



UNIDAD 2

NATURALEZA DEL PROYECTO

Introducción

En la Unidad anterior tuvimos la oportunidad de identificar las características de un emprendedor, de explorar algunas fuentes de información y recursos de uso común para los empresarios-emprendedores. En este momento, contamos con elementos para poder justificar una idea de negocio. Hay que recordar que aquí se contempla al Emprendedor como aquella persona inquieta, innovadora, dispuesta a arriesgar con el fin de alcanzar una independencia de acción y decisión, para su desarrollo y el de la comunidad.

En esta segunda Unidad se proporcionarán algunos lineamientos para realizar una cuidadosa selección del producto o servicio a ofrecer. Recordemos que este proyecto puede convertirse en un negocio real que forme parte de un proyecto de vida para los próximos años.

Puesto que el proyecto de desarrollo emprendedor estará orientado a la creación de una microempresa, enunciaremos los principios sobre los cuales debe establecerse toda negociación, principios que aunque subjetivos, representan la esencia misma de toda sociedad mercantil. El contenido se tratará de una manera directa y comprensible, en un lenguaje sencillo y sin descuidar, por supuesto, los fundamentos teóricos de la elaboración de un plan de negocios.

.: Objetivo

Elaborar un análisis de factibilidad para decidir el producto o servicio sobre el cual se diseñará el proyecto de plan de negocio y definir los principios generales de la empresa a crear.

.: Temas

- 2.1. Las primeras decisiones
- 2.2. Determinación del producto o servicio
- 2.3. Análisis de la industria o sector
- 2.4. Principios generales de la empresa

.: 2.1. Las primeras decisiones

Es pertinente que la empresa en la cual estemos pensando, se relacione con nuestra preparación, ocupación y/o experiencia para así desarrollarnos en el área que hemos escogido.



Sin embargo se nos puede presentar la opción de participar como socio en un negocio que nada tenga que ver con nuestra actividad o preparación, por ejemplo en el proyecto para la creación de una empresa de calzado cuando nuestra profesión es la de Ingeniería en Sistemas. El emprendedor no le teme a los retos, además pudiera ser una buena oportunidad la que se presenta, sólo que hay que ponderar cierta congruencia a los hechos, por lo que conviene hacernos algunos cuestionamientos:

- ♦ ¿Podré de alguna forma aplicar mi experiencia y conocimientos en el proyecto que se me propone?
- ♦ ¿Valdría más la pena que dedicara el tiempo, esfuerzo y dinero a una empresa dentro de mi ramo?



Ahora bien, si tenemos alguna noción y si la oportunidad que se nos presenta es muy atractiva y no conocemos profundamente del negocio, podemos contemplar una alternativa: *buscar apoyos*. Tales apoyos podrían ser que pudiésemos asesorarnos de personas conocidas y expertas en el área, amistades que conozcan el mercado y nos pudieran orientar, acudir a bibliografía, Internet, revistas especializadas, tomar cursos o conferencias, etcétera. Para asesorarse con personas conocidas y expertas en el área, acudir a ferias, exposiciones y eventos organizados por cámaras empresariales y comerciales a donde acuden productores y compradores de bienes y servicios especializados.



Preguntar a amistades que conozcan el mercado y pudieran orientarnos; de igual manera es conveniente observar a la gente alrededor nuestro, qué productos o servicios necesita, cómo decide la compra de un bien, qué consume con mayor frecuencia y por qué.

.: Los motivos

Con respecto a las interrogantes a responder antes de emprender un negocio, y que fueron señaladas en la primera Unidad, reflexionemos:

Primero: ¿Por qué voy a crear una empresa? Segundo: ¿Cuándo es el momento oportuno? ¿Sobre qué planearé mi empresa?

