

CARTILLA DE EMPRENDIMIENTO

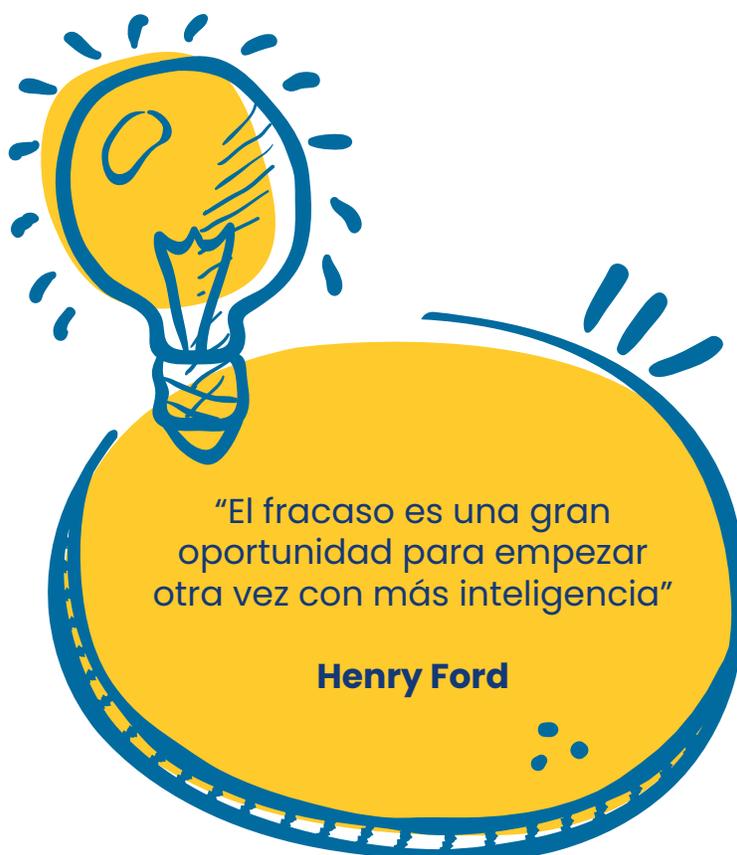
¿CÓMO EVITAR LOS ERRORES QUE COMETEMOS AL EMPRENDER?



Estimado Usuario

El Ministerio de Economía Familiar (MEFCCA), como parte del acompañamiento a los emprendimientos, fomenta el espíritu emprendedor, la innovación y la creatividad, a través de la creación de empresas, en aquellas personas que encuentran más dificultades para constituir y poner en marcha sus ideas empresariales, proporcionándoles la ayuda necesaria para hacerlas realidad.

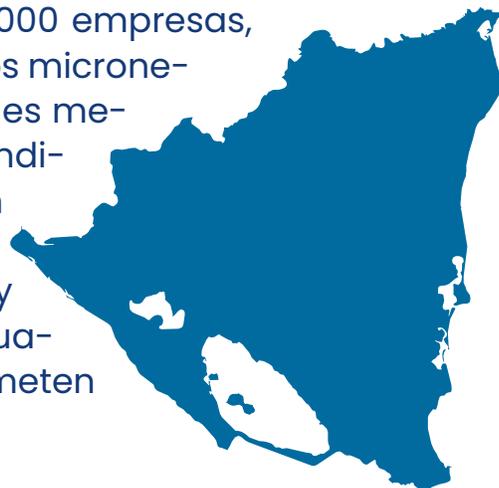
Es por ello, que alentamos la formación de emprendedores, dotándolos de conocimientos que les permitan anticiparse y mejorar sus posibilidades de éxito. Con la presente cartilla, se logra el objetivo de focalizar al emprendedor como protagonista principal, enmarcando su rol como tal, en las diferentes etapas de un proceso de emprendimiento típico y las diferentes problemáticas o desafíos, desde el descubrimiento personal, el liderazgo y gestión de equipos, la organización del trabajo y el aprendizaje organizacional.



