
PRÁCTICO DE EMPREENDEDURISMO

Tema: microempredimiento, emprendedor e idea

6ºB

Sofía Forconesi



1) para que la idea sea aplicable debe reunir las siguientes condiciones:

SATISFACER NECESIDADES

Para que una idea prospere debe satisfacer necesidades de la clientela potencial y hacia allí deben dirigirse los esfuerzos, especialmente hacia necesidades no satisfechas en el mercado en el que vamos a participar.

Estas necesidades surgen generalmente como consecuencia de cambios que se producen en el mercado generando nuevas oportunidades de negocios que debemos aprovechar.

- **Cambio en el nivel de ingresos:** Cuidado de vehículos, viviendas prefabricadas, ventas de productos sueltos, paseadores de perros, etc.
- **Cambios en la tecnología:** Estaciones de GNC, instalación de televisión satelital, etc.
- **Cambios en el tiempo libre:** Gimnasios, personal trainer, gimnasia sin esfuerzo, turismo, etc
- **Cambios en las prestaciones de la salud:** Servicios de emergencia, médicos de cabecera, delivery de trámites de obra social y farmacia etc.
- **Cambios en la esperanza de vida:** Residencia para ancianos, hogares de día para ancianos, viajes para la tercera edad, cuidado de ancianos a domicilio etc
- **Cambios en la forma de vida:** Viajes para solos y solas, paseadores de perros, agencias de remis, etc
- **Cambios en la seguridad de la población:** Rejas, puertas blindadas, empresas de seguridad privada, sistemas de alarmas, portones eléctricos, etc.

- **Cambios en el mercado laboral:** Trabajo a domicilio, cooperativas de trabajo, redacción de currículum, cursos de marketing.

POSEER UN FACTOR DIFERENCIADOR

Es al factor que hace que los individuos prefieran un vendedor a otro, un lugar a otro. Esto no es casual, sino que tiene un origen en un elemento que se denomina factor diferenciador que hace que el mismo producto o servicio sea distinto a los ojos del demandante por la presentación, la forma en que es atendido, la publicidad, etc.

Estos factores pueden ser:

- **Factores económicos:** cuando un producto llega a más personas por su precio por ej: Segundas marcas.
- **Factor de practicidad:** cuando la decisión de comprar está influenciada por cuestiones prácticas por ej: Pequeños almacenes de barrio.
- **Factores estéticos:** cuando se influencia en la decisión de comprar introduciendo a los productos elementos estéticos en la presentación: el packaging.
- **Factores técnicos:** Cuando se influencia a los compradores introduciendo innovaciones técnicas.
- **Factores psicológicos:** cuando la decisión de comprar está afectada por factores intangibles como la marca, la moda o la preferencia colectiva.

2) Características de la Microempresa:

- Generalmente son de propiedad de pocas personas: no mas de 10 personas.
- Se concentran en determinadas ramas de actividad: Su actividad general-mente está centrada en la producción y/o comercialización de productos artesanales, o servicios personalizados.

- No tienen más de dos niveles jerárquicos en sus estructuras organizacionales.
- Por lo común tienden a crecer: Cuando la microempresa logra una adecuada combinación de factores de producción y un posicionamiento comercializador, comienza una etapa de crecimiento que en muchos casos permite dejar de ser microempresas para pasar a ser pequeñas o medianas empresas.
- No poseen más de 10 empleados: Así como tienen un número pequeño de propietarios, las microempresas operan con un pequeño número de empleados.
- Sus ventas anuales son limitadas en cuanto al monto y al volumen: El monto y el volumen de las ventas anuales para calificar a una empresa como microemprendimiento es limitado y está determinado por disposiciones legales e impositivas.
- Fuerte adaptabilidad de las unidades productivas: Ante la falta de recursos, la microempresa tiene creatividad suficiente para adaptar los escasos recursos disponibles a cada una de las nuevas situaciones que le plantea la realidad, principalmente desde el punto de vista tecnológico.
- Su capital está destinado, principalmente, a la satisfacción de necesidades de supervivencia.
- La superficie afectada a la actividad no supera los 200 m²: Se desenvuelven en espacios reducidos con bajos costos de alquiler y de propiedad. Sin embargo, se puede afirmar que el factor cualitativo ligado a las características del empresario es el que esencialmente permite remarcar características que diferencian a la microempresa de la pequeña y mediana empresa, más allá que el factor cuantitativo.

