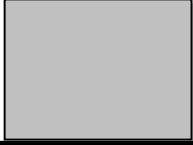




**MODULO
GESTION Y
EMPRESARIATO**



UNIDAD I

LA EMPRESA Y SU ENTORNO

INTRODUCCION:

En el marco de desarrollar una orientación de jóvenes empresarios así como para la orientación al mercado laboral se elabora el presente texto de apoyo con temas que son relevantes para el logro de dichos objetivos

La creación de este corresponde a entregar un material para aumentar el conocimiento de alumnos (as) en el área empresarial y su entorno tales como: Conceptos de Empresa según su tamaño, su capital según su actividad, además de algunas normas legales en el proceso de formalización que les traerán ventajas y beneficios en relación al no formalizado.

Finalmente, cabe señalar que este material pretende que el alumno (a) pueda desarrollar ciertas cualidades empresariales a través del desarrollo de talleres, pre-test y pruebas formativas que permitirán mezclar lo teórico con la realidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los alumnos y las alumnas serán capaces de:

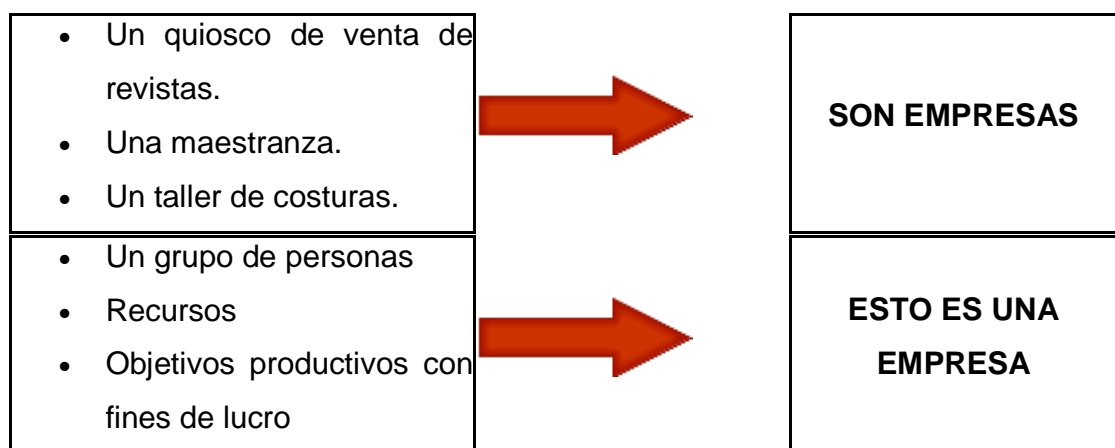
1. Conocer los aspectos jurídicos y económicos de una empresa.
2. Clasificar las empresas de acuerdo a su actividad.
3. Conocer las organizaciones que capacitan y asesoran a las MyPES.
4. Conocer la importancia que tiene la empresa en el desarrollo de la economía nacional y regional.

El Concepto Empresa

EMPRESA es toda actividad organizada encaminada a producir bienes y/o servicios que apunten a la satisfacción de las necesidades del hombre. Además, persigue una permanencia en el tiempo.

Para ello es necesario que cuente con recursos (humanos y materiales) ordenados y combinados de forma tal que se cumpla con ese objetivo y adicionalmente constituya una actividad rentable.

Esta sola definición, sin profundizar mucho, ya te da respuesta a algunas preguntas del Pre Test.



Si damos un paso más respecto de lo que significa una EMPRESA, debemos aclarar algunos conceptos que están en su definición:

De manera muy general los recursos o factores productivos que se combinan para cumplir con los objetivos de una empresa son:

Que estos Factores Productivos se combinen dependerá de dos elementos:

- De la naturaleza del producto o servicio y
- De la tecnología utilizada en el proceso productivo.

**RECURSOS
MATERIALES**

Son los recursos naturales, los yacimientos mineros, las reservas de agua, los bosques, insumos, materias primas, etc.

**CAPITAL Y
TECNOLOGÍA**

Está formado por bienes tales como las maquinarias, edificios, el local comercial, y el dinero y las diferentes formas tecnológicas de fabricar un bien o prestar un servicio.

**CAPITAL Y
TECNOLOGÍA**

Está representado por las personas que prestan servicios a la empresa, el Gerente, jefes de departamento y los trabajadores.

Al interior de una empresa se realizan actividades las que, para cumplir en buena forma con su objetivo, deben ser organizadas

Estas actividades las podemos sintetizar en cuatro ÁREAS FUNCIONALES:



**AREA
DE
COMERCIALIZACION**

Es el área encargada de darle salida al producto o servicio, de venderlo, de llevarlo al MERCADO



**AREA
DE
PRODUCCION**

La producción es el proceso a través del cual se crean bienes. Constituye un proceso de transformación de las materias primas, insumos y energía mediante una tecnología definida, con la utilización de hombres y máquinas.



**AREA
DE
FINANZAS**

Se encarga de la administración de los recursos económicos de la empresa e incluye la determinación de las fuentes de obtención de los fondos necesarios para lograr los objetivos de ella.



**AREA
DE
PERSONAL**

El personal de una empresa, cualquiera sea su tamaño y rubro, es su más importante riqueza, ya que los objetivos sólo pueden ser logrados a través de disponer de recursos humanos.

Hasta este momento confirmo que toda actividad comercial es una empresa y que una empresa puede contar con un solo trabajador.

Cada área de una empresa tiene labores específicas que cumplir, las cuales podríamos señalarlas de la siguiente forma:

**AREA
DE
COMERCIALIZACION**

- **DETECTA** las necesidades de los consumidores.
- **DISEÑA** el producto o servicio, y establece sus propiedades.
- **ESTUDIA** los potenciales mercados.
- **DETERMINA** el precio.
- **ESTABLECE** los medios de promoción y publicidad.

**AREA
DE
PRODUCCION**

- **DEFINE** el producto o servicio, diseña sus características.
- **DEFINE** los procesos que lo llevarán a cabo.
- **ESTUDIA** métodos eficientes de trabajo.
- **SELECCIONA** personal y materiales adecuados.
- **ABASTECE**, almacena y mantiene inventarios.
- **DETERMINA** costos del producto o servicio y controla la calidad.



**AREA
DE
FINANZAS**

- **ADQUIERE** materias primas y compra de herramientas y maquinarias.
- **SOLVENTA** gastos en remuneraciones.
- **CONTROLA** la cartera interna y las cobranzas.
- **ORGANIZA** un sistema eficiente de contabilidad.
- **MANEJA** las relaciones financieras con bancos y otros organismos.



**AREA
DE
PERSONAL**

- **SELECCIONA** y contrata personal.
- **DESARROLLA** instancias de capacitación y adiestramiento.
- **FIJA** nivel de remuneraciones y comisiones.
- **SUPERVISA** el bienestar del personal.
- **EVALÚA** el rendimiento del personal.

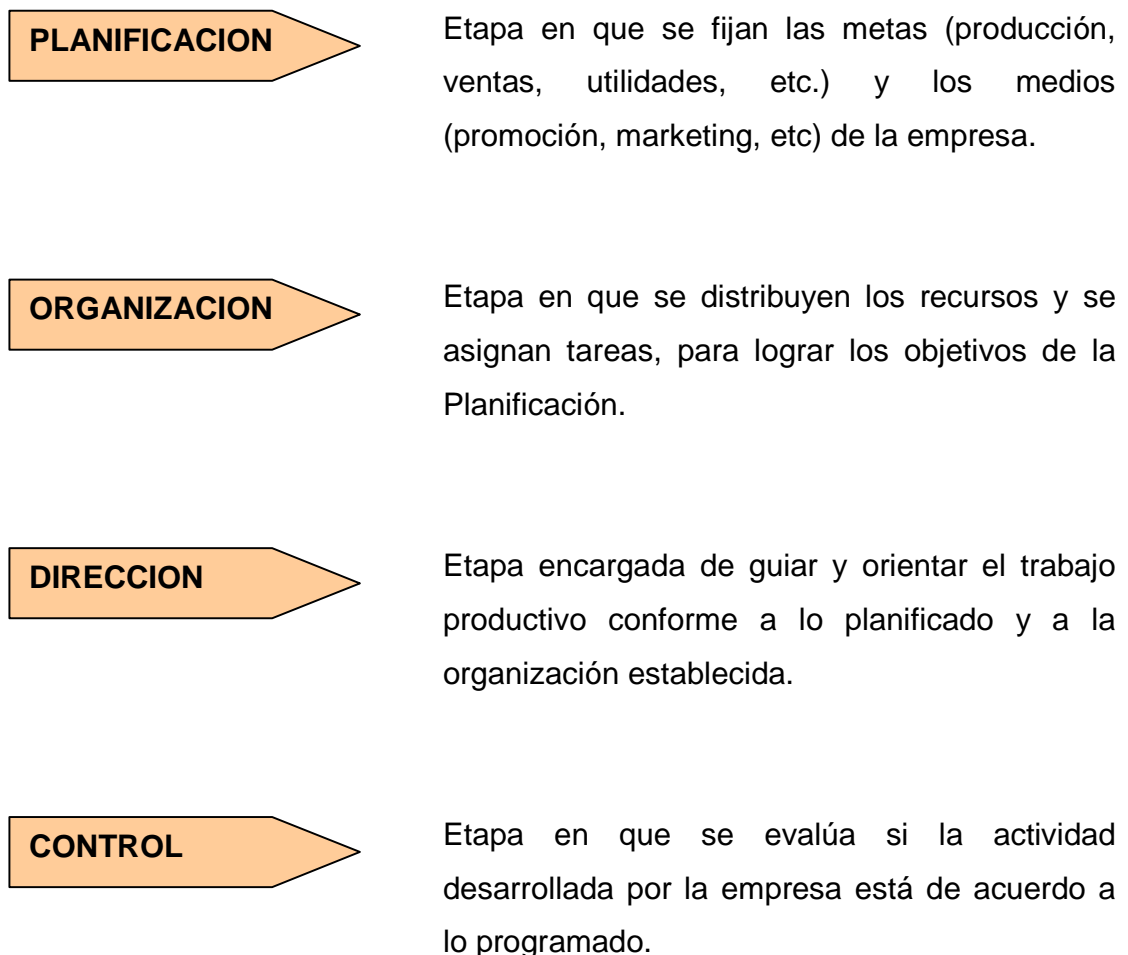
Es importante destacar que en la práctica existe una relación íntima entre cada una de estas áreas funcionales, lo que permite asegurar que cualquier acción que se realice en un área afectará directa o indirectamente a las otras áreas.

