.

5. Implementación. Las respuestas a la ccomunicación deben ser inmediatamente cuantificables. Los sistemas de información deben estar listos para recoger información desde el primer momento para transformarla en algo útil. Lo que se ofrece ya debe estar disponible. El personal de contacto debe estar bien informado.

ETAPAS DEL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN

Las variables con las que se puede medir la fidelización son:

- Incremento de la satisfacción del cliente a través de encuestas y sondeos.
- Respuestas del cliente obtenidas en una determinada campaña.
- Repetición de compras.
- Prescripción es decir cuántos nuevos clientes fueron atraídos por un antiguo cliente.
- Respuestas a incentivos, hacer un análisis del volumen de respuestas en relación al valor del incentivo ofertado.

¿QUIEN ES EL CLIENTE?

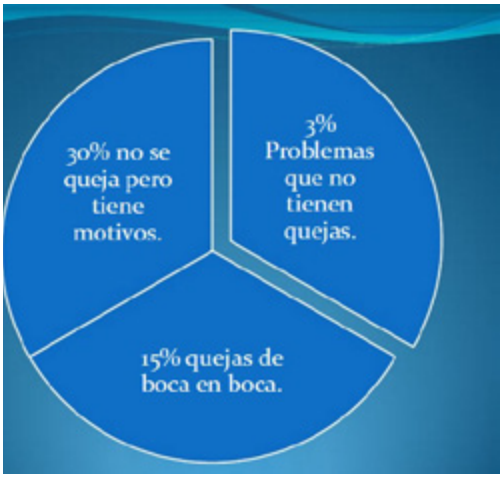
Persona más importante.

- No depende de nosotros.
- No nos hace favores.
- Tiene emociones y sentimientos.
- Nos trae necesidades y deseos que debemos satisfacer.
- Es quien hace el juicio sobre la calidad del servicio

¿QUÉ BUSCA EL CLIENTE?

- Precios razonables.
- Calidad acorde a su inversión.
- Atención amable y personalizada.
- Horario cómodo.
- Proximidad geográfica.
- Créditos variados.
- Local cómodo y limpio.

CLIENTES Y QUEJAS



ATENCIÓN AL PÚBLICO

- Cortesía.
- Rapidez
- Confiabilidad
- Atención personalizada.
- Personal impecable.
- Personal bien informado.
- Simpatía

ATRIBUTOS ESENCIALES PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Accesibilidad. Se deben poder contactar fácilmente con la empresa.
- Eficiencia y precisión.
- Uniformidad y constancia.
- Receptividad.

- Confiabilidad. Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.
- Credibilidad. El personal debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de dudas.

ATRIBUTOS ESENCIALES PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Cortesía, cuidado, entrenamiento.
- Seguridad. Los servicios prestados carecen de riesgos.
- Satisfacción y placer.
- No improvisar.
- Asegurarse que la respuesta ha sido comprendida por el cliente.
- Capacidad de respuesta. Predisposición a atender y dar una respuesta eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.
- Profesionalidad.
- Imagen. La manera en cómo se presenta un servicio.
- Expectativas y percepción de la calidad.
- Extensión o prolongación de la satisfacción.



BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO

TEMA No 8 DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIO

LOJA ECUADOR

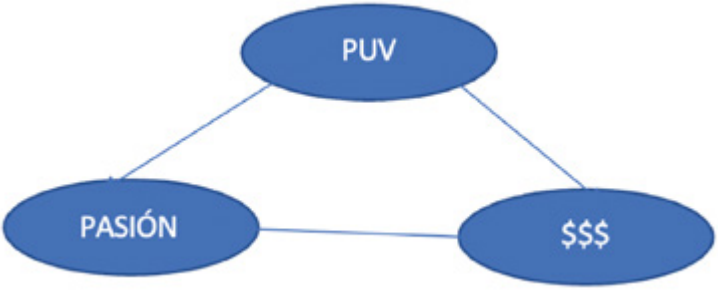
DESARROLLAR TU IDEA DE NEGOCIO



Una idea de negocio es aquella que puedes vender en un mercado y obtener rentabilidad; cuando la idea está bien ejecutada se puede convertir en una oportunidad de emprendimiento e incursionarse en el mundo de los negocios de manera eficaz. Para que esto sea factible debe cumplir con ciertos estándares como lo son:

1. Debes crear algo distinto en el mercado de esta manera será más aceptable y demandado tu negocio. (PUV)
2. Hazlo con pasión. Para que funcione, debe apasionarte lo que harás.
3. Ser rentable. Es importante que la idea sea rentable para ti, es decir, el negocio debe generarte ganancias y no pérdidas.

