

Unidad I

**Mirando el entorno: reconociendo
potencialidades y desafíos con una
mirada socioeconómica.**

Módulo 1

**Análisis socioeconómico del entorno
para establecer acciones**

Objetivo

Identificar las potencialidades y desafíos que nos ofrece el entorno desde una visión socioeconómica.

Contenido

- Recursos, necesidades y potencialidades del entorno.
- Identificando nuestro entorno.

**Recursos, necesidades
y potencialidades del
entorno.**

¿Qué es el entorno?

El entorno es lo que nos rodea, en este caso los elementos externos que pueden afectar a tu idea de emprendimiento. El entorno son las circunstancias y variables que pueden influir en el proceso de tu servicio o acción social, pueden ser las vinculadas a los insumos, a los recursos humanos o aspectos legales.

Un análisis del entorno (sea de servicios, productos o social) es muy importante para identificar tanto oportunidades como amenazas que están en la zona donde vas a desarrollar la idea de emprendimiento. El entorno de tu emprendimiento lo conforman todas las variables externas y debes identificarlas para planificar y controlar su impacto sobre tu emprendimiento.

¿Qué es el entorno?



El entorno también se puede diferenciar territorialmente:

- ❖ El entorno local considera el barrio y el distrito donde estará ubicado tu emprendimiento.
- ❖ Al analizar el entorno local, debes observar los recursos disponibles en la cercanía donde se desarrollarán las actividades, encontrarás los aliados estratégicos así como los proveedores de insumos, materia prima, mano de obra disponible y accesible a los niveles de remuneración ofertados, si es emprendimiento financiero y actividades sociales o problemas si es emprendimiento social.

¿Qué son necesidades?

Son carencias que afectan el bienestar de una comunidad. Las necesidades básicas son: telefonía, luz, gas, recolección de basura, luz pública, tiendas básicas de abarrotes, escuelas, parques, complejos deportivos, transporte, hospitales, áreas de recreación, etc.



Potencialidades y Estudio del entorno: Definición

¿Qué son las potencialidades?

Las potencialidades son todos los recursos con los que cuenta una comunidad, Ejemplo: Agua, diferentes fuentes de energía, población organizada, materia prima en abundancia, etc.

Estudio del entorno

Es recopilar datos diversos, que se quiera conocer, para sistematizarlos, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven para realizar una adecuada toma de decisiones y para identificar emprendimientos financieros.

Beneficios del estudio del entorno

Tener más y mejor información, que se ayudará al éxito en la toma de decisiones y estrategias de los productores y empresarios.

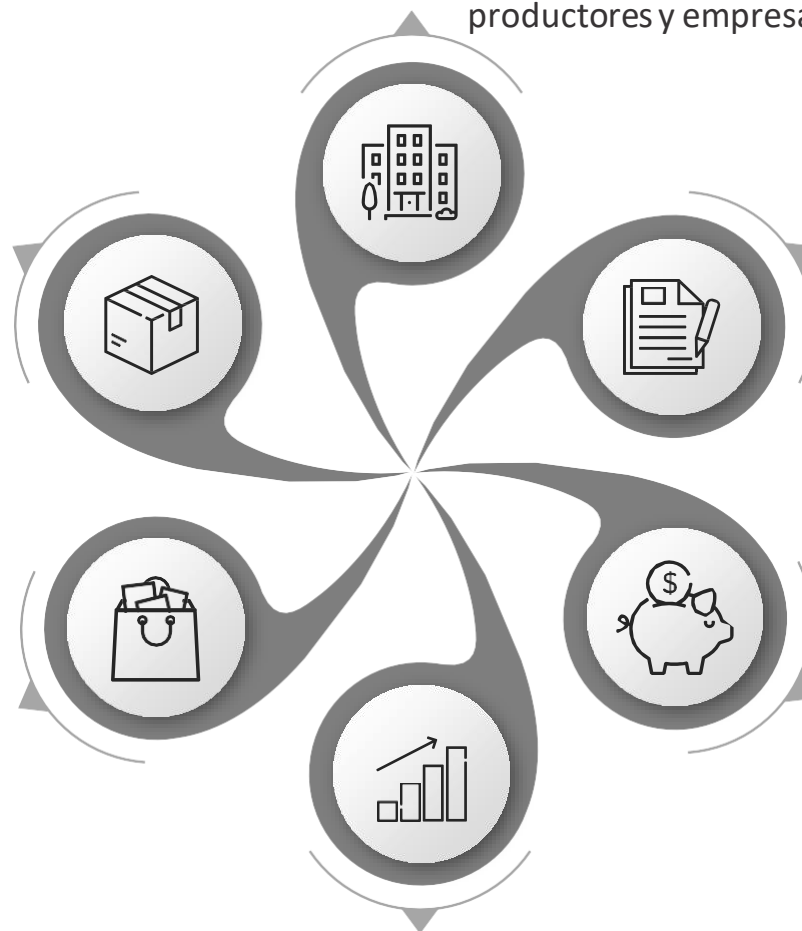
Identificar nuevos hábitos o demandas para que puedas ofertar nuevos productos.