Si a esto se agrega el hecho que en una pequeña empresa, el empresario se encarga de desarrollar la mayoría (y a veces todas) las actividades de cada área funcional, deberá entenderse con mayor amplitud acerca de la necesidad de tener claro cada una de las tareas y de la relación que existe entre ellas.

No podemos dejar de mencionar otra actividad intrínsecamente ligada al desarrollo de una empresa: LA ADMINISTRACIÓN.

LA ADMINISTRACIÓN es el proceso mediante el cual se distribuyen y asignan los recursos de la empresa con el objetivo de alcanzar una mayor eficiencia en el logro de sus propósitos.

El proceso administrativo que le sirve de guía al empresario contiene las siguientes fases o etapas:



A esta altura de lo estudiado, es tiempo de hacer un alto y realizar un pequeño taller de análisis.

Es conveniente que lo comenten en grupo.

TALLER N°1

Ya sabes que: Un quiosco de venta de revistas, una maestranza y un taller de costuras, son empresas. Independiente de cuantas personas trabajen en cada una de ellas y cuantos sean los dueños.

Conoces como se definen sus recursos, sus áreas y su proceso administrativo.

Con estos antecedentes indica, para cada una de estas tres empresas, cuales serían:

SUS RECURSOS

RECURSO MATERIAL : _____
CAPITAL Y TECNOLOGIA : _____
RECURSO HUMANO : _____

SUS ÁREAS

COMERCIALIZACIÓN : _____
PRODUCCIÓN : _____
PERSONAL : _____
FINANZAS : _____

SUS ETAPAS

PLANIFICACIÓN : _____
ORGANIZACIÓN : _____
DIRECCIÓN : _____
CONTROL : _____

Concepto Jurídico Empresa:

Ser empresario no es cosa de disponer de recursos, un local, ofrecer algún producto o servicio, para luego venderlo y listo.

Ser empresario significa incorporarse a un grupo muy importante en el quehacer laboral y económico del país.

De acuerdo a esto y a la realidad, nos podemos encontrar con dos tipos de empresarios: los que desarrollan su actividad fuera del marco jurídico (no pagan patente ni impuestos, no se rigen por normas laborales, sus recursos suelen ser muy limitado, etc.) y los que desarrollan su actividad conforme al marco jurídico (es decir, operan al contrario de los anteriores).

Todo empresario que desarrolla su actividad conforme a la ley, se dice que está **FORMALIZADO**.

Es importante tener en claro que un empresario no formalizado también es reconocido por ejercer una actividad económica y, entre otras cosas puede tener acceso a créditos.

¿Qué es la Formalización?

1. La **FORMALIZACIÓN** es un proceso, que consta de una serie de pasos, trámites y gestiones que puede realizar cualquier ciudadano para adquirir la calidad legal de empresario. La **FORMALIZACIÓN** no debe ser entendida como una obligación burocrática sin sentido, sino como un instrumento que permite al empresario ir pasando por etapas que cada vez lo proyecten más a una estabilidad económica y laboral. Si bien es cierto, conlleva una serie de trámites (que son fáciles de cumplir), también es cierto que trae consigo una serie de beneficios y posibilidades para el empresario y su empresa. **Beneficios y Ventajas Legales de la Formalización** Se puede producir, transportar y vender sin riesgos de multas. Se puede "trabajar tranquilo" La formalización permite integrarse a la sociedad como trabajadores y no como actividades marginales Permite recuperar el

I.V.A. Da acceso al sistema previsional (A.F.P - Fonasa o Isapre) Elimina los riesgos e irregularidades que sufren los no formalizados frente a sus proveedores y clientes. Abre posibilidades para realizar negocios mayores y de nuevos mercados. Abre posibilidades crediticias en distintas instituciones financieras. Ayuda a ser ordenado en todo tipo de obligaciones internas y externas de la empresa. El único costo de la formalización tiene que ver con el tiempo que el empresario ocupará en obtener su legalidad y, también, con los gastos en que deberá incurrir para obtenerla.

Estos costos se verán compensados por los beneficios que se obtienen. Si conoces a alguien que tenga un negocio o algo que te parezca una empresa, pregúntale si conoce los beneficios y ventajas de estar formalizado.

TALLER N°2

Responde las siguientes preguntas:

¿Por qué es importante la formalización de las empresas?

¿Es posible acceder a créditos sin estar formalizado?

¿Cuáles de todas las empresas del taller anterior están formalizadas?

¿Es necesario y/o conveniente que toda persona o grupo de personas que realizan alguna actividad económica estén formalizadas?

Concepto Económico Empresa

Aunque para muchos especialistas, todos aquellos que desarrollan una actividad organizada encaminada a producir bienes y/o servicios son empresarios, para otros, tal actividad se puede clasificar como: MICRO EMPRESA, PEQUEÑA EMPRESA, MEDIANA EMPRESA Y GRAN EMPRESA, de acuerdo a su nivel de facturación.

De acuerdo a esto podemos señalar que será

MICROEMPRESA

Aquella en que su nivel de ventas por productividad anual sea inferior a 2.400 UF.

PEQUEÑA EMPRESA

Aquella en que su nivel de ventas por productividad anual oscile entre las 2.400 UF y las 25.000 UF.

MEDIANA EMPRESA

Aquella en que su nivel de ventas por productividad anual oscile entre las 25.000 UF y las 100.000 UF.

GRAN EMPRESA

Aquella en que su nivel de ventas por productividad anual supere las 100.000 UF.

De esta forma podemos decir, entonces, que el concepto económico de una empresa tiene que ver con el capital invertido; el cual, sumado a su nivel de ventas anuales, clasificará económicamente a la empresa.

**Como puedes observar han aumentado los conceptos que involucran a la definición de EMPRESA.
Para reforzar lo ya visto, analiza el siguiente caso.**

Estudio de Caso N°1

Un buen día don Porfirio Contreras tomó la decisión de dejar de ser apatronado, renunció a la empresa en la cual trabajaba y, con lo que retiró, más un préstamo que solicitó en una financiera, se instaló con un taller.

Levantó el taller, compró las máquinas y herramientas necesarias, contrató a un ayudante y con algunos contactos que se trajo se su "pega", comenzó a trabajar en forma independiente, a ser su propio patrón.

La "cosa" marchaba bien, trabajo no le faltaba, siempre "caía algo". Pero en algunas oportunidades tenía que hacer algunas movidas, para darle algo al maestro, tener para él y para comprar material.

Un día llegó a su taller un cliente a cotizar por un trabajo. En ese instante, mientras conversaban, don Porfirio se recordó de su ex jefe que le dijo. " Me alegro mucho que te independices, pero busca una buena asesoría...", porque se estaba dando cuenta que el trabajo no lo podría realizar.

Finalmente no tuvo capacidad para enfrentar tal trabajo y se perdió una muy buena oportunidad porque el cliente que lo visitó era de una de las empresas grandes de la zona. Don Porfirio se consoló recibiendo trabajitos como antes y haciendo las maromas de siempre para poder pagar.