La respuesta no es sencilla, sobre todo cuando a nuestro alrededor tenemos un sinfín de influencias negativas, dispuestas a tratar de desmotivarnos. Sin embargo, para todo hay respuestas, basta que nos detengamos a pensar objetivamente. De tal suerte que, para la primera pregunta, la respuesta podría ser:

Respuesta No.1: Porque deseo ser independiente, porque no quiero trabajar más tiempo para otros, porque no nací para estar dependiendo de los caprichos, imposiciones o presiones de terceros y finalmente porque tengo deseos de ser alguien por mí mismo, sin tener que esperar a que otros decidan brindarme alguna oportunidad. Y por último, porque yo así lo he decidido.

Respuesta No.2: Para la segunda pregunta, esperar a que llegue ese “momento oportuno”, probablemente nunca llegue y se corre el riesgo de esperar toda la vida.

El momento oportuno es hoy mismo. No tiene caso seguir esperando.

Cada emprendedor decide cuál es el mejor momento. Esperar a que las circunstancias se acomoden, es tanto como dejar que otros decidan el destino, o tal vez la suerte, pero el verdadero emprendedor no cree en ella.

El emprendedor decide su destino. Tiene la capacidad suficiente para planear su vida, y trabaja para lograr lo que haya planeado. *Cada día actúa como emprendedor de su propio futuro.*

Respuesta No.3: Sobre el qué, será mejor que antes de tomar una decisión, hagamos un análisis más profundo y no dejarnos guiar sobre lo que creo o porque simplemente “me late”.

Acuda a la “Actividad 2.1” Factores importantes..

.: 2.2. Determinación del producto o servicio

El desarrollo de los temas en las Unidades siguientes, se hará en base a la creación de una empresa *mercantil* tipo “micro”, analizando paralelamente un caso práctico de una empresa armadora de computadoras, misma que está relacionada con la profesión, experiencia e interés de los socios que la integran (los personajes del propio caso)

Aunque se trate de una microempresa, desde un principio se establecerán las bases para su crecimiento y desarrollo en el mercado. Las microempresas resultan una alternativa válida como respuesta a un mercado laboral en dificultades, en el que están ocurriendo muchos despidos.

Sin embargo no hay una limitante en cuanto al tamaño del proyecto, ya que también es válido tener en mente un negocio que, por sus propias características, requiera más de diez empleados. La diferencia estará únicamente en la extensión y el monto de la inversión.

La metodología revisada en la unidad anterior, no se enfoca en particular a un tipo definido de empresa. Sin embargo trabajaremos en base a un proyecto de empresa de *manufactura*, en virtud de ser el tipo de proyecto más completo, pues conceptualiza la mayoría de los “departamentos” de una estructura organizacional. De tal suerte que si como emprendedores, optamos por un negocio de servicios o comercial, bastará adecuar los principios tratados durante el avance del trabajo, eliminando los no operantes.



Empezar un negocio, un nuevo proyecto, resulta atractivo. No obstante debemos tener en cuenta que será necesario poner en acción nuestras aptitudes personales, aplicando el poco o mucho conocimiento que tenemos del mercado al que habremos de incursionar. Recordemos que vivimos tiempos de *globalización* donde la competencia es aún más férrea, y habrá que enfrentar tanto a competidores nacionales como extranjeros.

Antes de pensar en crear una empresa, debemos decidir qué tipo de negocio se desea, a fin de poder tener una primera clasificación, esto es; su giro. Puede ser Industrial, de Servicios, o puramente comercial. Tal decisión estará en función de nuestros deseos, gustos, profesión, conocimientos y experiencia.



Industrial: Este calificativo designa las empresas que transforman las primeras materias hasta hacerlas aptas para satisfacer las necesidades del hombre, creando un producto terminado con una utilidad definida. Este tipo de industrias son conocidas como industrias de manufactura.

Servicios: Este calificativo se aplica a las empresas destinadas a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada: ~ *telefónico*; ~ *de inteligencia*, ~ *de Seguros*, ~ *Legal*, ~ *de Contabilidad*, ~ *de Asesoría*, *de reparación*, *de alimentos*, etc.



.: La gran idea

Como se ha mencionado, el desarrollo de una empresa puede formar parte de un proyecto de vida o cumplir con ciertas expectativas personales que podrían cambiar el rumbo de los futuros años.