Contar con información oportuna sobre como van cambiando los gustos y preferencias de los clientes, para poder adaptarnos y no quedarnos fuera de los mercados.

Conocer las características del cliente.

Conocer el tamaño del mercado que se desea atender, en el caso de vender o en la introducción de un nuevo producto al mercado.

Definir qué tipo de emprendimiento quieres realizar.



**Identificando nuestro
entorno.**

¿Cuáles son las variables del entorno que hay que considerar?



¿Cuáles son las variables del entorno que hay que considerar?

Las económicas

Son las que influyen en tu emprendimiento si es financiero tendrás que tener en cuenta cómo es el movimiento económico entorno a los insumos en tu localidad. Los precios, tipo de cambio, escasez, etc.

Las políticas públicas

Son los dispositivos legales y administrativos que influyen en la ejecución de la idea de emprendimiento.

Tecnológicas

Se refiere a los equipos o maquinarias que se necesita para producir o utilizar en tu emprendimiento.



¿Cuáles son las variables del entorno que hay que considerar?

Físicas

Son los fenómenos naturales, la infraestructura, que puedan influir en la propuesta como idea del emprendimiento, las vías de comunicación o de transporte, el servicio de energía eléctrica, etc.

Los fenómenos naturales son muy importantes, pues tenemos que considerarlos en el periodo de las actividades agrícolas (lluvias, fenómenos, vientos) . Se debe considerar también el impacto ambiental de las actividades del emprendimiento que puedan efectuar el entorno local.

Éticas

Valores en la sociedad, costumbres que no podemos alterar o situaciones culturales que afecten a nuestro emprendimiento.



Herramientas para identificar el entorno

Fuentes primarios de observación	Fuentes secundarias de información (datos estadísticos)
• Observación: Es una técnica para recoger información del entorno. En un formato simple, se anota los detalles de la zona en observación. • Entrevistas: Es una herramienta que permite captar información del entorno para luego analizarla.	• Fuentes de información que nos pueden indicar el entorno productivos son las estadísticas locales, regionales y nacionales (según la proyección de nuestra idea de negocio). Esta información la puedes conseguir en internet, en el municipio local, en las entidades sectoriales, en instituciones, etc.

Módulo 2

**Técnicas para recabar información:
Entrevistas y Focus Group en el marco
de la metodología del Design Thinking.**

Contenido

- Investigación del entorno.
- Plan de mercadeo.

Investigación del entorno.

¿Qué es una investigación de mercado?



- Es un proceso donde debes recolectar y analizar información de tus posibles clientes respecto a tu emprendimiento.
- Esta técnica te permitirá identificar, recolectar y analizar la información que se quiera conocer, con el objetivo de tomar decisiones de esta manera, satisfacer la necesidad de tus clientes.

¿Por qué es importante realizar un estudio de mercado?



Importancia de un estudio de mercado

La investigación de mercado es un medio que te ayudará a **conocer a tus clientes actuales y potenciales**. De manera que al saber cuáles **son los gustos y preferencias** de tus clientes, el lugar donde radican, la clase social, educación y ocupación entre otros aspectos, podrás **tomar decisiones**, entre ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado y, como resultado, mejorar tus ingresos económicos a través de tu emprendimiento. En el caso de un proyecto social, debes contar con la misma información de los beneficiarios.

¿Beneficios de la realización de un estudio de mercado?



- Tener información actualizada.
- Conocer el tamaño de mercado al que deseas ingresar.
- Definir el tipo de producto o servicio que brindas.
- Determinar el medio que debes utilizar para vender tus productos o servicios.

Al realizar una investigación o estudio de mercado podrás:

- Conocer las características del cliente o beneficiarios al que pretendes llegar con tus productos o servicios.
- Saber los gustos y preferencias de los clientes, para poder adecuarte y no quedarte fuera del mercado.
- Identificar los nuevos hábitos de consumo o demandas para que puedas lanzar nuevos productos.

Proceso de investigación de mercado

INTERPRETAR Y PRESENTAR
LOS RESULTADOS.

DEFINIR EL OBJETIVO DE LA
INVESTIGACIÓN.

APLICAR EL PLAN DE
INVESTIGACIÓN Y PROCESAR
LOS DATOS.



Proceso de investigación de mercado



DEFINIR EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

- Lo importante es saber qué es lo queremos analizar.