Incluso en cierta oportunidad una movida consistió en pedir una prórroga para pagar una cuota de una máquina que había comprado. La "cosa" comenzaba a marchar con algunos altibajos y comenzaron a venir una y otra prórroga, se demoraba en pagarle al maestro y a veces tenía que pedirle a un maestro amigo material prestado. Para qué hablar de la financiera.

En cierta oportunidad se encontró con un ex compañero que también se había retirado e instalado con un taller, tenía una camioneta propia hasta con logotipo y que estaba comprando una buena cantidad de material para una obra. De pasadita le dijo... "es que yo soy contratista formalizado."

Casos como el anterior se repiten muy a menudo en cierto sector de empresarios, por esta razón hemos decidido narrarlo para que lo leas detenidamente, lo comentes y saques tus propias conclusiones.

Observa que en todo el relato existen varias cosas que no se ajustan a lo que un empresario debe hacer y desarrollar para lograr su objetivo.

Más adelante volveremos a hacer algunos comentarios respecto de este caso.

Clasificación de las Empresas según su Actividad

La actividad de una empresa se refiere a su giro, es decir para lo que fue creada según sus objetivos.

Al comenzar con una empresa, luego de formalizarla haciendo su iniciación de actividades, el Servicio de Impuesto Internos clasifica al nuevo contribuyente de acuerdo a su actividad comercial.

La clasificación de la actividad puede estar incorporada en alguno de los siguientes grupos:

- a. **INDUSTRIALES**
- b. **COMERCIALES**
- c. **FINANCIERAS**
- d. **DE SERVICIOS**
- e. **EXTRACTIVAS**

Veamos en que consiste cada una de ellas.

1. EMPRESAS INDUSTRIALES

Son aquellas empresas que transforman la materia prima en algún producto comercializable.

En este tipo de empresa existen aquéllas que transforman la materia prima en otro tipo de materia prima.

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
Estructuras Metálicas	Transforma la materia prima en un producto comercializable.
Compañía Minera Andes	Transforma la materia prima en otro tipo de materia prima.
Muebles Don Porfirio	Transforma la materia prima en un producto comercializable.
Aserraderos Arauco	Transforma la materia prima en otro tipo de materia prima.

2. EMPRESAS COMERCIALES

Son aquellas que se dedican a comercializar artículos o productos ya elaborados o industrializados.

En este grupo pueden existir empresas que fabrican, arman o envasan, y comercializan sus propios productos.

Entre este tipo de empresas encuentran las mayoristas y las minoristas.

Observa en siguiente cuadro y anota las empresas de tu zona que respondan a la clasificación de la segunda columna.

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
	Minorista
	Mayorista
	Fábrica-Mayorista
	Arma-Minorista-Mayorista
	Envasa-Minorista-Mayorista

3. EMPRESAS FINANCIERAS

Corresponden a grupo de empresas que trabajan con circulante, es decir con dinero, o documentos valorados.

Promueven el ahorro o el crédito.

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
Banco del Estado	Ahorro-Crédito
Financiera Conosur	Crédito
Caja de Compensación	Ahorro-Crédito
Financiera Banefe	Crédito

4. EMPRESAS DE SERVICIOS

Son empresas que ofrecen distintos tipos de servicios dirigidos a personas naturales o a otro tipo de empresas

Los servicios generalmente son intangibles, es decir se paga por un producto que no se ve pero produce un efecto.

Observa el siguiente cuadro:

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
Aseo Industrial	Intangible
Instituto de Educación	Intangible
CHILECTRA	Intangible
Radio Taxis	Intangible
Seguros	Intangible

5. EMPRESAS EXTRACTIVAS

Este último grupo de empresas si bien tiene algo en común con alguna de las anteriores, tienen características muy particulares debido a que se dedican a extraer recursos naturales y someterlos a procesamiento o comercialización.

Observa el siguiente cuadro:

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
Pesca Artesanal	Comercialización
Buzos Mariscadores	Extracción-Comercialización

Aquí falta un tipo de empresa.

Pero, no recuerdo cual.

Voy a tener que repasar un poco.

Clasificación de las Empresas según su Tamaño

El tamaño de la empresa es determinante en la forma de administrar el recurso humano.

En el mundo productivo siempre ha coexistido empresas de la más diversa naturaleza, forma y tamaño. En el mundo contemporáneo, el problema de las dimensiones varía de un país a otro (recordemos que en nuestro país hay micro, pequeñas, medianas y grandes empresas), particularmente si comparamos los países industrializados con los de menor desarrollo.

Sin embargo, hay una tendencia mundial de empresas menores de alta eficiencia.

Hay diversas variables que sirven para clasificar las empresas según su tamaño, tales como: capital invertido, número de trabajadores, etc.

Hemos visto en páginas anteriores la clasificación que, de acuerdo a su nivel de ventas, se le da a las empresas en nuestro país.

A continuación veremos algunas características que deben cumplir las grandes empresas y las empresas de menor tamaño.

Consideraremos de menor tamaño a la micro, pequeña y mediana empresa, llamadas también MyPES o PyMES.

Las Grandes Empresas:

1. TENDENCIA A LA ESPECIALIZACIÓN Y A LA PROLIFERACIÓN DE FUNCIONES

En las grandes empresas resulta muy práctico que ciertas funciones específicas se agrupen en niveles gerenciales y estos se dividan en departamentos y subdepartamentos.

La forma en que se relacionan las distintas unidades de una empresa se representan en los denominados organigramas.

El siguiente es un gráfico parcial de un organigrama modelo:



El organigrama de una empresa tendrá la estructura correspondiente a sus necesidades

2. ESTRUCTURA JERÁRQUICA

Las grandes organizaciones empresariales construyen un nivel sobre el otro formando múltiples sistemas y subsistemas, lo cual hace que para llegar a cierto nivel se deba proceder de acuerdo al denominado conducto regular.

3. DESPERSONALIZACIÓN

Lo importante es que la tarea u operación sea ejecutada, no importa por quién. En las grandes empresas prima la productividad y rendimiento basado en normas de calidad.

4. RUTINAS PATROCINADAS

Con este nombre se identifica a la serie de procedimientos establecidos, que deben ser seguidos por todos sus miembros para la realización de las diversas tareas. Estos están incluidos en los llamados "Manuales de Procedimiento" y en "Circulares" o "Instructivos".

5. EXISTENCIA DE ORGANIZACIONES INFORMALES EN SU INTERIOR

Las grandes empresas, producto de su propio tamaño y complejidad, pueden tener severos problemas de comunicación. Los canales regulares de comunicación son a menudo inoperantes, pero, sin embargo, los canales "informales" de comunicación son bastante eficaces y a menudo filtran informaciones estratégicas de reuniones de directorios o de gerentes, a los niveles más bajos de la organización vía "rumores o copuchas", mucho antes de que sean comunicados oficialmente.

Otro factor de carácter informal que se genera al interior de las grandes empresas es la merma de material sea éste del área productiva o del área administrativa. Muy a menudo ocurre que de las bodegas, de los pañoles o del stock de material de oficina desaparecen materiales, herramientas o elementos

de oficina, los cuales son sustraídos suponiendo que entre tanta cosa no se va a notar.

Lo anterior está referido a diversas variables tales como: relaciones humanas, políticas de estímulo e incentivos, niveles de participación, identificación con la empresa, etc.

Estas situaciones se superan cuando se logra un estilo de administración que favorece un buen clima organizacional.

Las Empresas de Menor Tamaño

1. AMBIENTE MÁS INFORMAL Y PERSONALIZADO

Dada la pequeña dimensión de la empresa y el menor número de trabajadores, resulta posible que el empresario establezca relaciones directas con cada uno de sus trabajadores. Obviamente esto se dificulta a medida que el tamaño de la empresa crece.

2. MAYOR FLEXIBILIDAD

Dado su menor tamaño, estas empresas presentan estructuras flexibles que les permiten una mayor adaptabilidad a cambios y situaciones nuevas. Generalmente no hay manuales de procedimientos ni circulares ni instructivos, escasamente hay órdenes del día y con frecuencia están sometidas a los requerimientos de las grandes empresas.

3. CONCENTRACIÓN DE FUNCIONES GERENCIALES EN EL EMPRESARIO O DUEÑO

En las PyMES, los empresarios, que generalmente son los dueños, realizan las principales funciones gerenciales: gestiones financieras, supervisión de la producción, negociaciones y acuerdos con proveedores, y desde luego concentran todas las decisiones de contratación, remuneraciones y despidos del personal.

Es muy común encontrarse con empresarios que tratando que su empresa funcione mejor, las "hacen todas".

4. ESCASO DESARROLLO DE LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

En concordancia con lo anterior, los procedimientos administrativos que se llevan a cabo son, en general, básicos y simples.

Muchas empresas de menor tamaño son familiares, por eso es que se dan estas condiciones.

Hay que reconocer que los microempresarios son bastante desordenados. Eso de llevar procedimientos administrativos simples y básicos, son sólo una justificación.