Ser dueños de nuestra propia empresa, es tener en cuenta en todo momento que debe nacer con una idea bien analizada, planeada y estructurada. Por tanto iniciemos con:

.: Paso 1: Lluvia de ideas

Recomendamos primero llevar a cabo una *lluvia de ideas*, esto es, hacer un listado de todo lo que se nos ocurra, de los negocios que quisiéramos tener, de lo que nos recomienden, y si vamos a tener socios, incluir también lo que se les ocurra a ellos.

Existen numerosos recursos si se trata de obtener ideas para crear una empresa con nuevo producto o mejorar lo existente. Además de revistas, libros, Internet o el periódico, sugerimos: preguntar qué se les ocurre a los amigos del círculo donde nos movemos, los compañeros de la empresa donde laboramos, e incluso a nuestros familiares. Mientras más grande sea la lista, más oportunidad tendremos de encontrar algo apropiado.

De todas las ideas que tenga enlistadas, observemos:

- Productos o servicios que usted desea ofrecer
- Limitaciones en los productos o servicios existentes
- Productos o servicios que conoce: cómo mejorarlos
- Nuevos giros a desarrollar para productos o servicios existentes
- Corregir las deficiencias de servicio de las empresas existentes

Watson establece cuatro categorías para nuestras ideas:

1. Un producto o servicio ya existente en un mercado existente
2. Un nuevo producto o servicio en un mercado existente
3. Un producto o servicio ya existente en un nuevo mercado
4. Un nuevo producto o servicio en un nuevo mercado

Los resultados de la lluvia de ideas pueden clasificarse en cualquiera de estas categorías. Algo que debe tomarse muy en cuenta es, si las ideas surgidas satisfacen necesidades y carencias del mercado o bien resuelven alguna problemática latente.

Esto es en extremo importante ya que nos marcará la pauta para prever el éxito o el fracaso de tales ideas, esto es, la aceptación o el rechazo de nuestros futuros clientes.



.: Paso No. 2 Análisis de Factibilidad

Lo siguiente es elaborar una tabla de análisis para determinar cuál de todas las ideas es más factible de llevarse a cabo, en función de: gusto personal, demanda, competencia, grado de conocimiento del producto o servicio, conocimiento del mercado al cual se pretende penetrar, relaciones que pudieran ayudar a desarrollar el proyecto, posibilidad de créditos, proveedores locales y extranjeros, facilidades para compra de materias primas, monto de la inversión y posibilidades de contar con el dinero requerido.

La tabla de análisis se elabora relacionando los conceptos a calificar, como por ejemplo:

- ◆ Conocimiento del producto o servicio
- ◆ Posibilidades de desplazamiento
- ◆ Competencia
- ◆ Conocimiento del mercado
- ◆ Precio de venta
- ◆ Requerimientos de tecnología
- ◆ Relaciones que se tengan o pudieran tener
- ◆ Facilidad de conseguir los materiales para la fabricación
- ◆ Posibilidades de inversión



Podrían agregarse otros puntos más, como si al producto se le considera un lujo o una necesidad, demanda y tendencias del consumidor, dificultades de fabricación, costo de producción, disponibilidad de personal calificado, costo de la promoción y publicidad, tamaño de las instalaciones requeridas, dificultades del empaque y la distribución. También hay que tomar en cuenta:

- ✓ Hábitos de compra de los clientes potenciales.
- ✓ Normatividad.
- ✓ Estimación del margen de utilidad.
- ✓ Ubicación de la empresa y posibilidades de compra o arrendamiento de local adecuado.
- ✓ Determinar si se fabricará totalmente o se enviará a maquilar algún porcentaje de las partes.
- ✓ Rapidez del servicio.
- ✓ Patentes y licencias.
- ✓ Posibilidades de servicio al producto.
- ✓ Y otras más que consideremos necesarias para evaluar.

.: Paso No. 3 Determinación del producto o servicio

Una vez definidos los puntos a evaluar, se califican y de ahí se determina cuál o cuáles ideas serían las más factibles.

