

ES1 - TEORIA DE LAS ORGANIZACIONES
Prof. Andrea Suárez Celasco

Fecha de examen: Jueves 29/04/2021

Vocal de mesa: Prof. Cristina Mingotti

El examen consistirá en la defensa del trabajo previamente corregido por la docente.

EXAMEN DE EQUIVALENCIA
4to año

PLAN DE NEGOCIO

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

2. PRODUCTOS Y SERVICIOS

3. PLAN COMERCIAL Y DE COMUNICACIÓN

4. PLAN OPERATIVO

5. PLAN DE PERSONAL: COLABORADORES Y ASOCIADOS

6. ORGANIGRAMA

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Denominación

¿Cuál es el nombre comercial (el de tu negocio) y la marca o marcas de tus productos o servicios?

Aunque el registro de la marca (en el Registro de la Propiedad Industrial) no es obligatorio, puede ser conveniente para proteger la imagen pública de tus productos o de tu negocio. Tenés que elegir un nombre que no exista o que no sea demasiado similar a otro ya registrado.

1.2. Descripción de la actividad

1 ¿Cuál es el sector de actividad y en qué consiste el negocio?

2 ¿Cuál es el propósito último del proyecto?

3 ¿Qué tipo de servicios o productos tienes intención de desarrollar para alcanzarlo?

4 A grandes rasgos, ¿a qué tipo de clientes quieres dirigirte?

5 ¿Qué necesidades esperas satisfacer con tu negocio? (Estas cuestiones se desarrollarán con más profundidad en el Plan Comercial y de Comunicación).

6 ¿Por qué razones consideras que tu negocio tiene posibilidades de éxito?

7 ¿Qué intereses, habilidades, conocimientos o experiencia son necesarias para desarrollarlo?

8 Al emprender este proyecto, ¿cuáles son tus objetivos personales y profesionales a corto, mediano y largo plazo?

1.3. Ubicación geográfica

1 ¿En qué área o zona geográfica se ubicará tu negocio?

2 ¿Es un negocio exclusivamente presencial o también vas a realizar ventas o prestar servicios a través de Internet?

3 ¿Necesitas disponer de un espacio físico o local? ¿De qué características? ¿Requiere algún tipo de permisos o autorizaciones especiales, exigencias de seguridad, etc.?

4 ¿Por qué elegiste esta ubicación? ¿De qué modo puede ser positiva o negativa para el desarrollo de tu idea?

1.4. Promotores

Indicar los nombres de las personas que participarán en el negocio, señalando sus características profesionales y las funciones que desarrollará cada una.

2. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Describí las distintas líneas de productos o servicios que ofrecerá tu negocio con especial atención a los siguientes aspectos:

1 ¿Cuáles son las características técnicas de los productos o el alcance de los servicios?

2 ¿Qué necesidades cubren y qué beneficios se derivan de su utilización?

3 ¿A qué tipos de clientes se dirigen?

4 ¿Cuál es el proceso de fabricación de los productos, o de qué modo se prestarán los servicios?

5 ¿Qué herramientas, equipamiento, materiales, instalaciones o componentes son necesarios para el desarrollo de la actividad?

6 Cuando sea conveniente, incluí fotografías de prototipos, muestras, actividades, etc.

7 ¿Qué ventajas y fortalezas (lo más concretas posible) tienen tus productos o servicios en relación con los de la competencia?

8 ¿Qué características principales te parece importante destacar en tus comunicaciones comerciales, para que tus productos o servicios se diferencien de los demás y sean solicitados por los clientes?

9 Indicar también el rango de precios para cada producto o servicio, así como el costo esperado de producción de cada unidad.

10 ¿Cuáles son los posibles proveedores? Realiza un listado incluyendo nombre, dirección, CUIT

¿Dónde están, qué servicios centrales y complementarios brindan, cuáles serán las formas de pago y los plazos de entrega, etc.?

3. PLAN COMERCIAL Y DE COMUNICACIÓN

3.1. Mercado y clientes

3.2. La competencia

3.3. Canales y formas de distribución

3.4. Promoción y comunicación

3.1. Mercado y clientes

En esta sección se explica la relación entre tu actividad y los distintos grupos de clientes.

