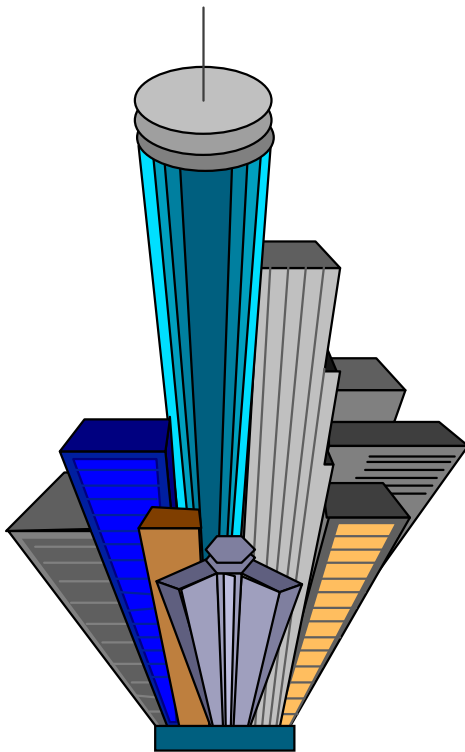


Naturaleza del Proyecto



A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece qué es su negocio.

Naturaleza del Proyecto

1.1 Introducción:

1.1.1 Proceso creativo para determinar el producto y/o servicio.

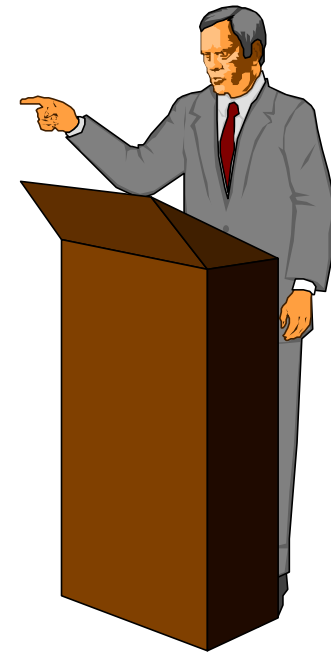
1.1.2 Justificación de la empresa.

1.2 Nombre de la empresa.

1.3 Descripción de la empresa.

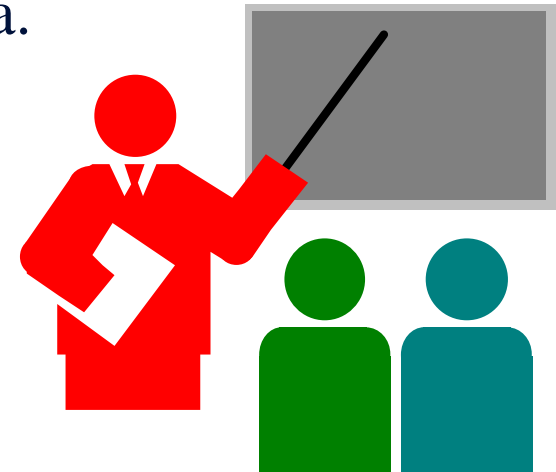
1.4 Misión de la empresa.

1.5 Objetivos de la empresa.



Naturaleza del Proyecto

- 1.6 Ventajas competitivas.
- 1.7 Análisis de la industria.
- 1.8 Productos y/o servicios de la empresa.
- 1.9 Calificaciones para entrar al área.
- 1.10 Apoyos.



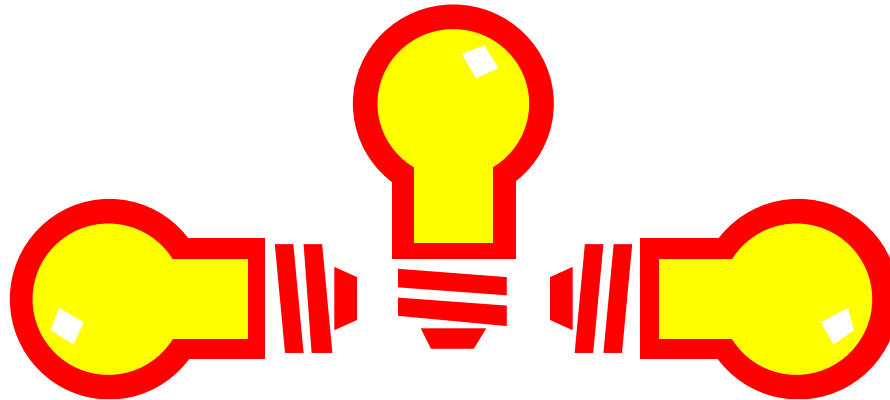
Introducción

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir en forma concisa, la esencia del mismo, es decir, con qué objetivos será creado, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable el desarrollarlo. A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece lo qué es su negocio.