Terminado el análisis a la lluvia de ideas, uno o más productos o servicios van a salir triunfadores, restándonos únicamente tomar la decisión, para lo cual habrá que considerar finalmente lo siguiente:

- Si el producto o servicio ganador nos agrada realmente.
- Qué podemos aportar y en qué estamos mal.
- Si lo que se quiere hacer es factible (apoyándonos en el análisis previo)
- Qué tanta demanda puede tener.
- Qué tanta tecnología se requiere y si se puede obtener o desarrollar.
- Si se requiere contratar personal especializado.
- Si existen posibilidades de desarrollo a largo plazo en el mercado internacional y en cuánto tiempo podría ser.
- Si se pueden, en un momento dado, obtener apoyos en áreas que no son de nuestra competencia, como legal (fiscal, laboral, etc.), de producción, de mercado, o administrativa, para prever o solucionar posibles dificultades que pudieran ocurrir.
- Qué tan posible es realizar estudios de mercado para determinar los riesgos y en su caso poder ofrecer un “valor agregado” para tener una ventaja competitiva.

De este momento en adelante, paralelamente al estudio de los contenidos, usted tendrá la oportunidad de avanzar en el desarrollo de su proyecto de inversión. Paso a paso irá construyendo, apoyados por la teoría, lo que en algún momento se podrá convertir en su Proyecto de Vida.

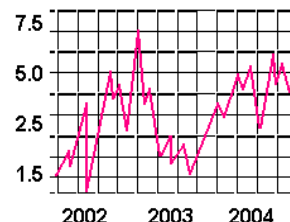
Acuda a la “Actividad 2.2”: Análisis de Factibilidad.
Imprima estas hojas (están en archivo PDF) y siga las instrucciones.



.: 2.3. Análisis de la industria o sector

En este punto del desarrollo del proyecto es preciso averiguar las condiciones actuales de las empresas existentes del sector al cual se aspira pertenecer, así como las condiciones a futuro que se pueden visualizar en función del desarrollo que tal sector haya experimentado en los últimos años.

Como un ejemplo, una empresa cuyo producto está dentro del sector de la industria de la computación, revisará las estadísticas en *INEGI* (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) y Cámara Nacional de la Industria Electrónica, Telecomunicaciones e Informática (CANIETI), esto con el fin de obtener información acerca de la demanda del producto o servicio y del comportamiento del mercado, y así determinar qué proyección se puede calcular para los próximos años.



También hay que tratar de ubicar los principales riesgos y oportunidades que se pueden presentar tomando en cuenta las características del medio, la situación económica actual y los pronósticos a futuro y su posición en el ambiente global.

Las cámaras industriales y comerciales son agrupaciones que afilian empresas con el fin apoyarlas en aspectos legales, de desarrollo y de comunicación. Normalmente las empresas se agrupan por giro o actividad.



Si se planea iniciar una empresa de manufactura, se puede consultar un listado de cámaras industriales en la siguiente dirección: www.concamin.org.mx Este es el portal de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. En el menú de su página principal coloque el cursor en el menú "La Confederación", y y después de clic en la opción "Cámaras y Asociaciones" del submenú; con esto se despliega una lista de todas las cámaras con datos generales y su dirección electrónica para poder ser consultadas.

En cambio, si lo que interesa es una empresa de servicios o comercial, hay que buscar información en la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Servicios y Turismo, en la dirección: www.concanacored.com En ella hay que consultar el menú "Ligas de Interés" y elegir la opción "Cámaras"; con esto se despliega una lista de las cámaras de comercio de diferentes ciudades del país.



El análisis de la industria o servicio en el que se desea participar es relevante porque ayuda a distinguir riesgos y oportunidades, identificar otros negocios o productos en los que no se había pensado inicialmente y brinda un panorama del volumen de consumo del producto que interesa.

Realice la Actividad 2.3 y analice datos estadísticos para su proyecto..