COMO ASEGURAR EL ÉXITO, CREANDO UNA PROPUESTA UNICA DE VALOR (PUV)



¿Muchas veces pensamos, que negocio poner?

¿VENDER ROPA? ¿ZAPATOS? ¿COMIDA? Seguramente muchos pensamos en esta idea, pero seguramente también pensamos se necesita mucho dinero para la inversión y hay muchos almacenes de ropa y de todos los artículos antes mencionados.

Cuando creemos que existe todo, es ahí donde nos deberíamos plantear las preguntas, ¿Qué es lo que en esta ciudad hace falta, detectar un problema y encontrar la solución es ahí donde está la clave de nuestro éxito?

ACTIVIDAD 1

ENUMERA 20 IDEAS O PROBLEMAS QUE HAS DETECTADO, Intenta ser conciso, utilizando las mínimas palabras posibles

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Es importante pensar cómo solucionar ese problema, como hace más fácil la vida de tus futuros clientes

ACTIVIDAD 2

DE TODOS LOS PROBLEMAS ANTES MENCIONADOS , SEÑALA LOS 5 QUE CONSIDERAS MAS RELEVANTES, Y QUE CREES PODRIAN SER UN EMPRENDIMEINTO

.....
.....
.....
.....
.....

IDENTIFICA TU EMPRENDIMIENTO

Estudia el concepto de tu emprendimiento, si el producto será innovador o no, ¿Que ayuda puede dar a los clientes?, si es un producto rentable. Plantéate interrogantes que te ayuden a desarrollar tu idea de negocio.

ACTIVIDAD 3

DE LOS 5 TEMAS ANTES SELECIONADOS, ¿DESCRIBE 1 CON TODAS LAS INTERROGANTES POSIBLES Y VEAMOS SI ES FACTIBLE O NO?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Después de revisar si efectivamente tu idea de emprendimiento es viable, es decir:

- Tienes la capacidad para desarrollarlo
- Hay eventuales clientes
- Cuáles serían las características de este producto o servicio
- Dónde y cómo lo comercializarías
- Qué o cuánto esperas ganar al respecto. Expresado en número tal cual.

Lo que estás haciendo en definitiva es hacer tu proyecto, dando los primeros pasos para concretar tu negocio.

ACTIVIDAD 4

DESCRIBE EN PALABRAS CONCISAS TU EMPRENDIMIENTO

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Sé que muchas veces el apuro nos presiona a la hora de emprender, pero ten en cuenta que mientras más planifiques tendrás mejores posibilidades de tu negocio. En definitiva, esta etapa de proyecto de negocio te permite anticiparte a situaciones buenas y malas, distintas condiciones y sentar las bases de tu emprendimiento.

Cada cierto tiempo revisar este proyecto, estas primeras ideas, te permitirá hacer ajustes y sobre todo retomar o definitivamente cambiar tu iniciativa original.

APRENDE DEL MERCADO Y CREA TU PROPUESTA DE VALOR

Una vez que ya hemos madurado la idea de nuestro emprendimiento, que organizamos nuestro proyecto y realizamos la planificación respectiva, es decir; tenemos ya nuestro plan piloto, es necesario conocer el mercado al que nos enfrentamos, cual es nuestra competencia, y como se mueve para conquistar al cliente

Debemos investigar y aprender de ellos, cuáles son sus fortalezas y debilidades, y crear tu propuesta de valor, que será lo que diferencia del resto de productos y servicios que hay actualmente en el mercado, la propuesta única de valor (PUV) debe ser directa, corta, y relevante para el cliente.

Cuando hablamos de PUV, que nos diferencia de nuestros competidores, generalmente nos viene a la cabeza el precio, los descuentos, darle al cliente las palabras claves de compra, y aún en estos detalles tan cotidianos debemos ser claros, de tal manera que el mensaje sea rápidamente captado y no se preste a confusiones que pueden ser contraproducente.