Proceso Creativo

El primer elemento a considerar, para formar una empresa de éxito, está en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.



Justificación de la Empresa

Una vez que la idea ha sido seleccionada, se debe justificar la importancia de la misma, especificando la necesidad o carencia que satisface o el problema concreto que resuelve.



Nombre de la Empresa

- Es la *imagen* de la empresa.
- Debe contener ciertas características:

- Descriptivo.
- Original.
- Atractivo.
- Claro y simple.
- Significativo.
- Agradable.

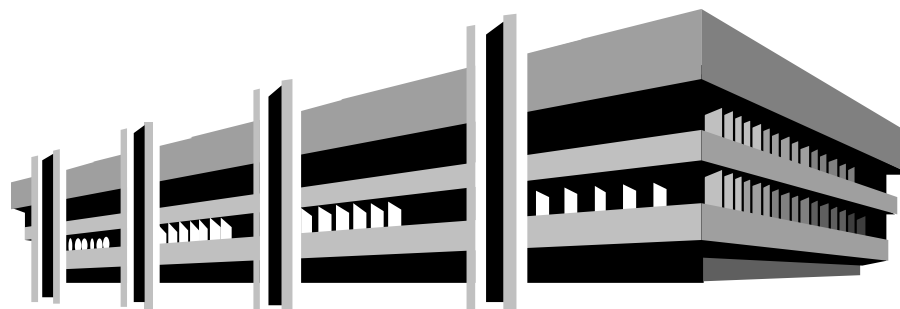


- Se debe seguir el proceso creativo -descrito con anterioridad- y evaluar si las opciones que se obtengan poseen las características señaladas.

Descripción de la Empresa

- Tipos de empresa:

- Comercial



- Servicios

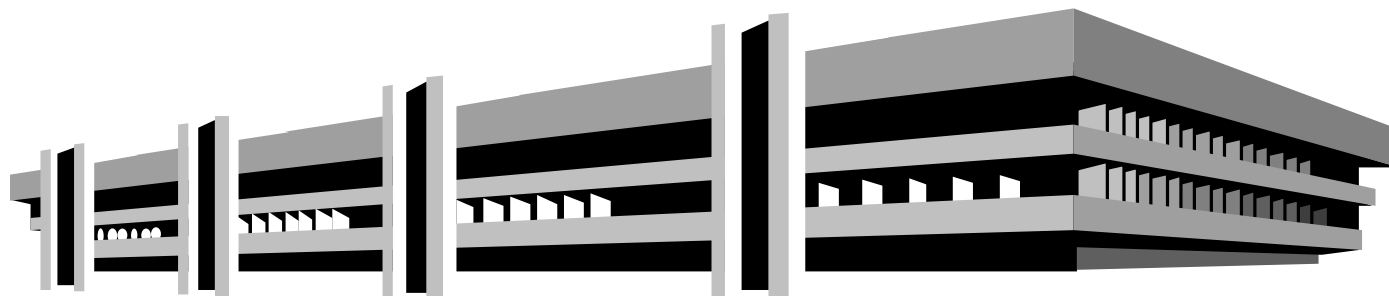
- Educativo
 - Turístico
 - Bancario
 - Otros...

- Industrial

- Restaurantera
 - Del vestido
 - Otras...

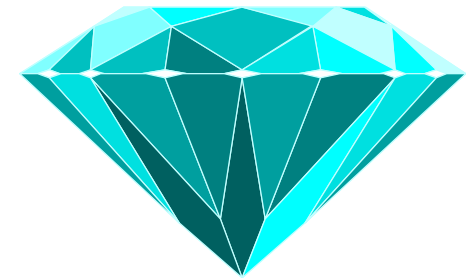
Descripción de la Empresa

- Ubicación de la empresa
 - El *medio ambiente* cercano a la empresa influye directamente en su determinación.
- Tamaño de la empresa
 - Se determina de acuerdo con la clasificación establecida por *organismos de gobierno*.