Clasificación de las Empresas según su Capital

La creación de una empresa puede tener distinto origen y objetivos específicos bien definidos.

Una empresa puede ser creada por necesidades de una o más personas para fines propios, nace así una empresa privada.

También puede ser creada por necesidades de una sociedad humana para fines comunitarios, nace así la empresa pública o empresa fiscal

Y por último, puede ser creada por necesidades de ambas partes, es decir, puede ser creada por una o más personas para fines propios y para beneficio de la comunidad, nace así la empresa mixta o semi fiscal.

En las siguientes líneas podrás observar la diferencia entre ellas según esta forma de clasificación.

1. EMPRESAS PRIVADAS

Son creadas por una persona natural o por más de una persona, en este caso generalmente son sociedades de hecho o de derecho, formales o informales. En cualquier caso el capital proviene del aporte de la o las personas que la crean.

Las empresas privadas pueden ser con o sin fines de lucro.

Observa el siguiente cuadro:

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
Taller Don Porfirio	Informal-Lucro
Porfirio Contreras y otro	Formal-De hecho-Lucro
Porfirio Contreras y Cia.	Formal-De Derecho-Lucro
Fundación Porfirio Contreras	Formal-De Derecho-Sin Lucro
Comedor Abierto San Porfirio	Informal-Sin Lucro

¿y... el Hogar de Cristo, el Ejercito de Salvación y Juan Pérez y otros?

2. EMPRESAS FISCALES O PÚBLICAS

Creadas exclusivamente con capitales estatales o fiscales, provenientes de la hacienda pública o por capitales extranjeros entregados al estado.

Las empresas públicas o fiscales, pueden ser con o sin fines de lucro y todas, obviamente, son de derecho.

Observa al siguiente cuadro:

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
FONASA	Sin Lucro
CODELCO	Lucro

3. EMPRESAS SEMI FISCALES

Creadas por capitales aportados por el estado y por particulares en proporciones establecidas de común acuerdo. Una empresa semi fiscal está compuesta por representantes del estado y, generalmente, por representantes de una sociedad de derecho privado, ante un directorio que conduce los destinos de la empresa.

Las empresas semi fiscales, también pueden ser con o sin fines de lucro.

Observa el siguiente cuadro:

EMPRESA	CARACTERÍSTICA
Universidad de Chile	Formal-Lucro

Para evitar confusiones aclararemos que nos referimos a la institución de educación superior y no al Club de Fútbol.

Todos los talleres que te propongamos en este Módulo, deben ser trabajados exclusivamente por ti o por un grupo de estudio que tú integres.

La idea es que vayas estudiando lo que vas aprendiendo sin engañarte.

Todo lo que aquí te entregamos son antecedentes muy útiles en tu futuro profesional.

TALLER N°3

Analiza junto a un grupo de compañeros, el siguiente caso:

La Empresa de Don Luis Morgado, se dedica a la fabricación de muebles para oficina. Las personas que trabajan en ella, con sus respectivas funciones son:

El Gerente propietario, titular y cabeza principal de la empresa, se encarga de dirigir los aspectos principales de la organización.

La Secretaria, desempeña su función y además se encarga de la compra de insumos, materias primas y artículos de oficina, contando para ello con la autorización del gerente.

Auxiliar de Contabilidad, es el encargado de registrar y organizar la información. Asimismo, se encarga de los pagos a proveedores, remuneraciones del personal y del control de inventarios.

El Jefe de Taller, tiene como responsabilidad la supervisión y el control de la producción. Además, se preocupa de otros aspectos relacionados con el personal bajo su cargo.

Los operarios, son los encargados de las tareas directas de producción.

En total en la empresa de don Luis trabajan 7 personas.

Con estos antecedentes:

Grafica el organigrama que debería tener la empresa de don Luis:

Haz una lista de los cargos que actualmente tiene la empresa, los responsables de cada uno de ellos y sus funciones:

CARGO	RESPONSABLE	FUNCIÓN

TALLER N°4

Busca en las páginas amarillas de la guía de teléfonos, en algunos diarios, observa por las calles cuando vayas o vengas al colegio, busca en Internet de la Sala de Enlace (solicita hora con tiempo) todos los antecedentes necesarios para construir una lista de unas 30 empresas reales que existan en la Región del Maule y que cumplan con características ya vistas:

Actividad	Industrial
Tamaño	Comercial
Capital	Financiera
Privada	De Servicio
Fiscal	Extractiva
Semi Fiscal	Económica

Redes de Apoyo a las MyPES

Ser empresario no es cosa fácil.

Se requiere de ideas claras, mucha constancia, dedicación, esfuerzos y sacrificios.

Varios empresarios han comenzado esta "aventura" con muchas expectativas y no todos han logrado mantenerse en el tiempo.

En los archivos de las municipalidades existen un buen porcentaje de patentes de micro, pequeñas y medianas empresas vigentes y en actividad, pero también hay un alto porcentaje de este tipo de patentes que no están en actividad y que anualmente son declaradas sin movimiento. Sin considerar todas aquellas que con el tiempo han sido caducadas.

Todos aquellos empresarios que no lograron perdurar en el tiempo, son las que siempre quisieron "rascarse con sus propias uñas", que desconocían la existencia de redes de apoyo a las **PyMES** o bien que desconfiaron de su ayuda y nunca se preocuparon de informarse.

En nuestro país existe una muy importante Red de Apoyo a las PyMES, la cual conforme a sus integrantes, ofrece: asistencia técnica, capacitación, financiamiento, etc.

A continuación les daremos una breve descripción de sus más importantes integrantes.

¿Quiénes integran la Red de Apoyo?

¿Cuál es su Principal Objetivo?

Las instituciones que integran esta Red de Apoyo, pertenecen a estamentos gubernamentales y a organismos no gubernamentales, llamados ONG. Estas últimas manejan fondos provenientes de privados y de instituciones extranjeras.

Estas instituciones se agrupan en: Instituciones de Asistencia Técnica y Capacitación, e Instituciones de Financiamiento o Cofinanciamiento.

1. INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y ONG DE ASISTENCIA TÉCNICA Y CAPACITACIÓN

- **CORFO** (Corporación de Fomento de la Producción) y sus filiales:
- **SERCOTEC** (Servicio de Cooperación Técnica),
- **CDP** (Corporación de Desarrollo Productivo)
- **MIDEPLAN** (Ministerio de Planificación y Cooperación) y su filial:
- **FOSIS** (Fondo de Solidaridad e Inversión Social)
- **SENCE** (Servicio Nacional de Capacitación y Empleo)
- **INP** (Instituto de Normalización Previsional)
- **CORPORACIÓN DE CAPACITACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN** (ONG)

2. INSTITUCIONES NO GUBERNAMENTALES DE FINANCIAMIENTO

- **Fundación SOINTRAL** (Sociedad de Inversiones para el Trabajo Ltda.)
- **BANCO DEL DESARROLLO**
- **BANCO DEL ESTADO**
- **BANEFÉ**

3. INSTITUCIONES INTERNACIONALES DE ASISTENCIA TÉCNICA, CAPACITACIÓN Y FINANCIAMIENTO

- **OIT** (Organización Internacional del Trabajo)
- **GTZ** (Servicio de Cooperación Técnica Alemana)
- **LUZO CONSULT** (Institución de Cooperación Técnica y Financiera Alemana)



CORFO

La Corporación de Fomento de la Producción, posee una amplia oferta de productos a la que puede optar el sector privado con el propósito de impulsar el desarrollo empresarial, a través de SERCOTEC y CDP, en lo referente a potenciar innovación tecnológica, a modernizar la gestión empresarial y al acceso de financiamiento para inversión productiva.

Los productos que ofrece CORFO son:

- **PROFO:** Proyectos de Fomento
- **FAT:** Fondos de Asistencia Técnica
- **PREMEX:** Programa de apoyo a la gestión de empresas exportadoras
- **CRÉDITOS:** de largo plazo a través de bancos y compañías de leasing
- **FONTEC:** Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico Productivo



SERCOTEC

El Servicio de Cooperación Técnica, es una filial de la CORFO encargada de desarrollar y promover programas de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa. Administra fondos estatales y provenientes de organismos extranjeros para destinarlos preferentemente a: PROFOS, FAT y Capacitación.



CDP

La Corporación de Desarrollo Productivo, es una filial de la CORFO promueve programas de apoyo a las empresas en área de la Asistencia Técnica y en Proyectos de Fomento.

Administra fondos provenientes de capitales extranjeros, estatales y de asociaciones de empresas.



FOSIS

El Fondo de Solidaridad e Inversión Social, es un servicio dependiente del Ministerio de Planificación y Cooperación que participa en el esfuerzo del país por superar la pobreza. Promueve un estilo de trabajo participativo en los programas públicos e identifica nuevas áreas estratégicas en la lucha contra la pobreza. Actúa en segmentos sociales de la población no cubiertos por otras instituciones.



