



**INFORME FINAL**

**CONTRATO DE OBRA: N°5348**

**PRODUCCIÓN REGIONAL EXPORTABLE:  
AGROALIMENTOS**

**ING. OSCAR E. PINNOLA**

**OCTUBRE DE 2004**

**PROGRAMA DE ASISTENCIA  
PARA LA REACTIVACION DE LA  
MICROEMPRESA SALTEÑA**

***“Durante los meses de junio y los primeros de julio, se prosiguió con la capacitación de acuerdo al programa establecido. En el desarrollo del tema Costos, hemos observado que todos los participantes estaban descubriendo un mundo desconocido, lo cual, además de desnudar una falencia empresarial vital, confirmó lo que a través de los Diagnósticos Empresariales y de la experiencia propia ya habíamos descubierto. Esto ha implicado que destinemos más tiempo de lo previsto a profundizar sobre el tema, con aplicaciones prácticas, algunas de las cuales estuvieron relacionadas con los costos propios de los empresarios participantes.”***

Esto que señalé en el **Segundo Informe de Avance**, cuando se comenzó con **Marketing** (material ANEXO 1), se repitió exactamente lo mismo, es decir, se volvió a poner de manifiesto la falencia en el tema, y por ende, en lo que es **“gestión empresarial adecuada a las exigencias actuales”**, lo que implica desplazarse eficaz y eficientemente, por todos los eslabones de la **“rueda operativa”** que caracteriza a cada organización.

Al no ocurrir lo señalado precedentemente las empresas sufren desajustes que, lógicamente, se reflejan en la **“caja”**, es decir, se descapitalizan ignorando las causas que los llevaron a tal situación, esto conduce a que los afectados traten de cubrir el defasaje financiero buscando créditos. De conseguirlos y no cambiar los criterios de gestión, sólo conseguirán agravar su situación.

Todo esto me ha llevado a reflexionar sobre la eficacia de los métodos de capacitación que se utilizan y sus resultados para los receptores, los empresarios.

1. **Charlas:** son efectivas y cumplen su cometido cuando los asistentes desconocen, o conocen primariamente, el tema objeto de la misma. Se han enterado.
2. **Seminarios:** sirven para profundizar los conocimientos sobre temas previamente sabidos. Afianzan conceptos, y sirven para tomar decisiones sobre su utilidad y aplicación.
3. **Cursos:** sugieren un desarrollo más profundo sobre el tema objeto, con la exigencia, o no, de evaluaciones del conocimiento adquirido. Es quizás, la metodología más completa con propósitos de capacitación.

Mi experiencia me ha indicado que cualquiera de estos tipos de metodologías de capacitación, si no son luego aplicadas por los emprendedores, lo que ocurre en la mayoría de los casos, los conocimientos adquiridos se van perdiendo con el tiempo, y las organizaciones siguen su evolución normal de acuerdo a su cultura y rutina, moviéndose sólo por impulsos de cambio, que al estar fuera de un contexto metodológico, también desaparecen con el tiempo.

Lo expresado anteriormente no pretende descalificar esos métodos, ya que cumplen el objetivo para los cuales fueron diseñados.

El problema radica en la no puesta en práctica de lo aprendido por parte de los emprendedores, y esto ocurre debido a que normalmente no conocen como implementarlo, y además cubren sólo aspectos parciales de las actividades de la “**rueda operativa**”, y se termina por poner un “parche” sobre un agujero de mayores dimensiones.

En función de lo expuesto y buscando eficacia en la capacitación, he recurrido a un sistema ya conocido como lo es la “**simulación empresarial**”, metodología que implica la reproducción, en escala reducida, de una empresa entre los asistentes a la capacitación sobre “gestión”, la cual desarrollará realmente actividades, desde su constitución, evolución y liquidación.

Para culminar este ciclo de “Programa Asistencia para la Reactivación de la Microempresa Salteña”, se acordó con la Lic. Graciela Pinal de Cid, emplear el

método de “**Simulación Empresaria**”. Esto se desarrollará a partir de este mes de setiembre de 2004, y el programa del mismo se desarrolla a continuación.

## **PROGRAMA DE CAPACITACION PARA MICROEMPREENDEDORES MEDIANTE SIMULACION EMPRESARIA**

### **INTRODUCCIÓN**

Este Programa de Capacitación tiene por objetivo proporcionar a los potenciales emprendedores, y/o a empresarios ya constituidos, los conceptos básicos para poder entender el ámbito de administración y gestión modernas y competitivas, así como servir de iniciación en el conocimiento de las principales técnicas que se emplean en este campo.

Además de su interés general para la sociedad de nuestro tiempo, esta actividad constituye una base importante de iniciación para los empresarios en la construcción de un itinerario idóneo hacia el estudio de los cambios que se han producido en el ámbito empresario como consecuencia de movimientos nacionales e internacionales que exigen adquirir actitudes y aptitudes diferentes para poder sobrevivir.

Se pretende, en definitiva, introducir al empresario en el conocimiento de los conceptos y técnicas utilizados en la administración y gestión de las organizaciones empresariales proporcionando una enseñanza polivalente que colabore a proporcionar la adquisición de una capacidad de adaptación para afrontar los posibles cambios de trabajo y las innovaciones constantes que se producen en las formas de organización.