En esta imagen podemos ver cuando pretendemos crear una PUV, ¿las tradicionales promociones, cual piensa que es la correcta?

ACTIVIDAD 6

DE TU PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO, CUAL CONSIDERAS QUE SERA TU PUV (propuesta única de valor)

.....
.....
.....
.....
.....

"Tu propuesta única de valor es el resultado que el cliente espera (beneficios) + un periodo de tiempo específico (cuando lo conseguirá) + tratamiento de los "peros" (resolver una objeción).

Por ejemplo:

Pierde 5 kilogramos en 1 mes + sin pasar hambre + comiendo de casi todo con la dieta Top Vida (PUV y nombre de la dieta inventadas).

Es por eso que el emprendedor debe preocuparse por entender las necesidades de sus clientes. Además, debe saber muy bien las fortalezas y debilidades de su producto o servicio y reconocer los canales de comunicaciones a través de los cuales se promoverán los productos de la empresa.
Ya que solo entendiendo el entorno en que se va a desarrollar una organización, un emprendedor va a poder tomar decisiones acertadas para dirigir su emprendimiento. Así, tendrán más en cuenta los retos, las dificultades y las oportunidades que tienen".

2.- PASIÓN:

La pasión, clave del éxito

Es fácil identificar a aquellos emprendedores que realmente aman lo que hacen y creen en su proyecto, estos hablan con ilusión sobre su negocio y son capaces de contagiar dicho entusiasmo a los demás. Le ponen un cariño y cuidado especial que se puede observar en el resultado de sus productos o servicios, consiguiendo una calidad superior a los de la competencia.

Puesto que les mueven intereses intrínsecos, estos empresarios están altamente motivados, por lo que les resulta más fácil enfrentarse a los retos del emprendimiento y luchar con todas sus fuerzas por

su idea. La pasión les mueve a buscar soluciones creativas e innovadoras para poder avanzar y evolucionar. Son personas que les gusta su trabajo, disfrutan con él, creen en él y no les importa dedicarle las horas y esfuerzos necesarios para desarrollar su proyecto empresarial.
La pasión es fundamental para emprender cualquier negocio. Es una de las condiciones que todo emprendedor debería poseer, pues cuando sientes pasión por tu proyecto la probabilidad de alcanzar el éxito empresarial aumenta.

ACTIVIDAD 7

EN POCAS PALABRAS DESCRIBE QUE ES LO QUE TE APASIONA DEL EMPRENDIMIENTO QUE ESCOGISTE

… …
… …
… …
… …
… …
… …
……

Por el contrario, la ausencia de pasión provoca apatía y lleva a la desilusión, favoreciendo un abandono prematuro del proyecto ante los primeros síntomas que demuestren que las cosas no van bien.

Sin embargo, la pasión desmedida puede ser perjudicial, en especial cuando tu proyecto empresarial es deficiente. La pasión puede volverse en tu contra cuando pierdes la objetividad y no eres capaz de ver la realidad de tu proyecto empresarial.

Es decir, la pasión por lo que haces no te puede desviar del foco de obtener ganancias de tu emprendimiento, que es lo que vamos a revisar más adelante

Una fe ciega por tu idea de negocio te llevará al fracaso, del mismo modo que lo puede hacer la ausencia de pasión. Si no eres capaz de ver las carencias de tu negocio, de asumir las críticas de los demás o valorar imparcialmente los objetivos empresariales, no podrás introducir las mejoras necesarias para encauzar tu negocio y alcanzar el éxito.

Tu pasión te permitirá continuar adelante a pesar de las adversidades; se te hará fácil si llegará el momento donde tengas que salirte del plan y adaptarte a otras modalidades. Si tú pasión es tu motor no conseguirás nada que pueda entorpecer tu camino.

Se perseverante

Desarrollar tu idea de negocio puede complicarse en ciertos momentos; pero todo emprendedor debe estar firme, no puedes temer al fracaso. Si quieres emprender con tu idea de un proyecto nuevo tienes que prepararte para lo peor, de esta manera sabrás cómo reaccionar y que decisiones serán prudentes tomar.

