ACTIVIDADES:

GUIA EMPRENDIMIENTO

DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN:

EMPRENDIMIENTO DIGITAL

CÓDIGO DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN:

62360012

APRENDIZ:

ANDRES ESTEBAN GORDILLO OROZCO

INSTRUCTOR:

NAFER VERGARA

SENA REGIONAL GUAJIRA

CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA

FONSECA, LA GUAJIRA

ABRIL 2022

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

¿QUÉ ES EMPRENDIMIENTO?

Es un proceso que consiste en diseñar, organizar, lanzar y administrar un nuevo negocio ya que implica convertir una idea en una innovación y para lograrlo se utilizan habilidades como lo es la visión, creatividad, persistencia, trabajar con eficiencia y calidad, estudiar siempre el entorno y saber aprovechar esas oportunidades a nuestro alrededor ya que con esto podemos lograr ganancias económicas o no si no sabemos administrar nuestro negocio.

¿QUÉ SIGNIFICA SER UN EMPRENDEDOR?

Un emprendedor es aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Los empresarios exitosos tienen muchos rasgos en común con los demás: son confiados y optimistas; disciplinados y comienzan por sí mismos.

Ya que el emprendedor debe ser esa persona que no se deja vencer por el primer error si no que aprovecha ese error para fortalecerse y corregirlo y volver a empezar cuantas veces sea necesario, un emprendedor es aquella persona que no tiene miedo de correr riesgos aquella que se compromete con su negocio y con su equipo de trabajo y sabe liderar y además de esos es aquella persona que tiene una buena comunicación y siempre se esta proponiendo metas y así poder buscar los resultados que quiere.

¿PASOS NECESARIOS PARA SER UN EMPRENDEDOR?

Muchos creen que emprender es cosa fácil y subestiman la actividad, pero hay que tomar en cuenta que, aunque “El emprendimiento es para todos, no todos somos para el emprendimiento”. ¿De qué depende? Existen factores políticos, sociales, económicos y por supuesto, personales.

Por eso muestro 10 pasos para poder ser un emprendedor:

1. Define las razones. Debemos identifica realmente lo que te mueve a emprender, cual es la razón de emprender un negocio, que queremos hacer.

2. Evalúa-te. Hay que tener cuenta si tienes lo necesario o estás dispuesto a aprenderlo, de no ser así, sigue tu camino por otro lado

3. Selecciona una idea. Todo lo que tu mente puede creer, puede hacerlo; por más loca que parezca, es cuestión de enfoque y perseverancia

4. Define un modelo de negocio. Plantea ¿cuál será tu producto o servicio?, ¿cuál es tu mercado objetivo? y ¿qué te hace diferente de otros?

5. Elabora un plan de negocios. Este será el documento donde describe a tu empresa, las estrategias de mercado, objetivos, inversión, rentabilidad, etcétera

6. Forma tu equipo de trabajo. Los grandes emprendedores se rodean de gente más sabía que ellos, selecciona personas con tu misma pasión

7. Busca financiamiento. Si es posible obtén apoyo económico de alguna persona o instituciones para empezar a poner en marcha el negocio.

8. Pon manos a la obra. Jamás va a existir el proyecto perfecto hasta que se experimente en la práctica, lánzate y aprende de ensayo-error

9. Difunde y promueve. Hazle saber a todos lo que ofreces, aprovecha la tecnología y no olvides la recomendación de boca en boca, ni tu página web

10. Aprende y especialízate. Conoce a tus clientes, proveedores; costos reales, tiempos de ejecución, etcétera, y pule cada vez más tu negocio

ya que cuando empieces a ver resultados no te estanques en ellos, busca la manera de avanzar y lograr nuevos objetivos.

¿QUÉ PAPEL JUEGA EL ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO EN EL EMPRENDIMIENTO?

El papel del análisis y diagnóstico del entorno es el mas importante dentro del emprendimiento ya que por medio de este análisis nuestra empresa va a tener una visión mucho más estratégica en la toma de decisiones ya que debemos investigar como este operando el entorno competitivo, como es la relación con sus proveedores, sus clientes y cuales son las amenazan que se presentan alrededor. Para poder realizar este análisis lo podemos hacer con la matriz DOFA donde veremos cuales son nuestras debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas y debemos diferencias cuales son internas y cuales son externas. Las internas son fortalezas y debilidades ya que debemos saber como esa debilidad la podemos convertir en una fortaleza y estas son todas aquellas cosas que podemos controlar porque están dentro de la empresa y las externas son oportunidades y amenazas al igual que las internas también debemos convertir esas amenazas que tenemos en una oportudidad y son aquellas que estas fuera de la empresa y no podemos controlar.