“El fracaso es una gran oportunidad para empezar otra vez con más inteligencia”

Henry Ford

En Nicaragua, existen alrededor de más de 250,000 empresas, de las cuales casi el 52 por ciento pertenecen a los micronegocios, el 30 por ciento pequeñas y la diferencia es mediana empresa; lo cual indica que los emprendimientos locales han venido evolucionando; en donde el rol emprendedor ha sido y es fundamental para sostener el crecimiento económico y favorecer el acceso a oportunidades. A continuación, te compartimos algunos errores que se cometen al iniciar un emprendimiento.



Principales Errores en un Emprendimiento:

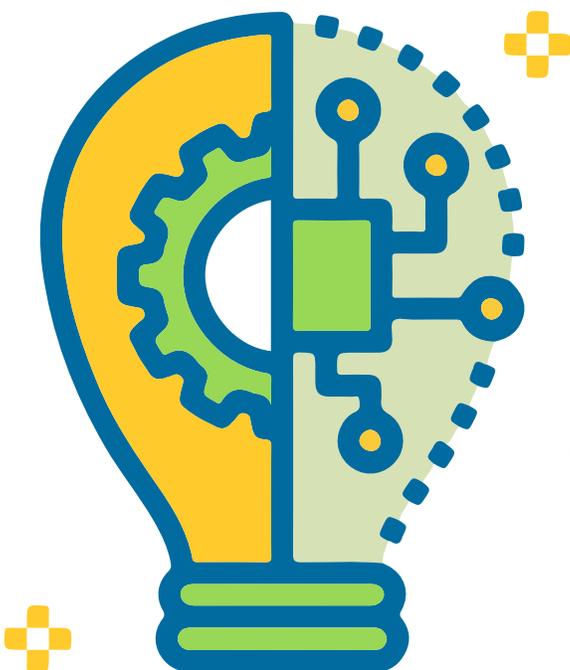
- Falta de identificación de las características personales para emprender.
- No contar con la elaboración del documento de Plan de Negocios.
- Caracterización de los riesgos que podrían afectar el emprendimiento.
- Desconocimiento del mercado (Análisis del entorno para la identificación de oportunidades de negocio).
- Reducida capacidad negociadora con los proveedores.
- No contar con un plan de marketing para la venta de productos o servicios.
- No tener definida una política de precios
- Falta de innovación y renovación permanente



El reconocimiento previo a tales desafíos, prepara las capacidades y habilidades del emprendedor para enfrentar positivamente cada proceso, lo cual conlleva a tener mayores posibilidades en un mejor desarrollo del emprendimiento. Además de estas características, los emprendimientos:

- Generan empleo y utilizan mano de obra y materia prima nacionales, generando efectos multiplicadores.
- Requieren poca inversión y financiamiento.
- Son flexibles para orientarse a la moda y a las necesidades cambiantes de los consumidores, con capacidad para atender a nichos de mercado y segmentos de clientes que buscan atención personalizada.
- Rescatan las habilidades, el saber y la tecnología tradicionales.
- Contribuyen a la diversificación geográfica de la industria.
- Evitan los monopolios.
- Generan industrias apropiadas para el mercado que abastece.
- Participan activamente en el crecimiento de las exportaciones nacionales, distribución del ingreso, balanza de pagos, acumulación de capital y productividad, y contribuyen a la autosuficiencia del país.
- Emplean a personas discapacitadas, mayores o con dificultades.
- Utilizan generalmente tecnología intermedia, adaptada a la oferta de trabajo.

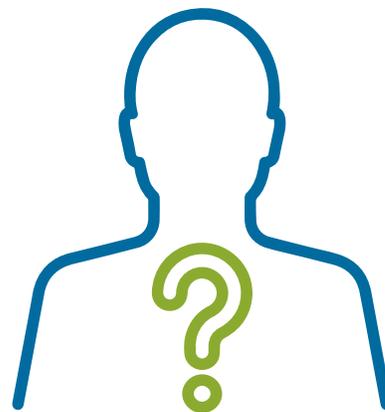
I. ¿Cómo evitar los errores que cometemos al emprender?