La clave será perseverar en tu idea y ser responsable en tu plan. Cuando desarrolles la idea de tu negocio, plasma en papel cuál será la visión, los valores y objetivos de tu proyecto.

Cuando llegue el momento recordarlos te ayudará a conseguir las fuerzas para continuar. Algo de gran utilidad es tener un grupo de trabajo de tu total confianza que se apasionen con tu idea de negocio y den el máximo para llevarlo a cabo.

Visión

Describe una expectativa ideal sobre lo que se espera alcanzar a mediano y largo plazo y tiene que ser medible, Por ejemplo: La visión de la compañía es convertirse en la productora de automóviles de mejor calidad del mercado local en el año 2023

Mision

Se entiende como la razón de ser de la empresa, es decir, el motivo por el cual existe, puesto que determina las funciones básicas para cumplir con el objetivo deseado; satisfacer las necesidades del cliente a través de los productos o servicios.

Para definir la misión de una empresa, nos ayudará responder algunas de las siguientes preguntas:

1. ¿Qué hacemos?
2. ¿Cuál es nuestro negocio?
3. ¿A qué nos dedicamos?
4. ¿Cuál es nuestra razón de ser?
5. ¿Quiénes son nuestro público objetivo?
6. ¿Cuál es nuestro ámbito geográfico de acción?

ACTIVIDAD 8

DESCRIBE LA MISIÓN DE TU EMPRENDIMIENTO

……
……
……
……
.....

DESCRIBE LA VISIÓN DE TU EMPRENDIMIENTO

……
……
……
……

Tener definida la visión, misión y los valores, les permitirá como emprendedores no desviar su mirada del objetivo, pues en el camino habrá errores y tropiezos que les permitirá aprender y no actuar de manera instintiva sino clara y objetiva.

Tener un emprendimiento es la oportunidad perfecta para asumir nuevos retos, generar empleo y dar soluciones a diversos problemas del mercado.

Al desarrollar tu idea de negocio, RECUERDA

No olvides, tener buenas relaciones con tus clientes y proveedores. Al igual que una receta necesita varios ingredientes para completarla; tus proveedores y clientes son fundamentales para realizar tu receta sin ellos no podrás desarrollar tu idea de negocio tampoco olvides contar con un equipo apasionado. Persevera en tu idea y no tengas miedo al fracaso y los cambios.

3.- LA RENTABILIDAD

Ahora la parte más importante, uno de los motivos que nos motivaron a crear nuestro emprendimiento es el factor económico, es decir nuestra rentabilidad, piensa en cómo ingresarás dinero, cuanto cobrarás por tu producto o servicio, cuanto es el costo de producción, cuanto es la utilidad, y cuál será el valor que tendrá ese producto y hacer una proyección de las unidades que vas a vender y hacer una pequeña estimación de futuros ingresos.

Comenzar con un emprendimiento propio no es tarea fácil, y mucho menos lo es administrarlo de forma exitosa, hay un aspecto importante que no debemos perder de vista: la administración de las finanzas. Para que logres un correcto manejo del dinero y puedas tomar las mejores decisiones al respecto, te dejamos 5 consejos que seguramente te ayudarán:

1. Ser cuidadoso

Al emprender es importante tener en cuenta que no recogeremos los frutos de nuestro trabajo de manera inmediata, por eso que hay que ser cuidadoso y no gastar de más. En este sentido, una buena técnica es asignar a todos los miembros un sueldo fijo y no disponer de todo el dinero de la empresa de manera constante. Esto seguramente te ayudará a administrar mejor el dinero y a no gastar dinero que en realidad deberías reinvertir.

En caso de que necesites más dinero del que te has asignado como salario o que haya demoras en los pagos, una buena opción puede ser solicitar un préstamo personal. Existen muchos, que deberán ser tomados de forma responsable, los préstamos inmediatos son una buena idea para darle el tiempo necesario a las finanzas de tu emprendimiento.

2. Planificar

Una vez que tengas definido el propósito de tu negocio, es fundamental que puedas armar un plan básico de ingresos y gastos, crea un presupuesto de funcionamiento e intenta cumplir esas metas. Esto ayudará a que tu emprendimiento sea más estable, más rentable y por supuesto, evitando sorpresas.