SENCE

El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo difunde y supervisa el funcionamiento de sistema de capacitación.

Estimula las acciones y programas que desarrollen las empresas, a través de la aplicación del incentivo tributario, administra programas de capacitación y otorga subsidio directo a Micro y Pequeñas empresas.

Promueve y coordina actividades de orientación ocupacional a los trabajadores, así como fomenta la calidad de los servicios que prestan las instituciones intermedias y ejecutoras de capacitación.



INP

El Instituto de Normalización Previsional, redistribuye los excedentes de los recursos de los cotizantes, devolviéndolos en acciones de capacitación y en programas de mejoramiento del quehacer empresarial.

El INP permanentemente está invitando a sus cotizantes a participar en programas de diversa naturaleza, siempre en beneficio de los trabajadores y empresarios.

CORPORACIÓN DE CAPACITACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN

Es una institución integrante de la red de la Cámara Chilena de la Construcción, a la cual pueden asociarse todo tipo de empresarios y hacer uso de: asesorías, programas de capacitación, administración de franquicias tributarias, detección de necesidades y selección de personal.



FUNDACIÓN SOINTRAL

SOINTRAL es un ONG de carácter privado, su misión otorgar créditos blandos al microempresario y apoyar acciones empresariales tales como: generación de capital de trabajo, expansión de la empresa, asesoría para la formalización y línea de factoring.

A SOINTRAL, puede recurrir empresarios formales e informales.



BANDESARROLLO S.A.

ASESORIA FINANCIERA

BANCO DEL DESARROLLO

Organismo que otorga financiamiento a las empresas a través de los siguientes programas:

- Líneas de crédito para reprogramación de pasivos de pequeñas empresas
- Financiamiento de inversiones de MyPES
- Financiamiento de insumos de producción y comercialización en el extranjero



BancoEstado®

BANCO DEL ESTADO

Organismo que otorga financiamiento a las empresas por medio de un Programa de Asistencia Crediticia, al cual se postula a través de FOSIS.

A este Programa pueden postular empresarios dueños de pequeños negocios o talleres formales e informales sin importar su rubro.

El crédito otorgado puede ser destinado tanto para mejorar el lugar de trabajo, como para capacitación y asistencia técnica.



BANEFE

Organismo que otorga financiamiento a las empresas por medio de un Programa de Asistencia Crediticia, al cual se postula a través de FOSIS.

A este Programa pueden postular empresarios dueños de pequeños negocios o talleres sin importar su rubro.

El crédito es otorgado para financiar adquisición de activos fijos y capital de trabajo.



OIT

La Organización Internacional del Trabajo, es una institución que, en su misión contempla el desarrollo de diversos programas en beneficio de los trabajadores a nivel mundial.

El programa más importante que la OIT desarrolla en la actualidad es el de "Mayor Productividad y un Mejor Lugar de Trabajo", dirigido especialmente a las MyPES.

Los programas que propone la OIT se canalizan por intermedio de instituciones tales como: SERCOTEC, INP, CDP, FOSIS y otras similares.



GTZ

La Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, es una empresa del gobierno federal alemán. Está presente en 135 países y su objetivo principal es asesorar a empresas y organizaciones en su ejecución de proyectos empresariales. Otorga, además, aportes financieros no reembolsables de fondos de cooperación técnica.



LUSO CONSULT

LUSO CONSULT, empresa de cooperación técnica y financiera alemana, actúa en más de 70 países en el análisis de planificación, evaluación y ejecución de proyectos empresariales. La misión de LUSO es de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la población en zonas rurales y urbanas, ligadas a la Micro, Pequeña y Mediana empresa.

Existen otras instituciones no gubernamentales y extranjeras que otorgan financiamiento a las MyPES, pero por razones de espacio sólo hemos incorporado a las más conocidas en el ambiente de la pequeña y mediana empresa.

Localización Geográfica

Una de las principales herramientas de las empresas, para sobrevivir, es el conocimiento del entorno.

El entorno es el medio en el cual se desarrolla la empresa, es decir, son las características del momento histórico en que se desenvuelve, tanto en lo económico como en lo social. También, son parte del entorno: el mercado formado por las empresas que compiten y que influyen sobre la empresa, las empresas que proveen de insumos y , en general, todas las instituciones y situaciones que pueden producir un cambio en la empresa.

Son parte del entorno otras condicionantes lógicas, es decir: ¿será bueno un negocio de abarrotes si hay un supermercado enfrente; será bueno instalar una ferretería cerca de la playa; será bueno instalar un negocio de confites y juguetes en un sector de baja población infantil, etc.? A esto agreguemos que las características de las empresas, al margen de su tamaño, están condicionadas a las áreas productivas y ambientales del país: minería, agricultura, marítimas, etc.

El conocimiento del entorno entrega dos tipos de información. Una que sirve, en el corto plazo, para manejar un negocio en forma eficiente, es decir, lograr las metas con los mínimos costos de producción, gestión y ventas. Otra información, es aquella que le permite al empresario tomar una decisión sobre el futuro del negocio.

Como podemos apreciar, el conocimiento del entorno permite controlar sus posibles defectos, o al menos, tenerlos en cuenta al momento de tomar decisiones. Esto dependerá del grado de cercanía o lejanía de la empresa con los distintos elementos que conforman su entorno.

El grado de cercanía se denomina ENTORNO CERCANO y el grado de lejanía se denomina ENTORNO LEJANO

ENTORNO CERCANO

El ENTORNO CERCANO se caracteriza por ser el medio que tiene mayor contacto con la empresa, y, por lo tanto, lo que suceda en él, la afectará. En la dirección contraria también ocurre lo mismo, es decir, lo que le ocurra a la empresa afectará a su entorno más cercano.

El entorno cercano es, probablemente, lo que el empresario conoce mejor, por lo que, por sus propios medios puede lograr generar un cierto grado de control o conocimiento de cómo reacciona o cómo debe operar este entorno frente a determinadas situaciones.

El entorno cercano presenta los siguientes componentes o elementos:

- **LOS CLIENTES**

Los clientes son los diferentes tipos de compradores demandantes o consumidores a los cuales puede atender con los productos o servicios que ofrece la empresa. Ellos se definen de acuerdo a los tipos de mercado a los que se puede acceder, entre ellos se cuentan el mercado de consumidores finales, el mercado industrial, el mercado de intermediarios y los mercados internacionales.

EJEMPLO:

- **MERCADO FINAL:** Son quienes compran el producto y lo utilizan de inmediato.
- **MERCADO INDUSTRIAL:** Son quienes compran el producto y lo utilizan como parte de un proceso.
- **MERCADO INTERMEDIARIO:** Son los que revenden el producto agregándole alguna característica.
- **MERCADO INTERNACIONAL:** Son los clientes potenciales que están fuera de Chile.

- **LOS COMPETIDORES**

Son todas las empresas que se dedican a satisfacer las mismas necesidades que una empresa en particular, pero que pueden entregar una mejor calidad del producto elaborado o del servicio prestado, precios más ventajosos, un servicio de venta y post venta más amplio.

EJEMPLO

- **Estructuras Metálicas Don Porfirio:** Material de primera calidad, puntualidad en la entrega.
- **Estructuras Metálicas Mi Nieta:** Instalación y material de primera calidad.
- **Estructuras Metálicas ESTRUNOR:** Todo tipo de estructuras. Pintado del color que usted quiera.

- **LOS PROVEEDORES**

Los proveedores son todas las entidades que abastecen de materias primas e insumos de la empresa para que ésta produzca los artículos o servicios que entrega al mercado.

Cualquier cambio que hagan los proveedores, afectará a la microempresa. Por lo tanto, un conocimiento de lo que les ocurre, puede permitir tomar decisiones acertadas, o bien, poder prepararse para enfrentar el cambio

EJEMPLO:

- Un ejemplo de esto son los efectos inesperados que produjo el invierno altiplánico en la zona agrícola y ganadera del norte del país. La pérdida de producción afectará a las empresas del rubro alimenticio que se abastecen de este mercado.
- Los problemas en el Medio Oriente y la sobre alza en los combustibles afecta a todo el país, puesto que se originarán aumentos en los precios de venta y servicios.

- La época estival hace que algunos productos abaraten los costos de producción respecto de otras épocas del año. **Mercado Internacional:** Son los clientes potenciales que están fuera de Chile.

- **LOS INTERMEDIARIOS**

Los intermediarios son entidades que cooperan con la empresa para la promoción, venta y distribución de sus productos.

Si por alguna razón, el intermediario encuentra que el precio que él logra en el mercado no es lo suficientemente bueno, puede exigirle al empresario bajar los suyos o, también, si el intermediario logra más ventas del producto, puede solicitarle al empresario aumentar su productividad para abastecerse.