Una vez hecho el análisis podemos hacer un diagnostico previo donde debemos saber las características del entono como lo son: geografía, etnografía, usos y costumbres, economía, gobierno y legislación, clientes potenciales, competencia, proveedores y por último tecnología.

Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad de Apropiación. 1:

¿EN QUÉ CONSISTE UN ANÁLISIS DE CONTEXTO?

El análisis de contexto es un método para observar el entorno empresarial interno y externo en relación con una empresa o departamento específico. Si bien casi todas las empresas utilizan estos métodos hasta cierto punto, los perseguidores más comunes del análisis de contexto son las empresas que necesitan luchar constantemente para mantenerse competitivas. Estas empresas incluyen compañías que venden artículos de alto costo, como automóviles, o que enfrentan competencia por espacio en las tiendas, como productores de alimentos y bebidas. Uno de los tipos más comunes de análisis de contexto analiza específicamente las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) que enfrenta una empresa para desarrollar un plan de negocios estratégico.

Los procesos involucrados en un análisis de contexto analizan todas las partes del negocio y el mercado para encontrar posibles vías de éxito o fracaso. La mayor parte del análisis analiza a los competidores de la compañía y tanto su lugar como el lugar de la empresa en el mercado. Si los procesos se limitan solo a este aspecto, el análisis se denomina comúnmente análisis ambiental. El análisis de contexto verdadero luego analiza el negocio y encuentra formas de mejorar su posición o ser más competitivo.

Un análisis de contexto puede ser tan profundo y complejo como lo desee la empresa. Hay tantas cosas que el análisis podría abarcar que un estudio exhaustivo nunca terminaría realmente. Como resultado, estos métodos tienden a caer en uno de los tres grupos que definen el alcance general y el resultado final del proceso.

¿QUÉ ES UNA UNIDAD PRODUCTIVA?

Se entiende por unidad productiva una empresa, negocio, asociación, productor o grupo de personas que realizan actividades con ánimo de lucro y que se encuentran inscritas en el Registro Mercantil (o Registro Nacional de Turismo) o en una organización de productores legalmente constituida.

¿QUÉ ES PROYECTO Y TIPOS DE PROYECTOS?

Un proyecto es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para conseguir un objetivo, en un periodo determinado y utilizando unos recursos disponibles. Por eso decimos, que cada proyecto es único, porque dispone de una fecha de inicio y otra de fin. Existen muchos tipos de clasificaciones. Según dificultad, procedencia de capital, contenido de proyecto, organización que participa, según su finalidad.

1. Según su grado de dificultad

Simples: La relación entre sus actividades es básica y no requiere de una planificación u organización detallada. Suele ejecutarse en un equipo de trabajo reducido y no suele contar con demasiados stakeholders o colaboradores externos.

Complejos: La red que relaciona sus actividades es amplia y compleja. Muchas tareas no se pueden ejecutar hasta que otras no estén finalizadas. Para este tipo de proyectos es clave que utilices una aplicación capaz de simplificar todo. Sinnaps, calcula la mejor ruta de trabajo, aprovechando todos los recursos disponibles y en función a esta red compleja de relaciones entre las actividades.

2. Según la procedencia de capital

Públicos: Su financiación es procedente de instituciones gubernamentales.

Privados: Se financian exclusivamente con capital procedente de empresas o iniciativas privadas.

Subvencionados o mixtos: Combinan ambos métodos de financiación.

3. Según el contenido del proyecto

Construcción: Relativos a la construcción de una obra civil o arquitectónica. Usan métodos predictivos, y gracias a la nueva tecnología para la gestión de este tipo de proyectos, ya pueden combinar técnicas predictivas con ágiles. En este enlace encontrarás un artículo escrito por Richard Balet, CEO y fundador de Sinnaps, que explica cómo planificar y gestionar proyectos usando dos métodos que hasta ahora eran opuestos.

Informática: Desarrollo software, sistemas de tecnologías de información, etc. Suelen utilizar técnicas ágiles de gestión. Entre las más populares está la Scrum y Kanban.

Empresarial: Desarrollo de un negocio, gestión de un equipo de trabajo, gestión de costes, etc. Todo proyecto que esté enfocado a la administración de una empresa siguiendo una estrategia comercial.

Producción de productos o servicio: Desarrollo de un producto o servicio innovador, diseño de un nuevo producto, etc. Aquí entraría la diferencia entre proyecto y proceso, por lo que deberíamos tener claro qué es un proyecto. Por eso, suelen usarse en departamento I+D para el diseño y la ejecución de prototipos. Recuerda que un proyecto es único y temporal.