Misión

- Definición: *LA RAZON DE SER* de la empresa.
- Características que le permiten *TRASCENDER* a la empresa.
 - Orientación al cliente
 - Alta calidad en sus productos y/o servicios
 - Mejoramiento continuo
 - Tecnología de punta
 - Ventajas y/o distingos competitivos



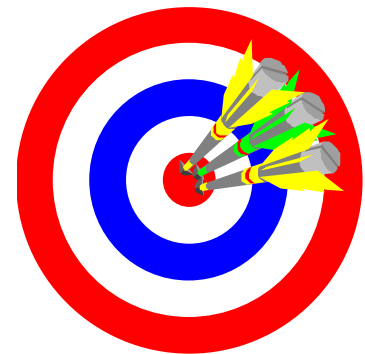
Misión

- Debe reunir ciertos requisitos que le den *validez y funcionalidad*.
 - Amplia.
 - Motivadora.
 - Congruente.
- Debe contestar a 3 preguntas básicas.
 - ¿Qué?
 - ¿Quién?
 - ¿Cómo?
- Debe estar en *constante revisión* para ver si es congruente con el funcionamiento de la empresa.



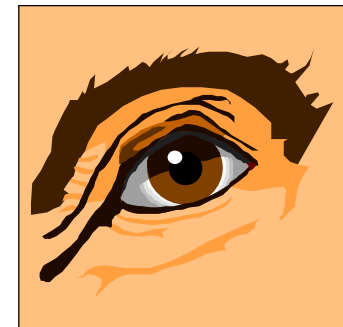
Objetivos

- Puntos intermedios o elementos concretos de la misión:
 - Asignación de recursos (qué)
 - Asignación de responsables (quién)
 - Asignación de actividades (cómo)
 - Asignación de tiempos (cuándo)
- Deben poseer ciertos rasgos o peculiaridades:
 - Alcanzables
 - Proporcionar líneas de acción específicas
 - Medibles
 - Claros y entendibles



Objetivos

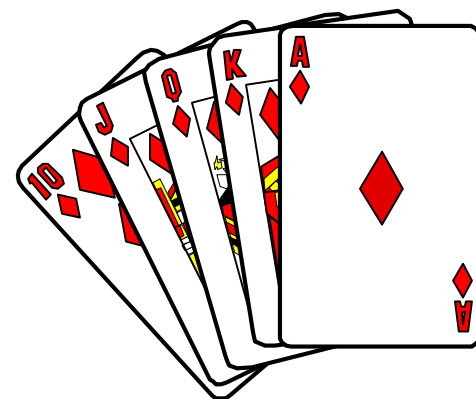
- Se establecen en forma general para la empresa.
 - Cada área funcional debe establecer objetivos específicos.
- Se clasifican de acuerdo con el tiempo en que se pretenden cumplir.
 - Corto plazo (6 meses a 1 año)
 - Mediano plazo (1 a 5 años)
 - Largo plazo (5 a 10 años)



Ventajas Competitivas

Ventajas competitiva son peculiaridades que posee el producto y/o servicio, que lo hace especial, garantizando su aceptación en el mercado, como por ejemplo:

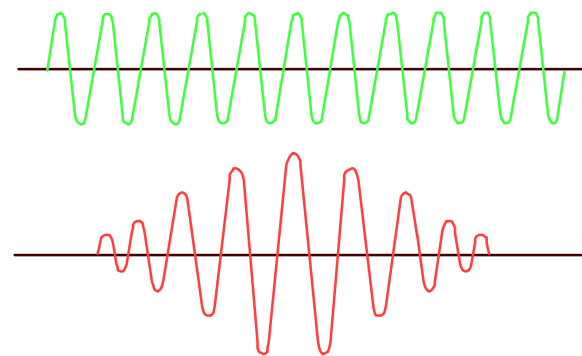
- Nuevo saborizante para dulces
- Sistema innovador de calentamiento automático de bebidas
- Nuevo servicio de comunicación