### **OBJETIVOS GENERALES Y MÍNIMOS**

Los objetivos generales de esta capacitación son los siguientes:

- Que los emprendedores obtengan una visión práctica de funcionamiento de una organización empresarial, a través de las diferentes áreas que la componen.
- Identificar, utilizar y archivar los distintos documentos que genera el desarrollo de la actividad empresarial.
- Comprender y manejar las técnicas básicas que se utilizan en las diversas áreas o departamentos en que se estructura una empresa.
- Iniciarse en el conocimiento y utilización de nuevas tecnologías aplicadas a las funciones de gestión y administración de empresas.
- Posibilitar el autoaprendizaje del empresario formándolo para que pueda tomar decisiones y actuar adecuadamente incluso en situaciones no habituales.

- Conocer las fuentes donde localizar las normas jurídicas y cualquier tipo de información que afecte a la empresa.

Objetivos mínimos:

- Determinar los diferentes tipos de empresas y sus características.
- En base a un planteamiento práctico, elegir el tipo de empresa más adecuado en función de los objetivos y fines perseguidos.
- Conocer los conceptos contables básicos y resolver un supuesto práctico que refleje el proceso contable elemental desde la apertura hasta el cierre de una empresa durante un ejercicio económico.
- En base a un planteamiento práctico, elaborar la documentación correspondiente a operaciones de compra-venta, realizando los cálculos necesarios.
- Llevar el control de existencias en almacén por el sistemas FIFO
- Conocer y aplicar las fórmulas cálculo de costos y sus implicancias.
- Cumplimentar un contrato laboral del tipo general
- Aprender a resolver problemas en trabajo de equipos.
- Aplicación de los conceptos de Calidad Total y Mejora Continua.
- En un planteamiento práctico, y tomando como referencia un convenio colectivo, elaborar y realizar los cálculos necesarios en una nómina básica de empleados, así como el manejo adecuado de los recursos humanos.

## **MODULO 1**

La faz operativa de la organización: Rueda Operativa de la Empresa: concepto; funciones que la componen: Producción, Comercialización, Finanzas. Su Importancia. Desajustes en la rueda operativa. Ecuaciones de la empresa. Costos: concepto. Clasificación: Costos de producción, de Administración, Comercialización y Financiación. Costos Totales. Costos Directos e indirectos. Costos Fijos y Variables. El punto de equilibrio: concepto, importancia y limitaciones. Elementos que lo componen. Costos de la NO CALIDAD. La cadena de valor: concepto, importancia, Análisis de la cadena de valor.

## **MODULO 2**

Introducción. ¿Qué es Calidad?. ¿De donde venimos? ¿Dónde estamos?. ¿Hacia donde vamos? Calidad y motivación. El difícil cambio cultural. Situación actual de las empresas. Leyes de la resistencia. Soluciones Tecnológicas. Soluciones financieras. Soluciones humanas. Eliminación de bloqueos e incompetencias. Principales elementos en los que se apoya la Calidad Total. Proceso interno-externo de la Gestión de la Calidad. El tránsito hacia la Calidad Total. Mejora Continua.

## **MODULO 3**

Puesta en marcha de un **Emprendimiento Empresarial**. Generación de la idea. Explicación de la **Metodología de Simulación** a utilizar Selección del producto o servicio a brindar. Formas de organización empresarial: elección. Elección del **Nombre de la Sociedad** y la **Marca del Producto**. **Determinación del Capital inicial**.

## **MODULO 4**

Redacción de los Estatutos de la Sociedad. Requisitos legales para su puesta en marcha. "Acta Constitutiva". Elección de las autoridades de la Empresa. Primera Reunión del Directorio e integración del capital. Puesta en venta de acciones de la empresa a inversores externos.

## **MODULO 5**

Organigrama y funciones empresariales. Política empresarial. Misión, Visión y Valores. Formalización.

## **MODULO 6**

Desarrollo de un Plan de Negocios. El Producto y su elaboración. Marketing, su análisis. Finanzas y estados financieros. Escenarios probables. Punto de Equilibrio. Puesta en marcha de los sistemas operativos.

## **MODULO 7**

Sistema de Producción. Puesta a punto del sistema y sus técnicas. Desarrollo de la producción.

## **MODULO 8**

Política de marketing. Precio del producto. Ventas y distribución. Publicidad y promoción.

## **MODULO 9**

Sistema administrativo. Contabilidad. Sistema de información. Circuitos de control. Sueldos y jornales. Recaudación y pagos. Evolución de los estados económicos financieros.

## **MODULO 10**

Evaluación de la experiencia empresarial. Revisión de objetivos y metas. Redacción de un informe final. Pago de dividendos. Liquidación de la empresa.



Del programa anterior se han dictado los dos primeros módulos, los cuales pertenecían al anterior programa que se estaba llevando a cabo, en este sentido, como se expuso precedentemente, el material utilizado se incluye en el ANEXO 1.

Al nuevo programa, no solamente lo empiezan seguir los emprendedores que ya venían haciéndolo con la anterior metodología, sino que se han incorporado varios más, de esta manera los que comenzarán esta experiencia llega a unas 20 personas.

En las primeras reuniones realizadas el 21,22 y 23 de setiembre pasados, se realizó la presentación del nuevo programa y se requirió la opinión sobre el mismo, la cual fue de unánime aceptación y compromiso para llevarlo adelante. Debo destacar que para que se convierta en realidad se necesitará contar con un capital, proporcional al tamaño del emprendimiento seleccionado. Este capital va a provenir del aporte de cada uno de los "accionistas" activos, de la obligación de venta, de un número a determinar, de acciones a personas que apuesten al emprendimiento y por el Gobierno de Salta, que lo hará en carácter de accionista no activo. Al final del ciclo de vida propuesto, al liquidar la empresa se efectuará la devolución del importe de las acciones con los dividendos obtenidos, suponiendo que la empresa será rentable.