.: 2.4. Principios generales de la empresa

Los Principios generales de las empresas, son lineamientos generales o normas que deben ser cumplidos por parte de los directivos, y que condicionan la permanencia y el desarrollo del negocio en el mercado, toda vez que éste, el mercado, formado por los clientes, se ha tornado selectivo y exigente y la competencia cada día más implacable. Es por estas razones que la empresa debe justificar su existencia y quedar obligada a nacer con ciertas normas de calidad de servicio.

Estos lineamientos, conocidos como *Principios*, antes de plantearlos en forma definitiva, podrán esbozarse para tener una noción de lo que podrían circunscribir, toda vez que la empresa aún no se define. Una vez que esto suceda, se podrán precisar por completo. Tales Principios son:



Justificación

Una vez seleccionada la idea de fabricar un producto o de ofrecer un servicio, deberá justificarse la importancia que esto representa para la sociedad, especificando la necesidad o carencia que va a satisfacer o en su defecto, el problema latente que va a resolver.



En la Justificación considerar además de las necesidades, los gustos y tendencias de la gente. Las condiciones económicas, sociales y de mercado, esto es, qué tanta aceptación pueda llegar a tener nuestra oferta y hasta dónde el mercado está siendo satisfecho con las empresas existentes, no sin olvidar el elemento importación, y por qué no, las empresas ilegales, mejor conocidas como piratas que al final de cuentas también son competencia. **Ver Caso Práctico 2.**



Visión.

Todo desarrollo para la creación de una empresa, da comienzo con la visualización de dos elementos muy importantes, uno de corte cualitativo y el otro cuantitativo. En el primero, está implícita una Visión de empresa, esto es, qué se persigue a largo plazo bajo una conceptualización de lo que se es y lo que se desea ser. En otras palabras, cómo visualizamos nuestro negocio en el futuro. Develando la Visión que es en sí un elemento subjetivo, puede definirse la Misión de la futura compañía, esto es, su razón de ser, el propósito o motivo de su existencia. **Ver Caso Práctico 2.**



Misión y Propósito

En función de la forma en que la empresa se pretende constituir, su propia esencia y la relación que tendrá con su contexto social, procedemos a enunciar una Misión y un Propósito. Este último está determinado con el hecho de pretender ser una empresa con fines de lucro, de ayuda social, o bien religiosa.

La Misión, que siempre se enfoca hacia el cliente, define la calidad de empresa que se desea y cómo satisface las necesidades y exigencias de su mercado. Esta Misión deberá estar ligada con el enunciado de Valores.

La Misión debe responder a:

1. Qué necesidad satisface o qué problema resuelve.
2. Cómo pretende cubrir esa necesidad o cómo resolver tal problemática en caso de existir.
3. A qué clientes pretende atender, con qué calidad de producto o servicio y con qué nivel de atención.

Un enunciado confuso de la Misión, es señal inequívoca de que la compañía no sabe a dónde va ni a quién ha de servir. **Ver Caso Práctico 2.**



Filosofía y Valores

De una manera más subjetiva todavía, se puede enunciar una Filosofía, la cual se refiere al espíritu que existirá y la adopción de Valores tanto para sus políticas internas (con su personal), como externas (hacia su mercado) **Ver Caso Práctico 2.**

Ejemplo de Filosofía: Desarrollar el concepto de Calidad Total y fomentar una vocación de servicio tanto internamente, como hacia nuestro mercado. Trabajar con un sentido de Honestidad, Responsabilidad y Compromiso con los Valores de la empresa.

Ejemplo de Valores: Se trabajará con Veracidad, Honradez, Honorabilidad, Servicio, Atención y apoyo al personal y a nuestros clientes.



Objetivos

Por último, como elementos cuantitativos se deciden los Objetivos, mismos que serán totalmente cuantificables, es decir, a qué es a lo que se pretende llegar que se pueda medir y comprobar con el tiempo. En el enunciado del o los objetivos, deberán establecerse los parámetros de medición, para que, llegado el momento, se pueda corroborar si se han cumplido o no.