EJEMPLO

- Una empresa fabricante de bolsas de buena calidad de material y de impresión, induce a una buena presentación de un producto bien elaborado.
- Las ofertas y promociones que realizan las distribuidoras hace que en algunos casos los productores mayoristas deban bajar los costos de venta al por mayor.
- Un producto nuevo en el mercado y de consumo masivo, hace que otro tipo de productos deban aumentar la productividad para abaratar sus propios costos de venta.

- **EL PÚBLICO**

El público lo constituye todo tipo de grupo de personas que interactúen directa o indirectamente con la empresa y que tienen un interés real o potencial en su existencia y en sus capacidades.

El público son las personas que pueden llegar a vincularse con la empresa, porque la conocen y tienen interés en ella, desean adquirir sus productos, están interesados en invertir, les preocupa la forma en que va a cumplir las metas trazadas, etc.

EJEMPLO

- Los medios de comunicación interactúan directamente con las empresas por medio de la publicidad.
- Los medios de transporte interactúan directamente con las empresas, por el flujo de público que ocuparán sus servicios.
- Los dirigentes vecinales interactúan indirectamente con las empresas, por medio del mejoramiento del entorno y la fuente laboral.

ENTORNO LEJANO

La importancia del ENTORNO LEJANO radica en que el empresario, si bien no puede hacer nada en forma independiente por cambiar la situación, puede observar cómo se comportan estos elementos, o qué tendencia tienen y de allí tomar decisiones o modificar metas o actividades.

El entorno lejano presenta los siguientes componentes o elementos:

- **EL MEDIO DEMOGRÁFICO Y ECONÓMICO**

El medio demográfico y económico, lo conforman las variables o elementos que tienen que ver con los ingresos de las personas y la distribución nacional por sexo, edad, educación, etc. Este elemento le permite al empresario estudiar el mercado que está adquiriendo su producto o el mercado potencial que puede encontrar en ciertas comunas o regiones para su producto.

EJEMPLO

- Una empresa de aseo domiciliario necesita tener conocimiento de sectores en los cuales puede ofrecer sus servicios.

- **EL MEDIO TECNOLÓGICO Y NATURAL**

El medio tecnológico y natural, incluye, por una parte, los elementos referidos al avance de la tecnología, ya sea en el ámbito nacional como extranjero; por otra parte, considera los cambios que se producen en la naturaleza, que pueden afectar las cosechas, plantaciones e incluso la disponibilidad de recursos que se creían eliminados (árboles, aire, agua). Dichos cambios pueden afectar a grandes sectores de la economía y a las empresas.

EJEMPLO

- Normalmente los sectores de alta frecuencia o tránsito de público: playas, escuelas, etc. Es un buen mercado para productos de consumo rápido.
- El norte es un buen mercado para venta de poleras.
- El sur es un buen mercado para la venta de paraguas.

- **EL MEDIO POLÍTICO Y LEGAL**

El medio político y legal lo conforman los documentos legales promulgados, el marco de tributación existente y de impuestos específicos que son desarrollados en el aparato legislativo del Estado de Chile y en los concejos municipales.

Los efectos de este medio afectan la tributación, patentes, planos reguladores, medidas anticontaminantes, etc., a las cuales el empresario debe acogerse, lo que puede significar desgaste de fuerzas y uso de su tiempo para tramitaciones. Pero, también este marco político y legal puede ser una oportunidad para adaptarse y salir adelante con la empresa.

EJEMPLO

- Es difícil encontrar en nuestra ciudad venta de productos alimenticios preparados en la calle y autorizados por la autoridad correspondiente. Sin embargo, en otras comunas esta situación es permitida
- Difícilmente se autorizaría la instalación de una amasandería en el quinto piso de un edificio de departamentos.

- **EL MEDIO SOCIOCULTURAL**

El medio sociocultural, se encuentra constituido por las instituciones como la iglesia, las fuerzas armadas, el aparato estatal y por los valores culturales tradicionales en nuestro país como la familia, el folklore, la nacionalidad, la solidaridad, etc.

Cualquier cambio de conducta de los componentes de este medio generan reacciones, tanto negativas como positivas, en la empresa y en los productos que elabora.

EJEMPLO:

- Tal vez sería un negocio redondo la instalación de una empresa elaboradora de comida rápida de productos chilenos (humitas, choclos con mantequilla, etc.), en el Schoping Talca.
- Difícilmente se autorizará la instalación de una empresa metalmecánica en el Parque Universitario.

TALLER N°5

Las siguientes son empresas de la zona, identifica ejemplificando para cada una de ellas cuál sería entorno cercano y el entorno lejano.

EMPRESA	ENTORNO CERCANO	ENTORNO LEJANO

EMPRESA	ENTORNO CERCANO	ENTORNO LEJANO

EMPRESA	ENTORNO CERCANO	ENTORNO LEJANO

MODULO: GESTION Y EMPRENDIMIENTO

EMPRESA	ENTORNO CERCANO	ENTORNO LEJANO

PRE – TEST

Nombre : _____
Curso : _____
Fecha : _____

I. VERDADERO O FALSO: Selecciona Verdadero o Falso según corresponda.

1. _____ Cualquier actividad comercial representa una empresa.
2. _____ Todo Ciudadano puede ser empresario.
3. _____ Todas las empresas están reconocidas por el estado
4. _____ Una empresa puede contar con un solo trabajador
5. _____ El nombre indicado en un letrero es la Razón Social de una Empresa.

II. Selección Múltiple

En cada una de las siguientes preguntas indica cual o cuales de las alternativas propuestas son correctas:

1. Son empresas:

- a. Un Kiosco de ventas de revista
- b. Una Maestranza
- c. Un taller de costura

Solo la b Solo la c la b y c Todas

2. Las empresas se clasifican según:

- a. Su tamaño
- b. Su capital
- c. Su ubicación

Solo la a Solo la b la a y b Todas

3. Una Empresa puede ser:

- a. Un grupo de personas
- b. Un grupo de personas y recursos
- c. Un grupo de personas, recursos y objetivos con fines de lucro.

Solo la a Solo la b Solo la c Todas

4. Son entidades de apoyo a las empresas:

- a. INP
- b. SERCOTEC
- c. FONASA

Solo la a Solo la c la a y b la a y c

5. Un grupo de personas con un mismo fin pasa a constituir:

- a. Una asociación
- b. Un Holding
- c. Una Gran Empresa

la a y b la b.y c Solo la c Todas

PRUEBA FORMATIVA

Nombre : _____
Curso : _____
Fecha : _____

I. VERDADERO O FALSO: Selecciona Verdadero o Falso según corresponda.

1. _____ Empresa es toda actividad encaminada a producir bienes y/o servicios
2. _____ El trabajo está representado por los recursos materiales.
3. _____ El área de producción se encarga de seleccionar al personal que contratará y la compra de materiales.
4. _____ La administración es el proceso mediante el cual se distribuyen y asignan los recursos de la empresa.
5. _____ Quedar exento del IVA es un beneficio de la formalización.
6. _____ Una empresa industrial es aquella que transforma la materia prima en algún producto comercializable.
7. _____ Los Manuales de Procedimiento son instrumentos típicos de las grandes empresas.
8. _____ En una empresa de menor tamaño se vive un ambiente más personalizado.
9. _____ Una empresa de aseo industrial es una empresa cuyo producto ofrecido es un intangible.
10. _____ La productividad de las MyPES fluctúa entre las 2.400 y las 25.000 UF.

II. Términos Pareados

Cada concepto de la columna de la izquierda debes hacerlo coincidir con el concepto que esta en la columna derecha.

- | | | |
|---------------------|--------------------------|--|
| 1. ÁREA DE PERSONAL | <input type="checkbox"/> | a. Encargada de administrar los recursos monetarios |
| 2. ÁREA DE FINANZAS | <input type="checkbox"/> | b. Conjunto de bienes y recursos monetarios utilizados para el desarrollo de actividad de la empresa |
| 3. TIERRA | <input type="checkbox"/> | c. Conjunto de metas y recursos necesarios para el logro de los objetivos |
| 4. INSTRUCTIVOS | <input type="checkbox"/> | d. Tramites necesarios para constituir legalmente la empresa |
| 5. FLEXIBILIDAD | <input type="checkbox"/> | e. Negocio pequeño que satisface las necesidades directas del cliente |
| 6. SEGUROS | <input type="checkbox"/> | f. Servicio intangible que permite recuperar el valor de un bien que sufre un siniestro |
| 7. FORMALIZACIÓN | <input type="checkbox"/> | g. Conjunto de normas que permiten desarrollar una actividad en forma ordenada y sistemática |

- | | | | |
|-------------------|--------------------------|----|---|
| 8. ALMACÉN | <input type="checkbox"/> | h. | Características de la pequeña empresa para cambiar su planificación de acuerdo a las necesidades de la entidad. |
| 9. CAPITAL | <input type="checkbox"/> | i. | Está relacionada con el recurso humano de su selección y contratación |
| 10. PLANIFICACIÓN | <input type="checkbox"/> | j. | Recurso material que está formado por el recurso natural y materias primas |



UNIDAD II

PROYECTO EMPRESARIAL

INTRODUCCION:

Iniciarse como empresario no es cosa de llegar y lanzarse a una aventura y en la marcha ver qué resulta.