**PROVINCIA DE NEUQUEN**

**PROGRAMA DE ASISTENCIA  
PARA LA REACTIVACION DE LA  
MICROEMPRESA DEL MUNICIPIO  
DE VISTA ALEGRE**

**“Convocado por Sra. Directora Gral. de Planificación Regional del COPADE, Ing. Miriam ROBINO, con el propósito de establecer un Programa de Asistencia a los posibles emprendedores, que la Municipalidad de Vista Alegre, a través de su Directora de la Producción Señora Mercedes Rozas, está alentando para la puesta en marcha de diferentes emprendimientos con el objeto de aprovechar las materias primas de origen local, y de esta manera crear nuevas fuentes de trabajo. Durante la primera visita se estableció un diálogo para tratar de elegir la manera y metodología más eficiente para lograr que los nuevos emprendimientos tuvieran un inicio con la capacitación necesaria, para que comprendieran la complejidad del manejo de cualquier tipo actividad productiva y la necesidad de plantearse nuevas actitudes e incorporar nuevas aptitudes.**

**En la mencionada oportunidad se propuso la metodología que se incluye en el ANEXO 3 del presente informe, la cual fue aceptada, y se seleccionó trabajar con la simulación real de una empresa en formación. Para ello se trazó un plan de acción que se detalla más analíticamente, en un Programa tentativo, que también se incluye en el ANEXO 3.**

**Posteriormente, en la última visita, se entrevistó a los 20 potenciales emprendedores, en dicha oportunidad se les comunicó la modalidad del curso, donde ellos iban a tener una participación muy activa, mezclada con capacitación teórica, para poner realmente en marcha un emprendimiento en pequeña escala. La aceptación fue casi unánime, hubo muy pocos (4 o 5) que se abstuvieron de opinar al respecto.**

**Durante el mes de agosto se dará comienzo a las actividades según el Programa propuesto.”**

Lo precedente fue incluido en el Segundo Informe de Avance, posteriormente se iniciaron las actividades con el grupo integrado por 14 personas. Las primeras actividades desarrolladas fueron las siguientes:

1. Selección del producto/s objeto del proyecto empresario.
2. Análisis de los diferentes tipo de organizaciones empresariales (S:H;,S:R.L., S.A.)

3. Con el propósito de que aprendan a jugar al máximo nivel empresarial se formará una Sociedad Anónima. Por tanto, han realizado la búsqueda de todos los requisitos necesarios para su constitución.
4. Elección del nombre de la S.A.
5. Elección del nombre de el/los producto/s.
6. Elección de las autoridades de la S.A.
7. División de tareas y obligaciones, organigrama.

Todas estas actividades ya fueron realizadas, parte de la documentación utilizada se incluye en el ANEXO 2.

**PROVINCIA DE LA PAMPA**

**“Por iniciativa del Ente Provincial del Río Colorado se solicitó al CFI la asistencia técnica para la evaluación de una Planta Piloto para la elaboración de conservas alimenticias ubicada en el Centro Educativo Polivalente situado en la localidad de 25 de Mayo de la Provincia de La Pampa.**

**La visita se realizó a mediados del mes de abril, y el informe de la evaluación se incluyó en el ANEXO 3 del anterior Informe Parcial.**

**Posteriormente, y por solicitud del EPRC, se cambió la orientación de la asistencia a brindar y enmarcarla dentro del Programa Más Fruta y del Programa Más Hortalizas, los cuales apoyan la formación de núcleos de micro emprendimientos, con el propósito de que éstos últimos comiencen su actividad con una capacitación se planificó una asistencia que responderá a los parámetros que se pueden analizar en el borrador de Programa puesto a consideración de las autoridades de EPRC, y que se incluye en el ANEXO 2 del presente informe.**

**Una vez aprobado se pondrá a consideración del CFI para su aprobación y puesta en marcha.”**

Lo anterior fue incluido en el Segundo Informe Parcial, desde ese momento hasta el presente no he tenido respuesta al respecto. Requeridos acerca de la continuidad o no del proyecto, el Gerente de Producción del EPRC, Dr. Gustavo Gil, me respondió que en su programación el comienzo del mismo está previsto para el mes de noviembre, motivo por lo cual todavía no he recibido una respuesta sobre la propuesta sugerida, lo que se producirá a la brevedad.

# **CONCLUSIONES PARCIALES**



Las conclusiones son parciales en función de que los trabajos están en desarrollo, si bien en el caso de los micros emprendedores de Salta ha transcurrido un tiempo suficiente de capacitación, el cambio de metodología actual hace que nos encontremos nuevamente en condiciones prácticamente iniciales, no obstante ello puedo destacar las siguientes apreciaciones generales:

1. Tanto en Salta como en Neuquén, el compromiso e interés de los integrantes de ambos grupos es de destacar por el entusiasmo y presentismo demostrados.
2. Estoy comprobando que la nueva metodología ha influido notablemente en lo señalado en el punto anterior.
3. Se reafirma lo destacado en el Programa de Fortalecimiento de las PyMES que se llevó a cabo en años próximos pasados por el CFI, y en los cuales entre las principales deficiencias de los empresarios se encontraba la falta de conocimientos sobre "Elementos Gestión Empresaria Moderna".
4. La cantidad de empresarios que comprende lo anterior y busca resolverlo a partir de las diferentes oportunidades de capacitación ofrecidas es ínfima.
5. La mayoría de nuestras PyMES se sigue manejando en la informalidad de la improvisación y la intuición.
6. Una buena cantidad de emprendedores acuden buscando ayuda cuando ya es demasiado tarde para cambios que exigen tiempo y esfuerzos los cuales ya no disponen.