4. Según los involucrados en la organización

Por departamento: Está involucrado un departamento o área de la empresa.

Interno: Participan en el desarrollo del proyecto toda una empresa.

Matricial: Combinación de departamentos, para los que cada uno tiene una tarea y objetivo específico. El trabajo es más especializado y suele haber un Dirección de funciones.

Subcontratado o externo: La empresa contrata a una consultora externa o un Interim Manager para la ejecución de un proyecto determinado. Por ejemplo, en transformaciones digitales, mejoras de procesos, cambios de estrategias o simplemente transformaciones culturales. Es fundamental que las empresas sean capaces de afrontar estos cambios, dirigidos por especialistas.

5. Según su finalidad

Producción: Orientado a producir un bien o servicio bajo un objetivo determinado.

Sociales: Orientado a mejorar la calidad de vida de las personas.

Educativos: Su finalidad es formar a otras personas.

Comunitarios: Dirigidos también a personas, pero con la diferencia de que los beneficiarios participan en la ejecución de las actividades del proyecto.

De investigación**:** Orientado a experimentar para la innovación y análisis de conocimiento.

FASES DE UN PROYECTO DE INNOVACIÓN.

1. Identificación y Delimitación del problema

En esta fase se plasma en un documento una breve descripción de su situación, sin olvidar mencionar detalladamente algunas características de tu realidad.

2. Recolección, búsqueda y análisis de la información

El propósito de esta fase es que desarrolles la capacidad de búsqueda y análisis de conocimientos propios de campo para una mejor comprensión de la situación en que participaría.

3. Análisis de propuestas anteriores

en esta fase se analizan detalladamente otras formas en que se han solucionado o satisfecho necesidades, considerando sus aspectos históricos técnicos y científicos.

4. Construcción de la imagen objetivo

formula los propósitos del proyecto para la construcción de los escenarios deseables y para generar la motivación por alcanzarlos.

5. Búsqueda y selección de alternativas

permite tu creatividad la promueve y aplica los diversos saberes al explotar y elegir la más adecuada.

Planeación: es un proceso mental creativo que permite dar forma a un producto, el cual se plasma el pensamiento de la solución mediante esbozos dibujos bocetos o esquemas trazados en papel o en computadora.

6. Ejecución y reacción de la sociedad en el proyecto

Implementación de las alternativas de solución: puesta en funcionamiento de la alternativa de solución.

Ejecución de la alternativa seleccionada: en esta fase después de haber terminado el proceso técnico, se pone a prueba el producto tecnológico para comprobar su funcionamiento.

Evaluación: valoración del logro de los propósitos planteados y de los requerimientos establecidos.

Comunicación: la fase final consiste en comunicar los resultados del proyecto en un documento

PROCESO ADMINISTRATIVO EN UN PROYECTO DE ECOMMERCE.

- PROCESO DE PRODUCCIÓN/COMPRA

Es el que define el primer ciclo de tu tienda: preparar el producto que vas a comercializar. Las acciones deben ir encaminadas a seleccionar bien los proveedores y optimizar los costes y el stock para aumentar el margen de venta.

OPERACIONES

Proceso de compra

Selección de proveedores: principales y de respaldo.

Negociar precios y descuentos.

Definir el stock mínimo para cada producto.

Realizar pedidos y controlar los plazos de entrega y la calidad de la mercancía recibida.

PROCESO DE FABRICACIÓN

Preparar diseños, planos o maquetas.

Comprar las materias primas.

Establecer el tiempo necesario de fabricación de cada producto.

Organizar horarios, turnos, máquinas y herramientas.

Tienda de servicios

Preparación del servicio online: cursos, ebooks, aplicaciones, asesoría, etc.

- GESTIÓN DIRECTA DE LA TIENDA

Se trata de mantener actualizada la plataforma de venta, generar contenido atractivo y desarrollar las estrategias de marketing:

OPERACIONES

Gestión de la tienda

Preparar fotografías y descripciones y subirlas a la web.

Crear contenido útil y evaluar el interés del público.

Control de los pedidos confirmados y su envío al departamento de logística.

ESTRATEGIA DE MARKETING

Evaluación de KPIs, conversiones, SEO, SEM, SOCIAL y otros parámetros.

Es recomendable contar con una buena agencia de marketing para mejorar los resultados.

- LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

Este apartado es clave para el éxito de un comercio online. Planificar bien la operativa en este sentido es fundamental para lograr la plena satisfacción del cliente y su fidelidad, y por extensión, para la rentabilidad de la tienda.

OPERACIONES

Responsable logística

Definición de stocks mínimos y máximos (en colaboración con departamento de compras).

Adquisición del material de embalaje y otros para la sección.

Evaluar y contratar transportistas y negociar precios.

Diseñar las rutas para cada agencia según tamaño del envío, zona, plazo de entrega…

Revisar que la compañía de transporte cumple los plazos y las premisas de atención al cliente.

TRABAJO DE ALMACÉN

Limpieza del almacén, revisión de inventario y control de stocks.

Tramitación de los pedidos recibidos: embalaje, impresión de las etiquetas y preparación de la documentación (factura, garantía, certificado calidad.)

- ATENCIÓN AL CLIENTE

Cada venta es la antesala de la siguiente. Para fidelizar a un cliente hay que ofrecer un canal de atención ágil y eficaz. Las acciones deben permitir obtener un feedback ágil, solucionar problemas y trabajar en una comunicación personal y efectiva.

OPERACIONES

Servicio postventa

Agradecer la compra (detalles creativos).

Preparar fórmulas amables para obtener la opinión del cliente tras cada compra.

Habilitar y atender los distintos canales de comunicación: teléfono, email, redes sociales….

Solucionar con agilidad y empatía cualquier problema, queja o posible devolución.

- GESTIÓN ADMINISTRATIVA

No hay que olvidar las obligaciones legales, administrativas y todo lo relativo a la preparación y el pago de impuestos en un ecommerce. El riesgo de no hacerlo bien es serio:

OPERACIONES

Administración

Facturación y archivo.

Preparación y pago de impuestos.

Registro Contable. Libros de registro y trámites mercantiles.

Gestión financiera: presupuestos, cobros y pagos, tesorería, conciliación bancaria, etc.

Recursos Humanos: contratos, nóminas y cotizaciones sociales.

Funciones del responsable LOPD (protección de datos), riesgos labores, etc.

Actividad de Apropiación No. 2:

¿QUÉ ES LA MATRIZ DOFA?

El DOFA es un análisis para realizar una evaluación de tu empresa, proyecto, institución o simplemente de tu vida con el objetivo de crear estrategias de crecimiento y así mismo detectar debilidades y amenazas. Es una herramienta de estudio que consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización. Es una herramienta sencilla que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

¿PARA QUÉ SIRVE APLICAR LA MATRIZ DOFA?

La Matriz DOFA es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de una persona u empresa. Esta permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazadas del mercado, así como también de la empresa.

La importancia de la Matriz DOFA en una empresa, se concentra en el proceso, ya que permite buscar y analizar de forma proactiva y sistemática todas las variables que intervienen en el negocio con el fin de tener más información para la toma de decisiones.

ANÁLISIS DE VARIABLES SEGÚN LA MATRIZ DOFA

Este análisis DOFA permite elaborar una matriz que identifica unos factores internos y externos que intervienen en el desempeño de una empresa. Las variables internas son fortalezas y debilidades, las externas son oportunidades y amenazas. A continuación, te explicamos en qué consiste cada una de las variables.

Fortaleza: reúne elementos positivos de la organización, es decir, son esas capacidades o recursos especiales que la hacen fuerte ante otras empresas.

Debilidades: se trata de factores negativos que tiene la empresa y generan una posición no favorable comparada con otras organizaciones. Se asocia con el faltante de recursos, con las habilidades no desarrolladas y con la falta de planeación, entre otras.

Oportunidades: son factores positivos que resultan favorables y que al momento de ser identificados por la empresa pueden ser aprovechados. Un ejemplo de este factor es la exploración de nuevos mercados o la posibilidad de exportación.

Amenazas: son situaciones generadas en el entorno que ponen en riesgo a las organizaciones. Un ejemplo de este factor es el ingreso de nuevos competidores al mercado, productos importados y cambios de la oferta y demanda. (Vásquez, 2016)

Para entender mejor el tema de las variables es importante que conozcas sus diferencias. Así, podrás realizar un mejor análisis DOFA para tu empresa.

Las fortalezas y debilidades son factores que están bajo el control de la organización. Aspectos como el servicio al cliente, las características del producto y la planeación son un ejemplo de ello.

Las oportunidades y amenazas se generan de variables que no depende de la organización, por ejemplo, factores competitivos y económicos. Sin embargo, los encargados de la organización deben tener la capacidad de enfrentar estas condiciones sin que haya problemas internos.