Ventajas Competitivas

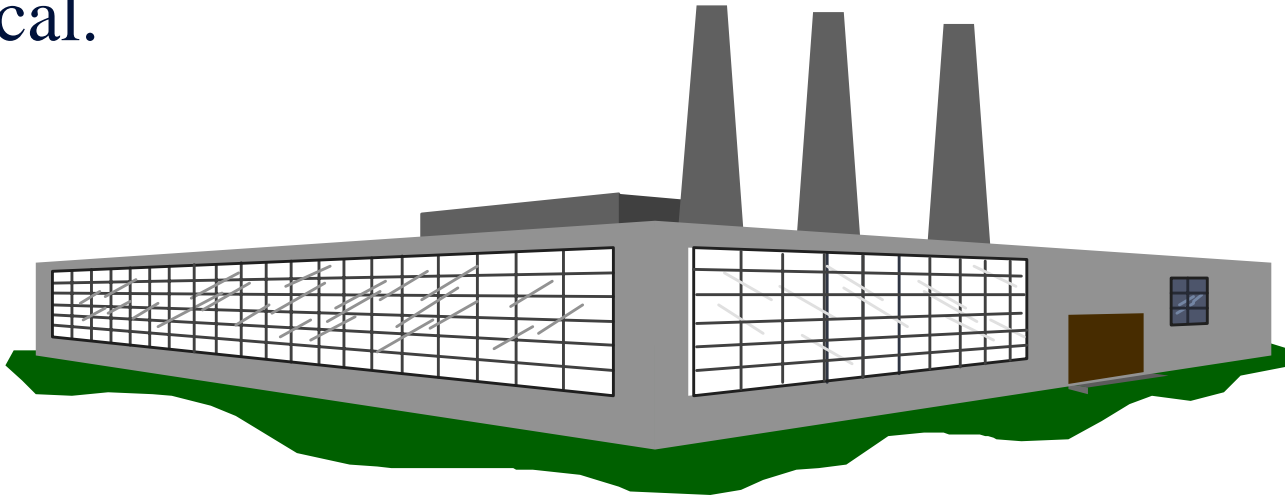
Distingos competitivos son aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos y/o servicios de la empresa que los representa, como por ejemplo:

- Servicio post-venta
- Sistema de distribución
- Garantía



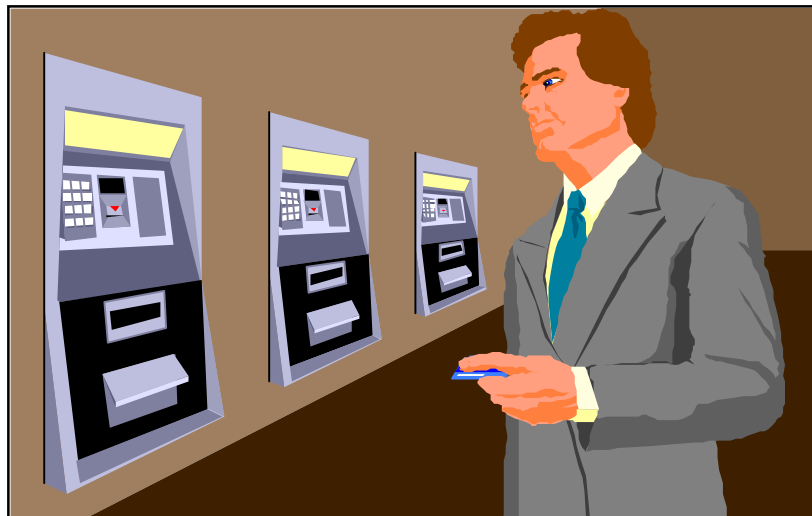
Industria

- Tendencias de Crecimiento.
- Riesgos y oportunidades.
- Importancia que posee a nivel nacional, regional y local.



Productos y/o Servicios

Es muy importante establecer claramente los productos y/o servicios que la empresa ofrecerá al mercado.



Calificaciones para entrar al Area

Es muy importante que antes de iniciar cualquier proyecto, se cuente con la capacitación y experiencia necesarias para visualizar, de una manera real, las ventajas y oportunidades que en la misma se pudieran presentar.



Apoyos

- Toda empresa se ve involucrada con ciertas áreas básicas en las que los emprendedores no necesariamente tienen conocimientos:
 - Legal
 - Producción
 - Mercados
 - Administración



Apoyos

- Tipos de apoyo
 - Fuentes de información
 - Contactos clave
 - Expertos
- Intenciones de los apoyos
 - Desarrollo correcto del Plan de Negocios.
 - Prevención y solución de posibles dificultades que pudieran presentarse.