# **ANEXO 1**

- **DESPOJAR: VENDER O LIQUIDAR EL PRODUCTO. TIENEN BAJA PARTICIPACION Y BAJO CRECIMIENTO. SON TRAMPAS DE EFVO. PORQUE SE INVIERTE MAS DE LO QUE SE PRODUCE.**

- **ESTRELLA: SON DE ALTO CRECIMIENTO Y ALTA PARTICIPACION**
- **VACA LECHERA: TIENEN BAJO CRECIMIENTO Y ALTA PARTICIPACION. SON LAS GENERADORAS DE FECTIVO DE LA CIA.**
- **SIGNO DE INTERROGACION. BAJA PARTICIPACION Y EN MERCADOS DE ALTO CRECIMIENTO**
- **PERROS : BAJO CRECIMIENTO Y BAJA PARTICIPACION**
- **HAY CUATRO OBJETIVOS.**
- **CONSTRUIR: INCREMENTAR LA PARTICIPACION EN EL MERCADO ES PARTICULARMENTE APROPIADO PARA LOS SIGNOS DE INTERROGACION PORUQUE TIENEN BAJA PARTICIPACION EN UN MERCADO CRECIENTE.**
- **RETENER: CONSERVAR LA TASA DE PARTICIPACION, PARA LAS VACAS LECHERAS SI SIGUEN GENERANDO EL EFECTIVO PORQUE TIENEN ALTA PARTICIPACION EN UN CRECIMIENTO BAJO**
- **COSECHAR AQUÍ EL OBJETIVO ES INCREMENTAR LOS FLUJOS DE EVO EN EL CORTO PLAZO PARA VER QUE PASA EN EL LARGO. ES PARA LAS VACAS LECHERAS**

- PLAN DE LA COMPAÑÍA
- SE DEBE EVALUAR PERMANENTEMENTE EL NEGOCIO PARA DECIDIR CON CUAL SEGUIMOS, CUAL PRODUCTO SACAMOS DE LA LINEA, DISMINUIR ETC. ESTA ES EL PLAN
- MATRIZ BCG BOSTON CONSULTING GROUP

T A S A D E C R E C. M K	ESTRELLA	SIGNO DE INTERROGACION
	VACA LECHERA	PERRO

PARTICIPACION RELATIVA

- **MOTIVADOR: SE DEBE SENTIR QUE EL TRABAJO ES SIGNIFICATIVO**
- **ESPECIFICO: NOSOTROS QUEREMOS SER LIDERES EN LA INDUSTRIA PRODUCIENDO LA MAS ALTA CALIDAD CON LA MAS AMPLIA DISTRIBUCION A LOS PRECIOS MAS BAJOS. SUENA BIEN PERO NO ES UNA GUIA PORQUE NO PROPORCIONA POLITICAS CLARAS.**
- **OBJETIVOS Y METAS DE LA COMPAÑÍA: DEBEN ESTAR EN CONCORDANCIA CON LA MISION. POR EJ. UNA COMPAÑÍA DE FERTILIZANTES PUEDE DEFINIR SU NEGOCIO COMO COMBATIR EL HAMBRE DEL MUNDO. ESTO IMPLICA QUE LA COMPAÑÍA DEBE INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD AGRICOLA, ESTA A SUVEZ CON LA INVESTIGACION DE NUEVOS FERTILIZANTES QUE PERMITAN PRODUCIR MAS. Y PARA INVESTIGAR NECESITO MAS UTILIDADES PARA REINVERTIR. ENTONCES EL PRINCIPAL OBJETIVO ES INCREMENTAR UTILIDADES, ESTAS PUEDEN SER A TRAVÉS DE LAS VENTAS POR LA REDUCCION DE COSTOS O AMBOS. ENTONCES EL AREA COMERCIAL PUEDE EXPANDIR SU MERCADO O EXPORTAR ETC.**

- **MERCADO ORIENTADO: SE DEBE DEFINIR EL DOMINIO DEL NEGOCIO. PUEDE SER EN TERMINOS DE CLASE DE PRODUCTOS, GRUPO DE CLIENTES ETC O UNA COMBINACIÓN. TRADICIONALMENTE DEFINIAMOS EL NEGOCIO EN FUNCION DEL PRODUCTO POR EJ. SOMOS FABRICANTES DE REGLAS DE CALCULO O TECNOLOGICOS SOMOS UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO QUÍMICO. LA MISION DEBE SERVIR UN GRUPO PARTICULAR DE CLIENTES Y/O REUNIR UN TIPO DE NECESIDADES DEL MERCADO. EL NEGOCIO DE LAS NECESIDADES DE CALCULO.**
- **FACTIBLE: NO DEBEMOS SER NI TAN AMPLIOS NI TAN ESTRECHOS. POR EJ. SI FABRICO LAPICES Y DIGO QUE QUE FABRICO EQUIPOS DE COMUNICACIÓN ES DEMASIADO AMPLIA. UNA COMPAÑÍA DE CIRUELAS PASAS PUEDE DEFINIRLA COMO FRUTAS SECAS, FRUTAS O COMO COMPAÑÍA DE ALIMENTOS, LAXANTE O FARMACEUTICA. CADA UNA DE ESTAS ABRIRA NUEVAS OPORTUNIDADES PERO PUEDE INDUCIRLA A NEGOCIOS RIESGOSOS**

## PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

- ES EL PROCESO GERENCIAL DE DESARROLLO Y MANTENIMIENTO DE UNA ADECUADA ESTRATEGIA ENTRE LA ORGANIZACIÓN Y LAS CAMBIANTES OPORTUNIDADES DEL MERCADO.
- CONTRIBUYE AL DESARROLLO DE UNA CLARA MISION DE LA COMPAÑÍA, DE LOS OBJETIVOS Y METAS Y DE LA CARPETA DE PLANES DE PRODUCTOS.
- **MISION DE LA COMPAÑÍA: UNA ORGANIZACIÓN EXISTE PARA REALIZAR ALGUNA COSA. NOS HACEMOS LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:**
- **Cuál es nuestro negocio? Quien es el cliente? Qué es valor para el cliente? Cuál será nuestro negocio? Cuál debería ser nuestro negocio? . La declaración de la misión actúa como una mano invisible la cual guía y nos hace trabajar independiente y colectivamente hacia la realización de los objetivos de la organización. Una efectiva declaración dará: MERCADO ORIENTADO, FACTIBLE MOTIVADOR Y ESPECIFICO.**



- **LA UNIDAD DE MEDIDA ES LA TRANSACCION.**
- **ES EL INTERCAMBIO DE VALORES ENTRE DOS PARTES INTERESADAS**
- **UNA TRANSACCION CONTIENE VARIAS VARIABLES CUANTIFICABLES**
- **1.- AL MENOS DOS COSAS DE VALOR**
- **2.- CONDICIONES QUE COINCIDEN**
- **3.- UN TIEMPO DE ACUERDO**
- **4.- UN LUGAR DE ACUERDO**
  
- **LAS EMPRESAS MANTIENEN REGISTROS CLASIFICADOS POR ARTICULO, CLIENTE, LOCALIZACION Y OTRAS VARIABLES ESPECIFICAS.**
- **ANALISIS DE VENTAS ES EL NOMBRE DADO A LA ACTIVIDAD QUE TRATA DE ANALIZAR LAS VENTAS DE LA MISMA.**

- **SUPLICA: PEDIMOS O ROGAMOS POR EL ALIMENTO. EI BENEFICIO SERIA LA GRATITUD.**
- **INTERCAMBIO: PROPONE A ALGUIEN QUE TENGA COMIDA Y OFRECE ALGUN RECURSO TAL COMO EL DINERO O ALGUN OTRO BIEN O SERVICIO.**
- **CONDICIONES PARA EL INTERCAMBIO:**
- **POR LO MENOS DOS INTERESADOS**
- **CADA PARTE TIENE ALGO DE VALOR PARA LA OTRA**
- **CADA PARTE ES CAPAZ DE COMUNICARSE Y HACER ENTREGAS**
- **ES LIBRE PARA ACEPTAR O RECHAZAR LA OFERTA**
- **TIENEN INTERES EN REALIZARLO PORQUE LE ES CONVENIENTE.**

- **LA CLAVE ES EL SERVICIO QUE EL PRESTA. INCLUYE PERSONAS, LUGARES, ORGANIZACIONES. ACTIVIDADES, IDEAS. TODAS ESTAS COSAS TIENEN VALOR PARA ALGUIEN.**
- **INTERCAMBIO: ES EL ACTO DE OBTENER UN OBJETO DESEADO DE ALGUIEN MEDIANTE EL OFRECIMIENTO DE ALGO A CAMBIO.**
- **POR EJ. TENEMOS HAMBRE CÓMO PODEMOS ACTUAR?**
- **AUTO - PRODUCCIÓN: POR ESFUERZO PERSONAL CAZA O PESCA O RECOLECTA FRUTAS. NO HAY INTERCAMBIO.**
- **COACCION: ROBA EL ALIMENTO. NO HAY BENEFICIO PARA LA OTRA PARTE.**

- **LA EXISTENCIA DE NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS IMPLICA DAR EL CONCEPTO DE PRODUCTO**
- **UN PRODUCTO ES ALGO QUE TIENE LA CAPACIDAD PARA SATISFACER UNA NECESIDAD HUMANA.**
- **POR EJEMPLO UNA MUJER SIENTE EL DESEO DE REALIZAR SU APARIENCIA.**
- **QUE PRODUCTOS TENEMOS PARA SATISFACER ESTA NECESIDAD DE TIPO PSICOLOGICO?**
- **VESTIDOS, COSMETICOS, VACAIONES, SALON DE BELLEZA, CIRUGÍA PLÁSTICA ETC.**
- **TODOS ESTOS COMPITEN ENTRE SI, PERO NO TODOS SON IGUALMENTE DESEADOS. SELELCIONARAN AQUELLOS QUE PRIMERO LE BRINDEN MAYOR SATISFACCION.**
- **NO SOLAMENTE HABLAMOS DE PRODUCTO FISICO**