Segmentación de tus clientes.

1 ¿A qué grupo o grupos de personas se dirigen tus productos o servicios? ¿Por qué les interesan?

2 ¿Cuáles son las características de cada uno de los grupos (segmentos) de clientes: edad, actividad, nivel económico, formación, intereses, ubicación geográfica, etc.?

Demanda y hábitos de consumo.

3 ¿Qué factores influyen en la mayor o menor demanda de tu producto o servicio?

4 ¿En qué situaciones los consumen o contratan?

5 ¿Qué es lo que más les importa a tus futuros clientes sobre tu producto o servicio (el precio, la proximidad, la confianza, etc.)?

6 ¿Cómo esperas conseguir que los clientes aprecien y elijan tus productos o servicios?

Nicho de mercado.

7 ¿Existe algún grupo específico de clientes o de necesidades que tus productos o servicios pueden solucionar de manera ventajosa?

3.2. La competencia

Identificación de los competidores.

1 ¿Qué otros profesionales o empresas ofrecen productos o servicios similares a los tuyos (competencia directa)?

2 ¿Cuáles ofrecen productos o servicios que no son similares, pero que pueden utilizarse en lugar de los tuyos (competencia indirecta por productos o servicios sustitutivos)?

3 Armar una lista con sus ubicaciones físicas, datos de contacto y páginas web.

Comparación de fortalezas y debilidades.

4 De manera individual (para cada persona o empresa de tu lista de competidores) y conjunta, describí cuáles son a tu juicio las ventajas que tienen sus productos o servicios sobre los tuyos, y cuáles son los puntos débiles que vos tenes pensado resolver mejor. Hacer también una valoración conjunta.

Precios.

5 Señalar los precios a los que ofrece la competencia sus productos o servicios, y compararlos con los tuyos. Armar listado

Reacción esperada.

6 ¿Cómo puede afectar la apertura de tu negocio a la situación de los demás competidores?

7 ¿Qué acciones crees que pueden tomar (copiar ideas, modificar precios, etc.)? Pensar también en el impacto que tiene la publicidad y los canales de información y comunicación.

3.3. Canales y formas de distribución

1 ¿Cómo harás llegar tus productos o servicios a tus clientes?

2 ¿Qué canales de comercialización y venta tienes pensando utilizar?

3 ¿Vas a establecer acuerdos de colaboración con otros profesionales o empresas? Tené en cuenta que los intermediarios y canales que utilizas forman parte de la imagen de tu negocio ante los posibles clientes.

3.4. Promoción y comunicación

No importa la calidad de tus productos o servicios, para que el negocio tenga éxito es necesario que tus clientes objetivo los conozcan y decidan probarlos.

Recordá que las estrategias y acciones utilizadas deben ser diferentes para cada uno de los segmentos de clientes que identificaste en la sección 3.1.

1 ¿Cómo vas a llamar la atención de tus posibles clientes?

2 ¿Qué tenés pensado para conseguir que utilicen tus productos o servicios más de una vez (fidelización)?

- 3 ¿De qué forma utilizarás los precios como herramienta promocional (descuentos, facilidades de pago, etc.)?
- 4 ¿Qué imagen querés que tengan los clientes de tus productos o servicios?
- 5 ¿Cuáles son los mensajes clave que querés transmitir en tus acciones de comunicación?
- 6 ¿Qué acciones pensás desarrollar, y a través de qué canales de comunicación?
- 7 ¿Qué tipo de materiales o elementos promocionales utilizarás: páginas web, catálogos, folletos, redes personales o profesionales, recomendaciones de clientes o expertos, etc.?
- 8 ¿Qué presupuesto dedicarás a acciones promocionales y de comunicación?

4. PLAN OPERATIVO

Explicá el funcionamiento diario del negocio, el entorno en el que se desarrolla la actividad y todos los recursos implicados: personas, procedimientos, materiales y equipamientos, etc.

Producción y distribución.