1. Tener la idea:

Todo comienza con una idea que debe surgir de la observación del entorno y de una necesidad concreta del mercado.

2. Buscar cómo implementarla:

Se debe analizar la manera de transformar esa idea en una realidad, determinando recursos, procesos, capacidades y obstáculos posibles.

3. Buscar el capital necesario:

Es necesario definir cómo se financiará el proyecto, qué capital inicial se necesita y de dónde se obtendrá.

4. Describir los puntos críticos:

Incluye la evaluación de riesgos, estudio del mercado, competidores, fortalezas, debilidades, y elaboración de una estrategia.

Estas etapas se organizan dentro de un plan de negocios, que se divide en varias secciones:

- Visión general: presentación del emprendedor, objetivos, necesidades que cubre el producto, FODA.
- Comercialización: estrategia de ventas, precios, localización, competencia.
- Producto: composición, inversión, costos.
- Organización interna: estructura legal, costos administrativos.
- Finanzas: análisis de viabilidad, punto de equilibrio, flujo de fondos.

Una correcta planificación es vital, ya que el 70% de los emprendimientos no supera el primer año por falta de estrategia y preparación.

4)

La historia de las microempresas en Argentina data de fines del siglo XIX y principios del siglo XX cuando miles de inmigrantes sobretodo provenientes de Europa se instalaron en nuestro país atraídos por las interesantes propuestas que se le ofrecían. Algunos optaban por la agricultura, otros se inclinaban por las artesanías y otros por el comercio. Quién no cuenta entre sus antecedentes familiares con alguna anécdota de un abuelo que habiendo venido desde tierras muy lejanas, sólo con lo puesto, luego de muchos años de trabajo llegaron a progresar convirtiéndose en progresistas microempresarios que luego de haber comenzado con las rudimentarias herramientas, tradicional tecnología e importante experiencia que pudieron traer de su tierra natal fueron adaptando sus pequeñas empresas a la evolución tecnológica que se produjo en esa época.

Con las sucesivas crisis que vivió el país a partir del año 1930 hasta la actualidad, se produjo, con algunos altibajos, un paulatino aumento del desempleo y de la precariedad del empleo existente, que originaron la necesidad de dedicarse a efectuar tareas por cuenta propia, naciendo de esta forma el cuentapropismo apareciendo de esa forma la necesidad del autoempleo que dio origen a una importante cantidad de microempresas.

5)

El trabajo en equipo permite lograr grandes cambios que una sola persona no podría hacer. Aunque siempre hay alguien que lidera o impulsa una idea, para que un proyecto funcione y se mantenga en el tiempo, es necesario que muchas personas participen y lo sostengan.

Cuando se emprende en grupo, cada integrante puede aportar ideas, habilidades y puntos de vista diferentes. Esto ayuda a complementar las debilidades de unos con las fortalezas de otros. Por ejemplo, alguien

puede ser muy creativo, pero necesitar de otro que sepa vender lo que crea, o que tenga habilidades manuales.

Además, organizarse y dividir tareas hace que el trabajo sea más ágil y eficiente. Cada persona puede especializarse en algo y, a la vez, aprender del resto. Como dice Eduardo Galeano, cada persona tiene su propia luz, y en equipo todas pueden brillar.

Entonces desde mi punto de vista, los emprendimientos en equipo son mejores que los unipersonales.