- **DEMANDA: TENEMOS NUMEROSOS DESEOS, NO TODOS LOS CUALES PODEMOS SATISFACER. PORQUE TENEMOS RECURSOS LIMITADOS( INGRESOS, AHORROS, TIEMPO, ENERGIA ETC) Y DEBEMOS SELECCIONAR QUE PODEMOS ESCOGER.**
- **UN DESEO SE VUELVE DEMANDA CUANDO LA PERSONA ES CAPAZ DE SELECCIONAR Y ESTA DISPUESTA A COMPRAR EL OBJETO QUE DESEA.**
- **ATENCION: LA GENTE SE CANSA DE LAS COSAS QUE ELLOS COTIDIANAMENTE ESTAN CONSUMIENDO, BUSCAN VARIEDAD Y HACEN NUEVAS SELECCIONES.**
- **LOS PRODUCTOS SON UN LEGAJO DE ATRIBUTOS Y LA GENTE LOS SELECCIONA PORQUE LE PROPORCIONAN EL MAYOR CONJUNTO DE COSAS QUE ESTAN BUSCANDO.**

- **SI PENSAMOS QUE LA NECESIDAD ES UN TALADRO, AL APARECER UN NUEVO PRODUCTO QUE CUMPLA ESA FUNCION DE MEJOR FORMA O MÁS BARATO EL CLIENTE TENDRÁ UN NUEVO DESEO PERO LA MISMA NECESIDAD.**
- **SI NO SABEMOS DISTINGUIR ENTRE LA NECESIDAD Y EL DESEO ENTRAMOS EN LO QUE SE CONOCE COMO LA MIOPIA DE LA COMERCIALIZACION. ESTAN TAN ENAMORADOS DE SUS PRODUCTOS QUE PIERDEN LA SEÑAL DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.**
- **UN OBJETO FISICO O UN SERVICIO SON HERRAMIENTAS PARA RESOLVER UN PROBLEMA AL CONSUMIDOR.**

- **ESTAS NECESIDADES NO SON CREDAS POR LAS EMPRESAS PRODUCTORAS O PRESTADORAS DE UN BIEN O SERVICIO. SON UNA PARTE BASICA DEL CARÁCTER HUMANO.**
- **DESEOS: SON LA EXPRESION DE UNA NECESIDAD HUMANA. SON CREADOS POR EL DESARROLLO PERSONAL E INDIVIDUAL DE UNA PERSONA.**
- **PUESTO QUE UNA SOCIEDAD LLEGA A SER MAS COMPLEJA, LOS DESEOS DE ESA SOCIEDAD SE EXPANDEN. SUS MIEMBROS ESTAN MAS EXPUESTOS A MAS OBJETOS, LOS CUALES DESPIERTAN SU CURIOSIDAD, INTERES Y DESEOS.. NO SE CREAN LAS NECESIDADES SE CREAN LOS DESEOS.**
- **UN FABRICANTE DE TALADROS PUEDE LLEGAR A PENSAR QUE EL CLIENTE NECESITA UN TALADRO. NO ES ASÍ NECESITA REALIZAR UN HUECO PARA COLGAR ALGO U OTRO FIN.**

## CONCEPTO

- **ES LA ACTIVIDAD HUMANA DIRIGIDA A SATISFACER NECESIDADES Y DESEOS POR MEDIO DE UN PROCESO DE INTERCAMBIO.**
- **EL CONCEPTO FUNDAMENTAL ES LA NECESIDAD, LOS OBJETOS INANIMADOS NO TIENEN NECESIDADES.**
- **LA NECESIDAD HUMANA ES EL SENTIMIENTO DE PRIVACION DE UNA PERSONA.**
- **SON ABUNDANTES Y COMPLEJAS. INCLUYEN LAS FISIOLÓGICAS: ALIMENTO, VESTIDO, RESGUARDO Y SEGURIDAD.**
- **SOCIALES: DE PERTENENCIA, RECONOCIMIENTO, INFLUENCIA, CARIÑO ETC.**
- **INDIVIDUALES: CONOCIMIENTO, AUTOEXPRESIÓN, PROGRESO ETC.**



- **ENCONTRAMOS MILES DE PRODUCTOS IMPORTADOS, O DE ORIGEN NACIONAL.**
- **EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION HA HECHO POSIBLE ESTO SIN ESFUERZO DE PARTE NUESTRA.**
- **EL NOS ENSEÑA Y ENTERGA UN DETERMINADO NIVEL DE VIDA.**
- **PETER DRUCKER, LIDER EN ESTA TECNICA DICE**
- **EL OBJETIVO DEL MERCADEO ES HACER SUPLEFUA LA TAREA DE VENTAS. NO IMPLICA QUE LAS VENTAS Y PROMOCION NO TENGAN IMPORTANCIA: FORMAN PARTE DE UNA GRAN MEZCLA O UN CONJUNTO DE INSTRUMENTOS QUE DEBEN SER DIRIGIDOS PARA OBTENER UN GRAN IMPACTO EN EL MERCADO.**

## **ANEXO 2**

**AGENDA DE REUNIONES DEL “PROGRAMA DE CAPACITACION PARA MICROEMPREENDEDORES MEDIANTE SIMULACION EMPRESARIA” DURANTE LOS DIAS 14, 15 Y 16 DE SETIEMBRE DE 2004 PARA EMPREENDEDORES DEL MUNICIPIO DE “VISTA ALEGRE” (NEUQUEN).**

### **MARTES 14 DE SETIEMBRE**

- FINALIZAR LA ELECCION DE EL/LOS PRODUCTO/S OBJETO DE LA EMPRESA. VER LA CALIFICACION ASIGNADA A LOS PRODUCTOS PRESELECCIONADOS EN LA PRIMERA REUNION.
- PLANTEAR EL ANALISIS DE MERCADO DE EL/LOS PRODUCTO/S ELEGIDO/S. DIVISION DE TAREAS.