La primera etapa del proceso emprendedor, requiere de la identificación de las capacidades del emprendedor para emprender una idea de negocio o proyecto. A continuación, se describen los desafíos y problemas que deberá enfrentar en esta primera etapa del negocio, los cuales están relacionados principalmente a la **decisión y preparación del emprendimiento**. El modo de afrontarlos dependerá del compromiso asumido personalmente con su proyecto.

a) Autoevaluación de características personales del Emprendedor

Dentro de las preguntas más importantes previo al desarrollo de una actividad económica, son aquellas que le permiten a usted analizarse a sí mismo, es decir; conocer acerca de su personalidad, habilidades y disposición para comprometerse a algo que podría demandarle su atención constante por muchos años. En esta etapa, analice por qué desea convertirse en un emprendedor; le ayudará a determinar las fortalezas, habilidades personales y el compromiso para alcanzar sus metas.

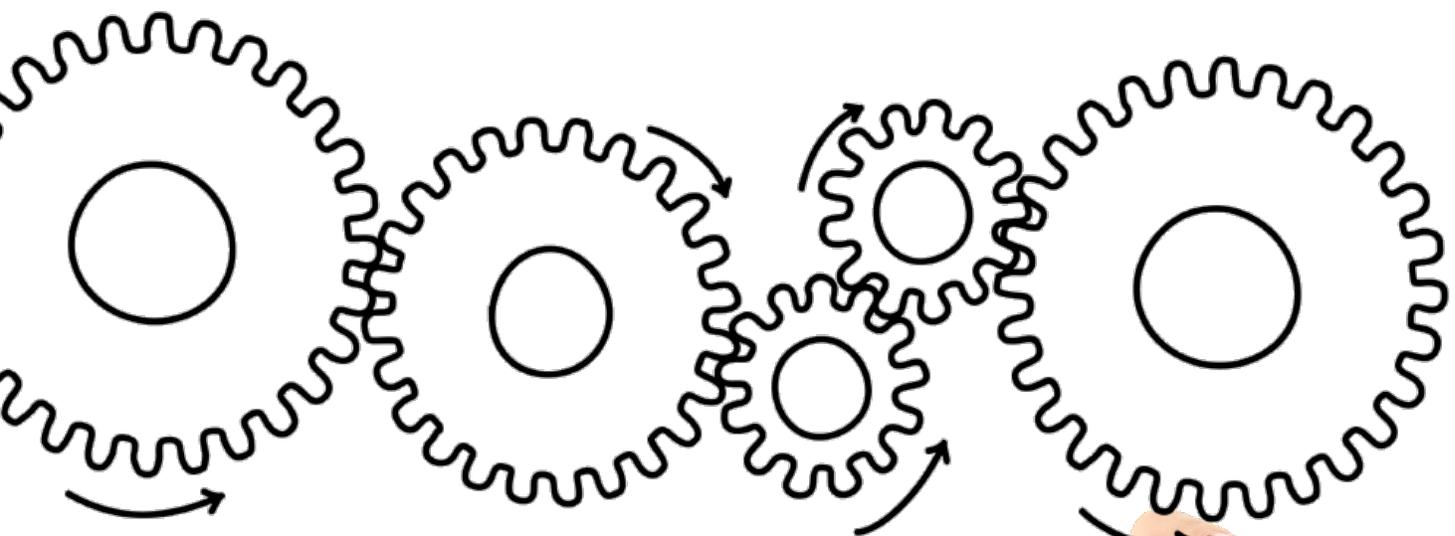


Actividad: Haga su propia lista de las razones para convertirse en emprendedor

I. Personalidad				
Criterios	No todavía	A veces	Muchas veces	Siempre
¿Tengo la pasión de alcanzar mis metas?				
¿Tengo un espíritu de aventura?				
¿Tengo una gran necesidad por un logro?				
¿Tengo confianza en mí mismo?				
¿Me mantengo centrado en mi plan?				
¿Me trazo metas?				
¿Soy innovador, creativo y versátil?				
¿Soy persistente (no cedo fácilmente)?				
¿Soy muy trabajador y energético?				
¿Pienso positivamente?				
¿Tengo disposición de tiempo?				
¿Puedo y estoy dispuesto a comprometerme a hacer algo?				