6)

a) Emprendedores Sociales:

1. Hilar San Juan: Es un espacio inaugurado por la Dirección de Emprendedores Sociales del Ministerio de Desarrollo Humano y Promoción Social. Su objetivo es vincular a emprendedores y emprendedoras, generando un punto de encuentro entre potenciales consumidores. En este local, artesanos, diseñadores y emprendedores de distintos puntos de la provincia exponen sus productos, buscando potenciar sus emprendimientos y favorecer el desarrollo económico regional.

2. Cooperativa Cóndor Andino: Fundada en 2009, esta cooperativa se dedica a brindar servicios integrales en construcción y mantenimiento. Su motivación principal fue la necesidad de ofrecer soluciones a las personas en la construcción o ampliación de sus viviendas. Además, promueven la capacitación constante de sus miembros para mejorar sus servicios.

b) Emprendedores Agrícolas:

1. Reserva Orgánica: María Cristina Giménez es socia fundadora de esta cooperativa que se dedica al cultivo de hongos comestibles gourmet. Utilizan técnicas de cultivo en interiores tecnificados, controlando

temperatura, humedad y oxigenación para obtener productos de alta calidad.

2. Bodega Bórbore: Ubicada en el departamento San Martín, esta bodega fue fundada en 1936 por José Bórbore. Se especializa en la producción de vinos y posee viñedos en los departamentos Angaco y Sarmiento.

c) Emprendedores por Oportunidad:

1. Rebeca y Mateo: Romina Laspiur, licenciada en Nutrición y sommelier de yerba mate, lidera este emprendimiento que elabora blends de yerba orgánica, infusiones y una cerveza llamada "Yerbeza", producida a partir de la yerba mate. Además, organiza catas de yerba mate para promover la cultura matera.

2. Facundo Della Motta: Además de su carrera como piloto de automovilismo, Facundo es empresario gastronómico y titular de su propia firma productora de champaña en San Juan.

d) Emprendedores Creativos:

1. Diyouterie: Diego Villarroel, electricista y sanjuanino por adopción, creó este emprendimiento que transforma componentes electrónicos en desuso en joyas y accesorios como collares, aros y pulseras. Además, ofrece cursos y talleres sobre electrónica creativa.

2. Moon Valley Studio: Jorge Luis Godoy es coordinador del Club de Gamificadores de San Juan y propietario de este estudio de desarrollo de videojuegos. También lidera el proyecto "Emprendedores de San Juan", un sitio web que busca potenciar y visibilizar el trabajo de creativos locales.

7) Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE · RSC)

Los emprendimientos pueden buscar el mejoramiento social, económico y ambiental de su entorno con acciones específicas adicionales al propio negocio. Con su política de RSE, las organizaciones buscan impactar positivamente en las comunidades y ambientes a los que ya afectan por su propia actividad. Lo hacen mediante acciones que están por fuera del negocio mismo. Para ello, destinan un porcentaje de sus recursos disponibles, que implican tiempo tanto como dinero.

Las políticas que adquiera la empresa pueden ser varias: donar un porcentaje de sus ganancias; distribuir otros Insumos tales como alimentos, útiles, medicamentos, etc.; o dictar actividades voluntarias a organizaciones, entre otras.

Un ejemplo es la Minera Veladero (Barrick Gold)

La empresa minera Barrick, que opera el proyecto Veladero en San Juan, aplica distintas políticas de RSE en la provincia, como:

- * Programa de Compras Locales: prioriza proveedores sanjuaninos para fomentar el desarrollo económico local.
- * Donaciones de equipamiento a hospitales y escuelas en departamentos como Iglesia y Jáchal.
- * Campañas de educación ambiental en comunidades cercanas.
- * Capacitaciones gratuitas en oficios para jóvenes de zonas rurales.

Estas actividades no son parte del negocio minero en sí, pero buscan compensar e influir positivamente en las comunidades donde la empresa opera.