Normalmente se establece un objetivo general de empresa y de éste surgen los objetivos particulares por departamento. **Ver Caso Práctico 2.**



Metas

Una vez definido un objetivo general, se fijarán las metas, mismas que de seguir las, ayudarán a alcanzarlo. Las metas son como los escalones que nos conducirán al objetivo. De tal suerte que si se establece un objetivo a cinco años, deberán plantearse cinco metas anuales, de las cuales la última será el objetivo mismo.

Tanto objetivos como metas plantearán; qué, cómo, quién y cuándo. Los objetivos pueden ser a corto plazo (6 meses a un año), mediano plazo (1 a 5 años) y largo plazo (mayor a 5 años) **Ver Caso Práctico 2.**

Establecidos estos Principios, jugarán un papel muy importante para la imagen positiva de la empresa, ya que inclinarán las preferencias del consumidor por la marca, producto o servicio de la misma.

- **Otros ejemplos de Principios.**

Analice otros ejemplos de cada uno de estos Principios que se presentan en **Documentación Complementaria** con el nombre **“Principios Generales para las Empresas”**

Ahora acuda a realizar la “Actividad 2.4 y defina los Principios de su Empresa..”



ACTIVIDADES

Actividad 2.1 (Para Industria o Servicios)

Dinámica de comprensión.

Analizar los factores a considerar al momento de emprender un negocio y la forma como pueden desarrollarse nuevas ideas para llevarlo a cabo.

Instrucciones:

1. Acuda al archivo "Diario" del tema: **Diario de un emprendedor** y realice la lectura del texto:
2. Una vez que haya concluido, reflexione acerca de las ideas de negocio, oportunidades y obstáculos que experimentaron los protagonistas de la historia.
3. Por último y tomado como base la lectura realizada, analice las siguientes preguntas y, deduzca sus propias respuestas.
 - a. ¿Cuáles son los motivos personales que me conducen a emprender un negocio?
 - b. ¿Cuáles son los posibles riesgos a enfrentar?
 - c. ¿En qué forma podría prevenirlos?

Actividad 2.2 (Para Industria o Servicios)

A partir de este momento y en forma paralela al estudio de los contenidos, se indicarán los pasos para realizar un Plan de Negocios, tomando como base la serie de documentos titulados **Caso Práctico**. En tales documentos se describe el ejemplo de una empresa ensambladora de computadoras (empresa de manufactura), que es planeada según la metodología seguida en el propio texto, y un restaurante como ejemplo de empresa de servicios.

Observando estos ejemplos, es posible diseñar un proyecto con las bases suficientes para calificarlo como un buen proyecto de inversión, candidato a convertirse en un negocio rentable. Habrá que subrayar que los Casos Prácticos son únicamente ejemplos, por tanto deberán **adaptarse a su idea de negocio**.

Para cubrir todas las posibilidades que se pueden presentar al diseñar un proyecto de empresa, se sugiere no elegir simplemente un negocio de compra-venta, sino un producto de manufactura o de servicios con características tales que requiera instalaciones de algún tipo, por ejemplo un taller de servicio o un laboratorio, un restaurante, la manufactura de velas, de alhajas, pasteles, etc.

Sin embargo, si su idea es crear una empresa que sea servicio puro, como el caso de un despacho contable, un bufete de abogados o consultorio médico, será un proyecto más simplificado, ya que no requieren instalaciones que no sean la propia área de trabajo. Lo mismo ocurrirá si se trata de un negocio comercial, como farmacias, tiendas de abarrotes, papelerías, etc.



Objetivo:

Realizar el análisis de factibilidad de las primeras ideas de empresa, para seleccionar la que será desarrollada como un Plan de Negocios, a partir del análisis de información estadística.