II. Compromiso

Criterios	No todavía	A veces	Muchas veces	Siempre
¿Puedo lidiar y resolver problemas continuos que puedan crecer en su alcance y complejidad?				
¿Puedo ser creativo al lidiar o resolver los problemas?				
¿No tengo miedo de buscar asistencia profesional?				
¿Puedo realizar tareas múltiples?				
¿Me doy cuenta y acepto que habrá más trabajo que realizar que lo que el tiempo permite y que deberé asumir tareas múltiples?				
¿No permito que los contratiempos me desalienten?				
¿Me doy cuenta que habrá contratiempos y fracasos y enfrentaré cada reto con una actitud positiva?				
¿Me mantendré centrado en fijarme una meta y me preocuparé por alcanzar esa meta?				
¿Me mantendré centrado en lo que es realmente importante y en lo que me tomará alcanzar mi meta?				



III. Gestión del tiempo / Organización

Criterios	No todavía	A veces	Muchas veces	Siempre
¿Hago una lista de las cosas por hacer cada día?				
¿Termino las tareas que yo mismo me asigno?				
¿No dejo las cosas para después?				
¿Hago lo que tiene que hacerse cada día?				
¿Me fijo plazos yo mismo?				
¿Me centro en el trabajo que tengo entre manos y no me distraigo?				
¿Termino por lo menos una tarea importante cada día?				
¿Continuamente trato de encontrar las formas de emplear mi tiempo en la forma más eficiente?				
¿Mantengo el lugar de trabajo despejado, excepto por los materiales en los que estoy trabajando?				
¿Planeo mi trabajo y lo ejecuto?				
¿Establezco prioridades en mi vida diaria?				
¿Cuándo estoy en el trabajo, sólo pienso en el trabajo?				
¿Me puedo adherir a un horario estricto?				

b) Elaboración del documento de Plan de Negocios

La mejor manera de empezar a planear su nuevo negocio es poner por escrito sus ideas y metas iniciales. Eso, le ayudará a identificar las áreas en que necesita investigar a fin de trabajar con un modelo de negocios exitoso. Desde el momento en el que el emprendedor decide implementar su idea, comienzan los eventos para poner a prueba sus capacidades, por lo que debe profundizar sus conocimientos sobre el rubro que desarrolla en el mercado para adquirir la convicción necesaria



Actividad: Escribe una reseña del Plan de Negocios

Descripción General del Negocio:	
Objetivos del negocio:	
Mercado objetivo:	
Servicios:	
Productos:	
Otros:	
Experiencia o conocimiento acerca de este tipo de negocios:	
Ventajas que tengo para comenzar este negocio:	
Desventajas o preocupaciones relacionadas con:	
Mi experiencia:	
Competencia:	
Recursos (Espacio disponibles, financiación, empleados, otros)	

Actividad: Realice Check List de verificación del documento “Plan de Negocios”

ITEM	Revisado / Finalizado	A desarrollarse	En revisión	Comentarios
Carátula o portada				
Declaración de misión, visión, objetivos				
Descripción del negocio				
Modelo del negocio				
Plan de financiamiento				
Análisis de mercadeo				
Plan de mercadeo				
Plan de operaciones				
Plan de gestión de recursos humanos				
Recomendaciones futuras				

c) Identificación de los riesgos que pueden afectar al Emprendimiento

Uno de los retos al empezar un negocio es la financiación. Se necesita dinero para comenzar y mantener un negocio y más cuando se trata de operaciones de negocios. No es fácil hacer un estimado financiero exacto al comienzo, por eso es importante planear lo inesperado; considerar los riesgos financieros calculados para la etapa inicial.



Actividad: Enumere los riesgos implícitos que podrían generarse en su negocio y algunas de las formas de mitigarlos.

#	Riesgo potencial	Formas de minimizar el Riesgo

d) Análisis del entorno

El análisis de una situacional del entorno, permite obtener una visión general de la industria en la cual usted está planeando entrar. Esto le permitirá tener una clara idea de cómo operan negocios como el que usted está considerando. Para conocer más acerca del rubro de su negocio y el entorno en que funciona, puede incluir encuestas, grupos de muestras elegidos, cuestionarios y análisis para definir un segmento de mercado objetivo, competencia y precio. Los resultados ayudarán al negocio a escoger un nombre, diseñar un logotipo y culminar otros esfuerzos relacionados con la marca.