- 1 En caso de que tu actividad consista en la fabricación de productos, ¿cuáles son los costos y las técnicas de producción?
- 2 ¿Qué tipo de controles de calidad vas a aplicar?
- 3 ¿Cómo funciona el proceso de entrega de los productos, después de recibir la orden de compra?
- 4 ¿Ofrecerás a los clientes algún tipo de servicio post-venta?
- 5 ¿Qué entorno físico se precisa para el desarrollo de la actividad: espacio disponible, tipo de instalaciones, proximidad a infraestructuras de transporte y servicios, disponibilidad y consumo de energía, equipamiento, etc.?

Requerimientos legales.

- 6 ¿Necesitás permisos o autorizaciones para el desarrollo de la actividad?
- 7 ¿Es necesario que los colaboradores tengan algún tipo de acreditación profesional?
- 8 ¿Qué leyes regulan las condiciones para el funcionamiento de tu negocio?
- 9 ¿Qué seguros tenés que contratar?
- 10 ¿Cómo vas a gestionar la propiedad intelectual o industrial derivada de tu actividad, el registro de las marcas y patentes, etc.?

Inventario.

- 11 ¿Tu actividad requiere mantener algún tipo de material almacenado (materias primas, suministros, productos terminados, etc.)?
- 12 ¿Qué sistema utilizarás para el control del inventario?
- 13 ¿Cuál es el tiempo medio de permanencia de los productos en el almacén? La demanda de tu producto, ¿aumenta o disminuye en fechas determinadas? ¿Cómo influye la estacionalidad de las ventas en el manejo del inventario?

Proveedores.

- 14 ¿Quiénes son tus principales proveedores?
- 15 ¿Cuál es su reputación y su historial?
- 16 ¿Qué parte del proceso de producción depende de cada uno de ellos?
- 17 ¿Considerás necesario tener otros proveedores como respaldo, para los aspectos más críticos de la actividad?
- 18 ¿Qué acuerdos sobre precios, cantidades y periodos de pago tenés con tus proveedores?
- 19 Si los precios aumentan, ¿cómo gestionarás los costos de producción?

Cobros.

- 20 ¿Tenés intención de vender a crédito?

- 21 ¿Es habitual en tu tipo de negocio? En caso afirmativo, ¿cómo analizarás la capacidad de pago de los clientes y qué criterios aplicarás para permitir la compra a crédito?
- 22 ¿En qué plazos se realizarán los cobros?
- 23 ¿Cómo vas a incorporar a los precios el costo de vender a crédito?
- 24 ¿Cómo gestionarás las demoras y los impagos?

5. PLAN DE PERSONAL: COLABORADORES/ASOCIADOS

Estructura funcional.

- 1 ¿Cuál es la misión, responsabilidad, tareas y responsabilidades de cada puesto?
- 2 ¿Qué perfiles son necesarios (especialidad profesional, formación, experiencia, etc.)?

Necesidades de personal.

- 3 ¿Cuántos colaboradores y/o asociados son necesarios para el adecuado desarrollo de la actividad? Pensar en el Organigrama...
- 4 Los colaboradores, ¿trabajarán en relación de dependencia o como autónomos o monotributistas?

Reclutamiento.

- 5 ¿Qué canales de reclutamiento tenes intención de utilizar (recomendaciones personales, redes profesionales, bolsas de trabajo, centros formativos, etc.)?

Entrenamiento y capacitación.

- 6 ¿Qué formación específica deben recibir tus colaboradores o asociados y cómo la brindarás?
- 7 ¿Es necesario o conveniente disponer de procedimientos escritos sobre el desarrollo de las diferentes tareas?

Retribuciones y costos de personal.

- 8 ¿Cómo se calcularán los salarios y retribuciones a los colaboradores y asociados?
- 9 ¿De qué forma impactarán estos costos en tu negocio?

Condiciones de trabajo.

- 10 ¿Cuáles serán las condiciones de la colaboración o del desarrollo de la actividad (horarios, lugar de prestación de los servicios, seguros, etc.)?

6. ORGANIGRAMA

Diseñar el Organigrama formal de tu Negocio

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

Teoría de las Organizaciones – Fainstein, Abadi, Baigros. Ed. Aique (en formato pdf)