### **MIERCOLES 15 DE SETIEMBRE**

- SELECCIONAR EL TIPO DE SOCIEDAD A FORMALIZAR LEGALMENTE. VER DIFERENTES ALTERNATIVAS.
- SELECCIONAR EL NOMBRE DE LA EMPRESA.
- ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD.
- OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
- TRAMITES NECESARIOS PARA FORMALIZAR LA SOCIEDAD. DIVISION DE TAREAS.

### **JUEVES 16 DE SETIEMBRE**

- ANALISIS DE LA NECESIDAD DE CAPITAL INICIAL DE LA EMPRESA.
- DEFINIR LAS CONDICIONES EXIGIDAS A LOS LIDERES
- ELEGIR LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA.
- DESIGNAR A LOS GERENTES Y EQUIPOS DE TRABAJO.
- ASIGNAR POSICIONES A TODOS LOS “EMPLEADOS”.
- ASIGNAR VALOR A LAS ACCIONES DE LA EMPRESA. DETERMINAR LOS APORTES PERSONALES Y LA CANTIDAD DE ACCIONES A VENDER.
- ESTABLECER PROGRAMA DE TAREAS PENDIENTES Y RESPONSABLES DE LAS MISMAS.

**TIEMPO DE CADA REUNION:** Las reuniones están programadas para una carga de 3 a 4 horas por día, el horario de las mismas queda a criterio de los participantes.

**MATERIAL NECESARIO:** Cañón de Power Point, pizarrón o rotafolio.

**AGENDA DE REUNIONES DEL “PROGRAMA DE CAPACITACION PARA MICROEMPREENDEDORES MEDIANTE SIMULACION EMPRESARIA” DURANTE LOS DIAS 24, 25 Y 26 DE AGOSTO DE 2004 PARA EMPREENDEDORES DEL MUNICIPIO DE “VISTA ALEGRE” (NEUQUEN).**

### **MARTES 24 DE AGOSTO**

- INTRODUCCIÓN GENERAL SOBRE ALCANCES, MODALIDAD Y METODOLOGIA DEL PROGRAMA.
- ELECCION DE EL/LOS PRODUCTO/S OBJETO DE LA EMPRESA.
- REALIZADA LA SELECCIÓN PLANTEAR EL ANALISIS DE MERCADO DE EL/LOS PRODUCTO/S ELEGIDO/S. DIVISION DE TAREAS.

### **MIERCOLES 25 DE AGOSTO**

- SELECCIONAR EL TIPO DE SOCIEDAD A FORMALIZAR LEGALMENTE. VER DIFERENTES ALTERNATIVAS.
- SELECCIONAR EL NOMBRE DE LA EMPRESA.
- ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD.
- OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
- TRAMITES NECESARIOS PARA FORMALIZAR LA SOCIEDAD. DIVISION DE TAREAS.

### **JUEVES 26 DE AGOSTO**

- ANALISIS DE LA NECESIDAD DE CAPITAL INICIAL DE LA EMPRESA.
- ELEGIR LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA.
- DESIGNAR A LOS GERENTES Y EQUIPOS DE TRABAJO.
- ASIGNAR POSICIONES A TODOS LOS “EMPLEADOS”.
- ASIGNAR VALOR A LAS ACCIONES DE LA EMPRESA. DETERMINAR LOS APORTES PERSONALES Y LA CANTIDAD DE ACCIONES A VENDER.
- ESTABLECER PROGRAMA DE TAREAS PENDIENTES Y RESPONSABLES DE LAS MISMAS.

**TIEMPO DE CADA REUNION:** Las reuniones están programadas para una carga de 3 a 4 horas por día, el horario de las mismas queda a criterio de los participantes.

**MATERIAL NECESARIO:** Cañón de Power Point, pizarrón o rotafolio.

## PLANILLA DE EVALUACION DE PRODUCTOS

**PRODUCTO A EVALUAR:**

**NOMBRE DEL EVALUADOR:**

PARAMETROS DE EVALUACION				PUNTAJE
<b>CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO</b>				
<b>ATRACCION</b>				
<b>AMPLITUD DEL MERCADO</b>				
<b>TAMAÑO</b>				
<b>VIDA DE ALMACENAMIENTO</b>				
<b>SEGURIDAD</b>				
<b>PRODUCCION</b>				
<b>MATERIALES</b>				
<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES</b>				
<b>SEGURIDAD</b>				
<b>TRABAJO</b>				
<b>ENVASE Y ENVASADO</b>				
<b>CONSIDERACIONES FINANCIERAS</b>				
<b>PRECIO</b>				
<b>MARGEN BRUTO</b>				
			<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	

**PUNTOS    CALIFICACION**

31-36	EXCELENTE
25-30	BUENO
19-24	ACEPTABLE
13-18	POBRE
0-17	INACEPTABLE

**Resume las razones para aconsejar como producto**

## **INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR LAS PLANILLAS DE EVALUACION DE PRODUCTOS .**

Responda las preguntas que se detallan a continuación para evaluar posibles productos, además asignarle los puntos que considere merecen y colóquelos en la planilla de puntuación que se le ha entregado. Piense en la posibilidad de elaborar otros productos dentro de la línea o complementarios, es difícil encontrar empresas que elaboren un solo producto. Deberán contar, con al menos un ejemplar de los tres o cinco productos preseleccionados, es decir, haberlo fabricado como muestra, lo que significa que lo ven y lo palpan.