Actividad: Realice un análisis sobre el mercado en que se desarrolla su emprendimiento

Descripción General	Comentarios
Tendencias de la industria (una visión general)	
Mercado objetivo	
Competencia	
Precios medios del mercado para el mismo producto o servicio	
Necesidades del cliente y cómo su producto las satisfará	
Segmentos (Grupos dentro del mercado)	
Canales de distribución y comercialización	
Sistemas de promoción y publicidad utilizados por la competencia	
Consumidores: número, distribución y motivos de compra	

Una vez que haya identificado a una industria que parezca corresponder a sus objetivos de negocios, realice un análisis sobre sus clientes potenciales.

Actividad: Identifique los Clientes Potenciales de su negocio

Tipo de cliente Mercado especializado/ Segmento	Beneficios al mercado especializado	Canales de distribución ¿Cómo llegaré a ellos?	Tamaño del mercado	Factores decisivos ¿Influencias para comprar?	Otros factores Costo/cliente, Costos de servicios

e) Capacidad negociadora con los Proveedores

Una vez que haya establecido la forma de organización de su emprendimiento, deberá pensar acerca de las operaciones físicas futuras del negocio. Entre las operaciones del negocio se incluyen la localización de su negocio y los procesos, recursos y otras herramientas que necesitará para obtener con los factores de producción (materias primas, mano de obra y capital) los productos finales (bienes o servicios).



Para maximizar sus productos finales a fin de obtener una mayor rentabilidad, usted debe organizar sus factores de producción para poder analizar y negociar cada costo. ¡¡¡ Haga los cálculos!!!

Actividad: Analice el cálculo de un Arriendo o compra de local para el negocio

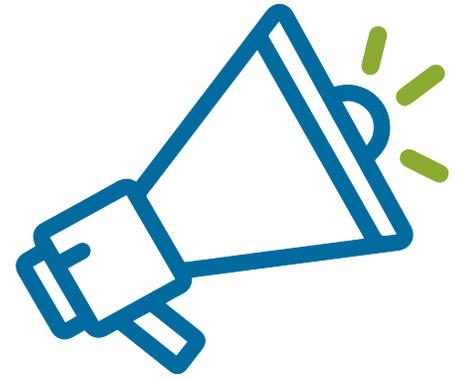
Si escojo tener una construcción que actualmente existe, ¿cuál sería el costo anual para mí para obtener las instalaciones que necesito bajo las opciones siguientes?	
A	¿Costo anual de alquileres?
B	¿Costo anual de arrendamiento?
C	¿Costo anual de compra?
Tomando en cuenta mi situación financiera actual, ¿cuál de las opciones anteriores sería la mejor decisión financiera del negocio para mí?	

Actividad: Piense acerca de la propuesta de su negocio. Por cada una de las categorías enumeradas, haga un resumen de sus planes iniciales por cada una de ellas sobre la base del producto final.

Operaciones físicas	¿Se aplica esta operación física a mi negocio? (Sí o no)	Si la respuesta es "Sí", ¿cuáles son mis necesidades?
Localización e instalaciones		
Equipo de operaciones y mantenimiento		
Equipo de producción y materiales		
Empleados		
Asistencia profesional		

f) Plan de marketing para la venta de productos o servicios

Se trata de concretar el conjunto de productos o servicios que vamos a ofrecer y cómo los vamos a ofrecer, de modo que consigamos satisfacer las necesidades de nuestros "cliente objetivo". Una vez que hemos definido los productos/servicios que vamos a ofrecer, debemos enfocar nuestros esfuerzos a pensar cómo podemos venderlos.



Debemos analizar algunos elementos básicos para resolver las necesidades de nuestros clientes que son los siguientes:

- ¿Cuáles son las características y los aspectos diferenciadores de nuestros productos que vamos a destacar en nuestra comunicación/ publicidad y en nuestros canales de comercialización? Es decir, qué ideas principales o mensaje queremos transmitir.
- ¿Nuestros productos tienen un logotipo (imagen corporativa) y una marca que nos puedan ayudar? ¿Cómo los vamos a utilizar?
- ¿Qué tipo de publicidad y comunicación con nuestros clientes queremos y podemos hacer? ¿Qué medios vamos utilizar? ¿Cuándo? ¿Con cuánta frecuencia? ¿Qué presupuesto vamos a destinar a la publicidad? ¿Vamos a utilizar Internet y las Redes Sociales?
- ¿Cómo y dónde vamos a vender nuestros productos/servicios? ¿Directamente nosotros mismos? ¿a través de intermediarios? ¿Vamos a utilizar Internet para vender? ¿Vamos a venderlos asociados a la venta de otros productos de otra empresa?
- ¿Cómo se hará la entrega de nuestros productos al cliente?
- ¿Qué tipo de servicio postventa ofreceremos?
- ¿Vamos a realizar un seguimiento de la satisfacción del cliente?