La idea es partir sobre una base sólida en base al propio proyecto de vida. Esta base la otorga el Proyecto Empresarial.

Son muchas las personas que en algún momento de su vida han tomado la decisión de convertirse en empresarios y por no tener un Proyecto Empresarial definido, el resultado ha sido el fracaso o bien se ha transformado en una constante pesadilla de subsistencia.

El tema central de esta unidad apunta a detenerse en el andar que nos impulsa a ser empresarios y plantearnos un norte con visión de futuro en base a un proyecto sustentable.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los alumnos y las alumnas serán capaces de:

1. Identificar las diferentes etapas de un Proyecto Empresarial.
2. Evaluar la factibilidad de un Proyecto Empresarial.

Detección de Necesidades

La idea es el punto de partida de todo Proyecto Empresarial, de ahí su importancia en la creación de una empresa.

El proceso de generación de un Proyecto Empresarial tiene como punto de partida la elección del tipo de negocio que se pretende poner en marcha, es decir, la idea, que puede surgir de la experiencia personal del futuro empresario, de la existencia de un mercado interesado, del surgimiento de un producto o servicio nuevo que ofrecer, de la observación del entorno, etc.

No hay que olvidar que gran parte de los proyectos que se ponen en marcha fracasan en su primer año de vida.

Para evitar esto, el producto o servicio a ofrecer debe:

- Satisfacer necesidades
- Ser innovador

SATISFACER NECESIDADES

Para afrontar con éxito una empresa se debe partir de una idea que satisfaga las necesidades particulares de la potencial clientela, dirigiendo todos los esfuerzos hacia áreas de mercado que no han sido atendidas. El negocio debe estar diseñado en función de la demanda del mercado.

Si observamos los cambios sociales que se han producido en el tiempo, será fácil obtener una larga lista de oportunidades de negocios posibles, basándose en las nuevas necesidades que tales cambios han generado.

1. CAMBIOS EN EL NIVEL DE INGRESOS

Un aumento significativo de los ingresos personales del conjunto de la población. Es este aspecto logra capital importancia la riqueza minera de nuestra zona. De esta manera surgen necesidades tales como:

- **Actividades físicas:** gimnasios y similares
- **Confort doméstico:** lavanderías, decoración, etc.
- **Atención alimenticia:** comida rápida, atención a domicilio, etc.
- **Informática:** insumos, asesorías, etc.

2. CAMBIOS EN EL NIVEL CULTURAL

Si lo que observamos es una elevación considerable del nivel educativo de una población, podrían surgir nuevas necesidades de este tipo:

- **Instituciones de educación:** idiomas, capacitación, etc.
- **Bibliografía:** libros y revistas de ediciones extranjeras
- **Mantenimiento del entorno:** jardinerías, decoraciones, etc.

3. CAMBIOS EN EL TIEMPO LIBRE

Un tercer factor de cambio se refiere a la mayor importancia que se concede al tiempo libre y a las actividades desarrolladas durante el mismo. De ahí pueden surgir nuevas necesidades, como:

- **Deportes:** centros y tiendas especializadas.
- **Centros de recreación:** espectáculos, escuelas de baile.
- **Centros de habilidades artísticas:** pintura en género, loza en frío.

4. CAMBIOS EN LA ESPERANZA DE VIDA

El aumento del nivel económico de nuestra sociedad, unido a los avances científicos, ha conseguido que se alargue la vida de las personas. Esto crea nuevas necesidades que antes no se manifestaban:

- **Servicios especializados:** cuidado de ancianos, residencias.
- **Recreación:** viajes, actividades grupales.
- **Moda y vestuario**

5. CAMBIOS EN LA ACTIVIDAD LABORAL DE LA MUJER

El desarrollo económico y cultural de un país va unido a un incremento notable del porcentaje de una masa trabajadora. Este factor hace que en la actualidad sea cada vez mayor el número de mujeres trabajadoras, por lo tanto se equilibra con nuevas necesidades:

- Guarderías infantiles.
- Servicio doméstico.
- Nuevos productos alimenticios rápidos.
- Nuevos tipos de electrodomésticos.

6. CAMBIOS EN LAS FORMAS DE VIDA

En numerosas sociedades urbanas aumenta el número de personas que viven solas, bien porque no se casan o porque están separadas o son viudas o están solas por razones profesionales. Ello genera la atención de nuevas necesidades:

- Renta de departamentos amoblados.
- Renta de vehículos.
- Ofertas para hacer amigos.

7. CAMBIOS EN LOS NIVELES DE SEGURIDAD

En nuestra sociedad aparecen nuevos miedos o temores que conducen a elevar el nivel de sentirse seguro, así nacen empresas que satisfacen necesidades como:

- **Sistemas de alarma.**
- **Guardias personales y de empresas.**
- **Protecciones domiciliarias.**

8. CAMBIOS EN LA OFERTA DE TRABAJO

Las sociedades que ven aumentar de forma importante la cifra de cesantía tienen problemas que generan nuevas necesidades:

- **Empresas de trabajo temporal.**
- **Agencias de empleo.**
- **Centros de orientación profesional.**

9. CAMBIOS EN EL ENTORNO ENERGÉTICO

La escasez y carestía creciente de los recursos energéticos tradicionales plantea posibles iniciativas de creación de empresas que atiendan estas necesidades:

- **Fábricas de artefactos a energía solar.**
- **Servicios técnicos.**

10. CAMBIOS EN EL ENTORNO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS

Con la incorporación de modelos extranjeros en nuestra economía las empresas se enfrentan a nuevos desafíos como: mejoramiento de la producción, calidad total, etc. Así surgen nuevas necesidades de atención:

- Organismos asesores de empresas.
- Organismos de capacitación.
- Representaciones.

Estas son sólo algunas ideas que surgen de las necesidades de la sociedad actual.

La economía de libre mercado da para más propuestas innovadoras.

SER INNOVADOR

Todos hemos advertido alguna vez la existencia de un almacén en nuestro barrio y si a ese almacén la va bien, ten por seguro que cerca de por allí se abre otro almacén. Y para colmo ofrece lo mismo que el anterior.

También podemos observar que en todas partes se crean "barrios comerciales", date cuenta:

- Todos los supermercados del centro están en un radio muy cercano
- Todos los negocios de repuestos para automóviles están en calle _____
- Todas las discos están en el sector del _____

Este hecho produce dos efectos:

1. Por un lado el que necesariamente se repartan la utilidad del rubro, debido a que hay un universo de clientes suficiente para todos.
2. Por otro lado el que cada uno de estos empresarios busque la forma de marcar la diferencia respecto de la atención, las ofertas, los horarios, etc., haciendo al negocio más atractivo

No hay prácticamente ningún producto en el mercado que no pueda ser ofertado y distinguido de los demás de alguna forma atractiva, ventajosa y novedosa.

Este efecto se supera incorporando al quehacer empresarial el factor innovador.

Las PyMES que realmente triunfan explotan, con muy pocas excepciones, alguna ventaja competitiva distinta y comunicable. Una ventaja competitiva determinante se obtiene suministrando bienes o servicios que sean ligeramente diferentes o mejores que los de la competencia. Precisamente las PyMES son las que mejor pueden adaptarse y responder a los matices y necesidades de los clientes.

A la hora de plantear la idea de un negocio no podemos perder de vista el objetivo principal de cualquier empresa, que es la obtención de un beneficio empresarial y la única forma de conseguirlo es haciendo que los consumidores compren nuestro producto o servicio, que se decidan por él, que lo elijan entre todos los que se ofrecen en el mercado con características similares.

En función de los motivos que intervienen en la decisión de compra, podemos señalar los siguientes factores de diferenciación o innovación:

1. ECONÓMICOS

El precio es determinante a la hora de decidirse por un producto, a mayor volumen de compra menor precio unitario.

También resulta atractivo, el ofrecer un producto enganchado con otro a un mismo precio.

Muy recorrida es la oferta "compre hoy y pague en ... "

2. PRÁCTICOS

En la decisión de la compra pueden influir la comodidad, la confianza y el ahorro de tiempo y de trabajo.

Por ejemplo, las empresas que ofrecen llevar el producto a domicilio o los alimentos precocidos. También están los que van a buscar a domicilio.

3. ESTÉTICOS

Se puede introducir un factor innovador haciendo que el envase resulte atractivo a la clientela. El color, la forma, el tamaño, el diseño del envase, puede ser el elemento clave que determine la compra de un producto y no el de la competencia.

4. TECNICOS

Se puede llegar a introducir una innovación del producto valorando las características técnicas de las que carecen otros productos existentes e incorporando las ideas y necesidades de los usuarios

5. PSICOLÓGICOS O SOCIALES

La decisión de compra en algunos clientes puede estar motivada por el hecho de obtener un prestigio o un status, por ir a la moda o simplemente por satisfacer su identidad individual o colectiva.