### **CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO**

**ATRACCION:** ¿Cómo cree que la mayoría de los consumidores considerarán al producto? ¿Útil o decorativo?. Elija el puntaje según la siguiente escala:

- 0 (cero)** El producto es de baja calidad y/o de mal aspecto.
- 1 (uno)** El producto alcanza la calidad standard pero no llama mucho la atención.
- 2 (dos)** El producto es de buena calidad y bastante llamativo.
- 3 (tres)** El producto es de excelente calidad y sumamente llamativo.

### **AMPLITUD DEL MERCADO:**

- 0 (cero)** Orientado a un mercado muy limitado (ej. Caña de pescar para zurdos)
- 1 (uno)** Orientado a un mercado específico y pequeño (cirujanos plásticos)
- 2 (dos)** Orientado a un mercado específico pero amplio (estudiantes universitarios)
- 3 (tres)** Orientado a un mercado grande y variado.

**TAMAÑO:** Los productos grandes son difíciles de almacenar y guardar.

- 0 (cero)** Necesita una camioneta para su traslado.
- 1 (uno)** Entra en cualquier armario.
- 2 (dos)** Es fácil de transportar.
- 3 (tres)** Entra en un bolsillo o cartera.

**VIDA DE ALMACENAMIENTO:** El pan de ayer es difícil de vender y también lo es la moda del año anterior.

- 0 (cero)** Se deteriora fácilmente,
- 1 (uno)** Es estacional o de vencimiento muy corto (treinta días)
- 2 (dos)** Puede durar al menos un semestre, un año o más.
- 3 (tres)** Vida de almacenamiento ilimitada.

**SEGURIDAD:** Los productos deben ser seguros para los consumidores. Evitar juguetes con pequeñas piezas o bordes filosos. Alimentos de baja acidez., etc.

**0 (cero)** El consumidor debe aprender su uso mediante instrucciones detalladas y complejas.

**1 (uno)** Tiene bordes filosos.

**2 (dos)** Es de uso seguro para adolescentes o adultos.

**3 (tres)** Inclusive un bebé puede manipularlo.

**PRODUCCION**: No es recomendable el uso de herramientas eléctricas o especiales.

**MATERIALES**: Deben ser de fácil localización.

**0 (cero)** Todos los materiales hay que comprarlos a diferentes proveedores lejanos..

**1 (uno)** La mayoría de los elementos se encuentran localmente, pero algunos elementos claves hay que comprarlos a un proveedor lejano.

**2 (dos)** El o los proveedores de casi los materiales son locales o cercanos.

**3 (tres)** El o los proveedores de los materiales son locales.

**CONOCIMIENTOS ESPECIALES** : Evitar los productos que requieran mucha mano de obra o entrenamiento especializado.

**0 (cero)** Sólo pueden elaborarlo artistas, ingenieros, etc.

**1 (uno)** Requiere un entrenamiento previo con muchas posibilidades d error.

**2 (dos)** Requiere pinturas especiales, teñidos, lijado, etc.

**3 (tres)** Fácil de elaborar y pocas posibilidades de error.

**SEGURIDAD**: Evitar productos frágiles o peligrosos

**0 (cero)** Requiere entrenamiento especial y medidas de seguridad especiales.

**1 (uno)** Las herramientas son peligrosas

**2 (dos)** Requiere herramientas simples y materiales seguros.

**3 (tres)** La elaboración y envasado son simples y seguros.

**TRABAJO**: Es conveniente que el producto seleccionado pudiera elaborarse continuamente durante la vida de la empresa.

**0 (cero)** En muy corto tiempo pocas personas elaboran toda la producción planeada.

**1 (uno)** La producción sólo puede ser realizada por un grupo pequeño de la empresa.

**2 (dos)** Todos los miembros pueden integrar la línea de producción, pero toda la producción se puede terminar en 2 o 3 semanas.

**3 (tres)** La producción puede llevarse a cabo durante toda la vida de la empresa y con casi todos los miembros involucrados en la producción.

**ENVASE Y ENVASADO**: Debe SER simple y atractivo.

**0 (cero)** El envasado es más complicado que la producción

**1 (uno)** El envasado es fácil pero caro.

**2 (dos)** El envasado es fácil y barato.

**3 (tres)** El envasado es fácil, barato y atractivo.

## **CONSIDERACIONES FINANCIERAS**

El precio debe ser razonable y rentable.

### **PRECIO:**

**0 (cero)** Precio superior a \$ 50,00 o menor de \$ 1,00.

**1 (uno)** Precio entre \$ 30,00 a 50,00 o entre \$ 1,00 y 3,00.

**2 (dos)** Precio entre \$ 1,00 y 3,00 o entre \$ 15,00 y 30,00

**3 (tres)** Precio entre \$ 5,00 y 15,00.

**MARGEN BRUTO:** Debe ser por lo menos del 35% al 45%

Margen Bruto =  $(\text{Precio} - \text{Costos de materiales}) / \text{Precio} \times 100$

**0 (cero)** Margen Bruto menor del 35%.

**1 (uno)** Margen Bruto = 35% al 40%

**2 (dos)** Margen Bruto = 40% al 50%

**3 (tres)** Margen Bruto mayor al 50%