Actividad: Identifique en el siguiente cuadro de verificación para decidir qué recursos de marketing considerar.

Estrategia y estudio de mercado	¿La usé alguna vez?	¿Puedo hacerlo yo mismo?	¿Tengo un contacto que lo haga por mí?	Pros y contras. Comentario	Use o no
Análisis de mercado					
Grupos muestra elegidos					
Cuestionario					
Análisis de clientes					
Nombre, investigación de marca					
Comunicación de marketing					
Website					
Hojas informativas					
Catálogo					
Listas de precios					
Campaña de publicidad directa					
Asociaciones para la distribución					
Publicidad y relaciones públicas					
Publicidad, periódico					
Publicidad, otro					
Comunicados de prensa					
Visita de la prensa, evento					
Boletín					
Páginas amarillas					
Organizaciones comunitarias					
Patrocine a un equipo, otro grupo					

g) Establecimiento de Política de precios

Existen ventajas según el tamaño de la empresa, y una de ellas es que las empresas más grandes pueden tener más capital o tener más capacidad para redirigir los gastos para cubrir aumentos de precios en la energía, seguros y otros gastos del negocio. Los pequeños negocios usualmente tienen menos flexibilidad que los grandes negocios cuando se trata del crecimiento de los gastos. Los pequeños negocios necesitan poner atención a los gastos y estar preparados para el aumento de precios cuando sea necesario.



Un pequeño negocio no tiene que competir por el precio con las grandes empresas. Los clientes hacen decisiones de compra basados en muchos factores, no solamente el precio. Si su servicio al cliente, entrega, calidad y otras estrategias de negocios son competitivas, los aumentos de precios probablemente no ahuyentarán a sus clientes.

Para el establecimiento del precio de los productos, se pueden aplicar los siguientes métodos:

1- Método basado en el coste: se fija el precio a partir del coste sumando un margen de beneficio.



2- Método basado en la Demanda: Se analiza el consumidor y se fija un precio según el valor que este le da al producto.



3- Método basado en la Competencia: Se fija un precio a partir del precio de la competencia y la calidad del producto.



El estado de flujo de efectivo le puede ayudar a decidir sobre diferentes estrategias.

Si el flujo es negativo...considerar	Si el flujo es positivo, considerar
Incrementar las ventas	Reducir precios para incrementar volumen
Ser más agresivo en cobranza de facturas	Considerar invertir Fondos extra
Reducir gastos; posponer nuevas compras importantes	Planear expansión
Ver si existe un patrón por temporada	Pagar deudas
Contar cobros de sueldos o la Nómina	Contratar personal

h) Innovación y renovación permanente

Para tener una idea no es necesario ser un inventor ya que la mayoría de las ideas de las que surgen los nuevos negocios no parten directamente de grandes descubrimientos técnicos sino de la observación de las actividades que se producen en la sociedad que nos rodea, de observar con atención la vida cotidiana.

Conseguir una buena idea para iniciar un nuevo negocio es posible. Una de las claves fundamentales es utilizar y desarrollar las actitudes creativas. La mente es el material y no es algo físico, trabaja a todas horas del día sin detenerse. Todas las personas poseen capacidad creativa y por lo tanto pueden desarrollarla.

El desarrollo del emprendimiento enfocado en la persona más que en una idea o un plan de negocios, las competencias de creatividad, orientación a la acción, pasión, toma de riesgos y pensamiento holístico; así como desarrolla las competencias de liderazgo, trabajo en equipo y comunicación.





“Emprender un negocio, un nuevo proyecto, resulta tentador aunque son necesarias actitudes personales, herramientas y conocimientos del mercado. No todos lo hacen con las mismas habilidades y a la hora de proyectar una empresa propia o un micro emprendimiento, las cuestiones personales cuentan”

Tomado de: La persona emprendedora y la idea de negocio “Bases y claves para ayudar a crear o no una empresa”.