INCUBADORAS, NICHOS O YACIMIENTOS DE EMPRESAS

Conforme a las necesidades de la sociedad y a la de personas con mentalidad emprendedora dispuestas a aventurarse en el desafío de ser empresario, se han creado organismos que dan el primer impulso a las empresas en proyección, estos organismos son llamados incubadoras o nichos o yacimientos de empresas.

El sistema consiste en aceptar un Proyecto Empresarial, entregarles la asistencia técnica y capacitación necesaria para que en un plazo determinado puedan ser capaces de continuar en forma independiente produciendo o prestando servicios, según donde se establezcan.

Mirando hacia este sistema es que las posibilidades de creación de empresas se agrupan de la siguiente forma:

Servicios de la vida diaria	<ul style="list-style-type: none">• Servicios a domicilio.• Cuidado de los niños.• Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.• Ayuda a jóvenes con dificultad de inserción laboral.
------------------------------------	--

Servicio para mejorar la calidad de vida	<ul style="list-style-type: none">• Mejora de la vivienda.• Seguridad.• Transportes.• Revalorización de espacios públicos.• Comercio.
Servicios culturales	<ul style="list-style-type: none">• Turismo.• Servicios audiovisuales.• Patrimonio cultural.• Desarrollo cultural.
Temas medioambientales	<ul style="list-style-type: none">• Gestión de residuos.• Gestión del agua.• Protección de la naturaleza.• Control de la contaminación.

Formato para Presentación de Proyecto

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre debe ser breve e informativo, que entregue una imagen del rubro al cual se dedicará.

1.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Debe indicar el sector económico en el cual funcionará el proyecto empresarial.

1.3 PLAZO ESTIMADO PARA SU PUESTA EN MARCHA

Debe señalar qué tiempo se estimará, en meses y años, para considerarlo un proyecto viable.

1.4 RESUMEN DE RECURSOS PARA LA EJECUCIÓN

Costo total del Proyecto.

1.5 IDENTIFICACIÓN DE QUIEN RESENTA EL PROYECTO.

Debe indicarse quién será la persona responsable de llevar a cabo el proyecto.

NOMBRE	DIRECCIÓN	R.U.T	FONO

2. DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Debe indicarse en qué consistirá el proyecto, la idea, sus expectativas, su proyección, etc.

2.2 FUNDAMENTACIÓN PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Debe indicarse los motivos que existieron para la presentación del proyecto.

2.3 COHERENCIA CON LA REALIDAD DEL SECTOR

Debe indicarse si la formulación del proyecto tiene alguna relación con los planes que los distintos organismos cooperadores del estado tienen con el empresariado del rubro.

3. DIAGNÓSTICO

Ámbito	Situación Actual	Situación Esperada	Desafío
Se refiere a los aspectos que se debe considerar	Se refiere a lo que se cuenta en cada ámbito definido	Se refiere a lo que se espera con llegar a contar	Se refiere a la disposición para alcanzar metas
Recursos Humanos			
Gestión administrativa			
Tecnología			
Comercialización			
Financiamiento			
Abastecimiento			
Capacitación			

4. DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1 OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

--

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS, INDICADORES, ACTIVIDADES

Nº	OBJETIVOS	INDICADOR DEL LOGRO	ACTIVIDADES
1			
2			
3			

5. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES		MESES											
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													

6. PRESUPUESTO

ITEMES	TOTAL	FINANCIAMIENTO			
		EMPRESARIO	PRÉSTAMO	FUENTE B	FUENTE C
1 ADMINISTRACIÓN					
1.1					
1.2					
1.3					
2 OPERACIÓN					
2.1					
2.2					
2.3					
3 INVERSIÓN					
3.1					
3.2					
3.3					

OBSERVACIÓN

Todo proyecto debe ser evaluado por algún profesional sea éste de algún organismo cooperador del empresariado, de alguna institución de financiamiento o de algún particular contratado por el propio empresario, con el propósito de medir su factibilidad y sustentabilidad.

A continuación te presentamos un formato de evaluación de proyecto.

Al igual que el caso anterior, éste es sólo uno de los tantos modelos que existen, la idea es que conozcas como están estructurados.

Informe de Evaluación de Proyecto

I. ANTECEDENTES DEL BENEFICIARIO

Nombre	
R.U.T.	
Edad	
Dirección Particular	
Dirección Comercial	
Teléfono Particular	
Teléfono Comercial	

II. ANTECEDENTES DEL PROYECTO:

A. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre del proyecto o Actividad	
Descripción de la idea de negocio o proyecto	
Giro Comercial	
Productos y/o servicios a ofrecer	
Localización de la Actividad	
Experiencia o Capacitación en el tema	

B. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, Y AMENAZAS (FODA)

Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas

C. ANTECEDENTES TÉCNICOS

Requerimientos Legales			
Requerimientos de Infraestructura	Obra Física: Maquinaria: Total Infraestructura:		
Determinación de los Recursos necesarios	Humanos:		
	Identificación	Función	Remuneraciones (Mensual bruta)
	Total Remuneraciones: \$		
	Capacitación Requerida: Total Capacitación \$		
	Insumos (según promedios mensuales): Total Insumos: Capital para imprevistos: Total Imprevistos Mensuales:		

D. ANTECEDENTES DE MERCADO

Mercado Meta	
Sustitutos	
Estacionalidad	
Competidores	
Proveedores	

E. ESTRATEGIA COMERCIAL

Estrategia de Producto y/o de Servicio.	
---	--

F. PRESUPUESTO

Requerimientos Legales	
Valor en Infraestructura	Obra física y Maquinarias
Recursos	Humanos \$
	Capacitación requerida \$
Capital de trabajo	Insumos \$
	Mercaderías \$
	Imprevistos \$
Total Inversión	\$
Estructura de financiamiento	\$

G. Análisis de costos del Proyecto

Depreciación:
Costos Variables Mensuales:
Punto de Equilibrio
Costos Fijos Mensuales:
Venta Mensual Proyectada:
Utilidad Mensual Proyectada:
Tiempo de vida útil:
Período de recuperación de Capital:

H. Conclusiones y recomendaciones

PROYECTO ELABORADO POR:

CONSULTOR:

MICRO EMPRESARIO:

PROYECTO REVISADO POR:

TALLER N°6

De acuerdo a lo expuesto en esta unidad, analiza la factibilidad de instalar una pequeña empresa productiva o de servicios, siguiendo los pasos del formato presentado en el Capítulo 2 de la Unidad 2 y que te entregamos en este documento.

Este taller deberás desarrollarlo en grupo y con la asesoría del profesor durante las clases que se destinen para ello.

FORMATO PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre debe ser breve e informativo, que entregue una imagen del rubro al cual se dedicará.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Debe indicar el sector económico en el cual funcionará el proyecto empresarial.

PLAZO ESTIMADO PARA SU PUESTA EN MARCHA

Debe señalar qué tiempo se estimará, en meses y años, para considerarlo un proyecto viable.

RESUMEN DE RECURSOS PARA LA EJECUCIÓN

Costo total del Proyecto.

IDENTIFICACIÓN DE QUIEN RESENTA EL PROYECTO.

Debe indicarse quién será la persona responsable de llevar a cabo el proyecto.

Nombre	Dirección	R.U.T.	Fono

2. DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Debe indicarse en qué consistirá el proyecto, la idea, sus expectativas, su proyección, etc.

FUNDAMENTACIÓN PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Debe indicarse los motivos que existieron para la presentación del proyecto.

COHERENCIA CON LA REALIDAD DEL SECTOR

Debe indicarse si la formulación del proyecto tiene alguna relación con los planes que los distintos organismos cooperadores del estado tienen con el empresariado del rubro.

3. DIAGNÓSTICO

Ámbito	Situación Actual	Situación Esperada	Desafío
Se refiere a los aspectos que se debe considerar	Se refiere a lo que se cuenta en cada ámbito definido	Se refiere a lo que se espera con llegar a contar	Se refiere a la disposición para alcanzar metas
Recursos Humanos			
Gestión administrativa			
Tecnología			
Comercialización			
Financiamiento			
Abastecimiento			
Capacitación			

4. DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1 OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS, INDICADORES, ACTIVIDADES

Nº	OBJETIVOS	INDICADOR DEL LOGRO	ACTIVIDADES
1			
2			
3			

5. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	MESES											
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												

6. PRESUPUESTO

ITEMES	TOTAL	FINANCIAMIENTO			
		EMPRESARIO	PRESTAMO	FUENTE B	FUENTE C
1. ADMINISTRACIÓN					
1.1					
1.2					
1.3					
2. OPERACIÓN					
2.1					
2.2					
2.3					
3. INVERSIÓN					
3.1					
3.2					
3.3					