Instrucciones:

Acuda al **Caso Práctico 1** (de Industria o de Servicios, según sea el caso) para revisar su contenido y una vez analizado este ejemplo, lleve a cabo un primer ejercicio de factibilidad de las ideas iniciales de negocio que tenga, atendiendo los pasos siguientes:

- Contextualice el tipo o tipos de negocio que desea emprender, especificando cuáles serían sus apoyos personales; su profesión y experiencia y tipo de relación que tiene con el mercado.
- Como observó en el Caso Práctico, utilice la plantilla: **Análisis de Factibilidad** para escribir en los espacios de la tabla correspondientes, cada una de las ideas de negocio que le interesan o le hayan propuesto. Para hacerlo, **imprima la tabla** en hoja tamaño carta (configúrela para que quede bien impresa).
- Tomando como base la tabla de los conceptos a calificar del Caso Práctico 1, otorgue un valor en las columnas **de la A a la J**. (1, 2 ó 3 según el caso). Anote cuando menos 10 ideas.
- Sume horizontalmente sus evaluaciones para obtener los totales en cada una de las ideas.
- En la tabla de abajo, escriba las tres ideas que resultan como las más viables (las mejor calificadas) y decida entre ellas cuál hará su proyecto (en función de sus preferencias).

Actividad 2.3 (Para Industria y Servicios)

Objetivo: Consultar el INEGI como fuente de información económica para obtener datos estadísticos relevantes del proyecto de empresa a desarrollar.

Instrucciones:

1. Ingrese a la página de INEGI: www.inegi.gob.mx y navegue por este Sitio, por ejemplo siga la ruta:

Ir al Sitio Estadístico
En Temas: Economía
Actividad Económica

Producción, Consumo e Inversión

También en: Sectores Económicos
Manufacturas, Comercios y Otros Servicios.

Sistemas de Consulta, etc.

Busque **Servicio de información económica en línea**. Aquí aparece información estadística de una importante cantidad de empresas. Revise datos relacionados con las opciones siguientes:



Valor de producción de los productos elaborados
Valor de ventas de los productos elaborados

Volumen y valor de producción por producto
Volumen y valor de ventas por producto

2. Busque en cada tabla los resultados de los 3 ó 5 productos o servicios que estableció usted en la Actividad 2.2. Con base en las estadísticas, analice las posibilidades que cada uno de ellos tiene para el desarrollo del negocio que desea emprender.

Aquí aparece una gran cantidad de información tanto de negocios como demográfica y social. En la página principal, podremos navegar para buscar información valiosa para nuestro futuro negocio, como: Información Estadística, información geográfica, información económica, censos y sobre los centros de información.

3. Navegue ahora por las páginas de las cámaras industriales y cámaras de comercio en las siguientes direcciones:

www.concamin.org.mx www.concanacored.com ahora www.concanaco.com.mx

La primera es la Confederación de Cámaras Industriales y la segunda Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicio y Turismo.

En el icono "Cámaras", aparecerán las cámaras de comercio de la República Mexicana. Ya ubicado en la cámara de su localidad, podrá ponerse en contacto con ellos mediante sus "Servicios en Línea" para solicitar la información que requiere, si es que no aparece en el sitio.

4. A partir de la información recabada, seleccione y describa las características del producto o servicio cuyo Plan de Negocio elaborará. Procure justificar al mismo tiempo el porqué de su elección.

Defina y describa su producto o servicio. Procure conservar copia impresa de la actividad para futuras consultas.

Actividad 2.4 (Para Industria o Servicios)

Objetivo: Definir los Principios generales que sustentarán la calidad de la empresa a proyectar.

Instrucciones:

Si no ha revisado los ejemplos de **Principios**, hágalo ahora antes de iniciar la actividad.

1. Después de analizar los Principios en el libro y en el archivo "Principios", lea el **Caso Práctico 2**. Revise la forma como los socios definieron los principios de su futura empresa (industrial o servicios). A partir del análisis realizado, proceda a efectuar cada uno de los siguientes pasos de la actividad.

2. En primer lugar describa brevemente las características de la empresa que ha seleccionado.

3. Después enuncie los principios generales para su empresa.

Justificación, Visión, Misión y Propósito, Filosofía y Valores, Objetivo General a Mediano Plazo, Metas.