3. Cumplir un calendario

Luego de analizar tus cuentas y crear tu presupuesto, armá tu propio calendario; este paso es clave para ordenar tus finanzas. Establece plazos para cubrir tus deudas o compromisos y establece fechas en las cuales pagar las cuentas. No esperes a pagar todo a último momento y no incursiones en nuevos gastos antes de cubrir tus compromisos fijos.



Calendario Semanal

Semana 1 Nombre Juan Pérez

Fecha	Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28-09-2020	6	TRABAJAR EN ESTRATEGIA DE MARKETING						
29-09-2020	6		TRABAJAR EN ESTRATEGIA DE MARKETING					
30-09-2020	6			CREAR CONTENIDO DE TALLER				
01-10-2020	3				REUNIÓN CON CLIENTES			
02-10-2020	4					BÚSQUEDA DE COMPETENCIA		

No exagerar con los descuentos

Es importante que nunca menosprecies tus productos o servicios sólo para vender, aunque sea algo. Aunque el precio debe ser competitivo y acorde al mercado, no es bueno ceder ante posibles clientes que piden grandes descuentos. Si lo aceptas, es muy probable que el tiempo invertido en ese trabajo rinda muy poco y te deje una sensación de frustración.

Lo más importante es la confianza y valor que tú le das a tus productos, si tu no lo haces, tus clientes tampoco lo harán. Es mejor en invierte tiempo y energía en mejorar tus procesos, servicios o productos, eso te permitirá establecer a ti el precio justo.

5.Utilizar herramientas financieras

En la actualidad existen múltiples herramientas online que te ayudarán a llevar tus finanzas de manera simple. Con una simple búsqueda en Internet podrás encontrar la opción que mejor se ajuste a tu negocio. Así será más sencillo el proceso de balances y el manejo de caja, entre otros. Estas aplicaciones seguramente harán más fáciles algunos de los aspectos financieros más tediosos.

PUNTO DE EQUILIBRIO Y MARGEN DE UTILIDAD.

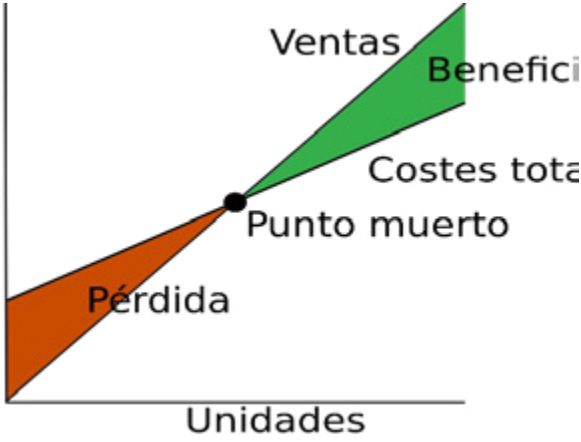
Céntrate en el presente y describe la estructura de costes que tendrás. Marketing, servidores, personal, asesoría, gestoría, herramientas…

Básicamente es necesario hacerlo para saber cómo de rápido consumirás recursos y poder calcular el punto de equilibrio.

Una vez tengas "claros" el flujo de ingresos y la estructura de costes define cuanto te costará en tiempo y dinero llegar al punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el punto donde los ingresos igualan a los costes.

Crea una proyección de los costos y gastos que conlleva desarrollar tu idea de negocio. Si tú proyecto necesitará algún tipo de financiamiento, establece un monto, de esa forma no pedirás más del necesario y no te endeudarás innecesariamente.



Se precavido al desarrollar tu idea de negocio

Hay momentos donde uno debe ser reservado con su información y este es uno de ellos; no debes tomarlo a ligera más bien ten cuidado sobre tus planes de negocios.

Proyecta el crecimiento de tu negocio para los años ya sean 2 o 3 años; ten un cronograma de actividades que pueda realizarse para desarrollar tu idea de negocio.

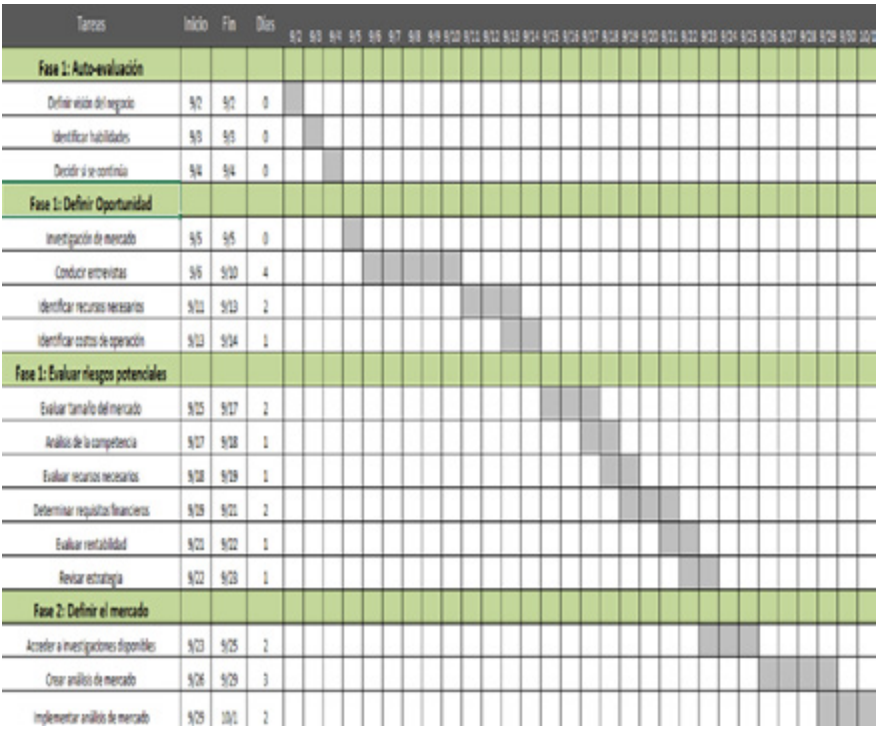
Cuando tengas todas tus ideas por escrito y hayas estudiado la competencia, conozcas que tipo de clientes querrán conocer tu negocio y te hayas proyectado donde te ves a futuro con tu proyecto; es tiempo de poner en marcha tu idea.

Emprender requiere cierta cantidad de riesgo, problemas a los cuales debemos buscar solución y muchas veces no tenemos experiencia previa en esto. Pero no tengas miedo, si desarrollar tu idea de negocio te apasiona tienes el éxito asegurado.

En resumen

Si bien es cierto que todos los caminos conducen a Roma, hay que saber muy bien qué camino seguir dentro del emprendimiento para tener éxito muchos creen que emprender es cosa fácil y subestiman la actividad, pero hay que tomar en cuenta que, aunque "El emprendimiento es para todos, no todos somos para el emprendimiento

Piensa en grande. Cuando empieces a ver resultados no te estanques en ellos, busca la manera de avanzar y lograr nuevos objetivos, y cuando las cosas no vayan bien, recuerda tu misión, visión y valores, se parte de ellos y re direcciona tu camino.



Tareas	Inicio	Fin	Días
Fase 1: Auto-evaluación			
Definir visión del negocio	9/2	9/2	0
Identificar habilidades	9/3	9/3	0
Decidir si se continúa	9/4	9/4	0
Fase 1: Definir Oportunidad			
Investigación de mercado	9/5	9/5	0
Conducir entrevistas	9/6	9/10	4
Identificar recursos necesarios	9/11	9/13	2
Identificar costos de operación	9/13	9/14	1
Fase 1: Evaluar riesgos potenciales			
Evaluar tamaño del mercado	9/25	9/27	2
Análisis de la competencia	9/27	9/28	1
Evaluar recursos necesarios	9/28	9/29	1
Determinar requisitos financieros	9/29	9/21	2
Evaluar rentabilidad	9/21	9/22	1
Revisar estrategia	9/22	9/23	1
Fase 2: Definir el mercado			
Acceder a investigaciones disponibles	9/23	9/25	2
Crear análisis de mercado	9/26	9/29	3
Implementar análisis de mercado	9/29	10/1	2

BOLIVARIANO
INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO



www.tbolivariano.edu.ec

José A. Eguiguren y Bolívar info@tbolivariano.edu.ec

072 575 245 • 093 937 4133 Loja, Ecuador