Ejemplo:

Identificar las especies de hortalizas que pueden constituirse en productos que se pueden producir para comercializar a los restaurantes y hoteles del valle sagrado.

Proceso de investigación de mercado



DISEÑAR Y DESARROLLAR EL PLAN DE INVESTIGACIÓN.

- Hay diversas herramientas para usar como:
 - A. Observación:** Consiste en ver a los consumidores, clientes y anotarlo.
 - B. Talleres focus group:** En los cuales se reúnen como mínimo a 8 o 12 personas (clientes o consumidores), a manera de conversación, preguntarles acerca del negocio. Para ello se tiene que contar con una lista de preguntas abiertas.
 - C. Las encuestas:** Las preguntas del cuestionario de encuestas deben estar de acuerdo a los objetivos planteados.

Proceso de investigación de mercado



APLICAR EL PLAN DE INVESTIGACIÓN Y PROCESAR LOS DATOS.

- La muestra es el número de personas a quienes se va a observar y/o encuestar.
- Teniendo preparado el cuestionario y los entrevistadores, se pone en marcha el levantamiento de datos como se había planificado. Al cabo de este trabajo se codifica y se tabulan los datos obtenidos de las encuestas por pregunta.

Proceso de investigación de mercado



INTERPRETAR Y PRESENTAR LOS RESULTADOS.

- Este último paso es importante porque tenemos que leer con sumo cuidado la valiosa información recolectada ya que de esto depende la toma de decisiones. Para que estas decisiones sean las más acertadas se prepara las conclusiones y recomendaciones del caso.

Plan de Mercadeo.

¿Qué es mercadeo o marketing?



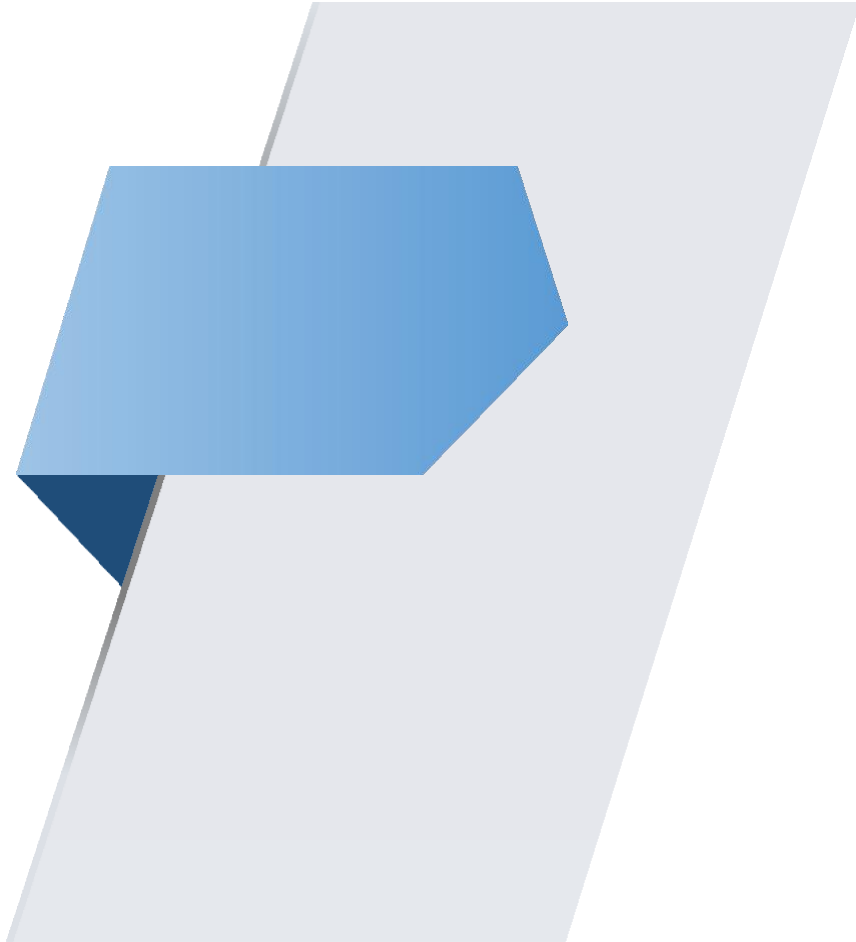
Una de las grandes necesidades de los emprendedores financieros es conocer y desarrollar actividades de mercadeo para sus productos o servicios. El éxito de los emprendimientos se basa en la habilidad de construir una lista de clientes satisfechos.



El concepto de mercadeo radica en la importancia que son los clientes para los emprendimientos y se puede afirmar que todas las políticas y actividades emprendedoras deben tener por objetivo satisfacer las necesidades de los clientes; un volumen de ventas con utilidades es la meta para un emprendedor.



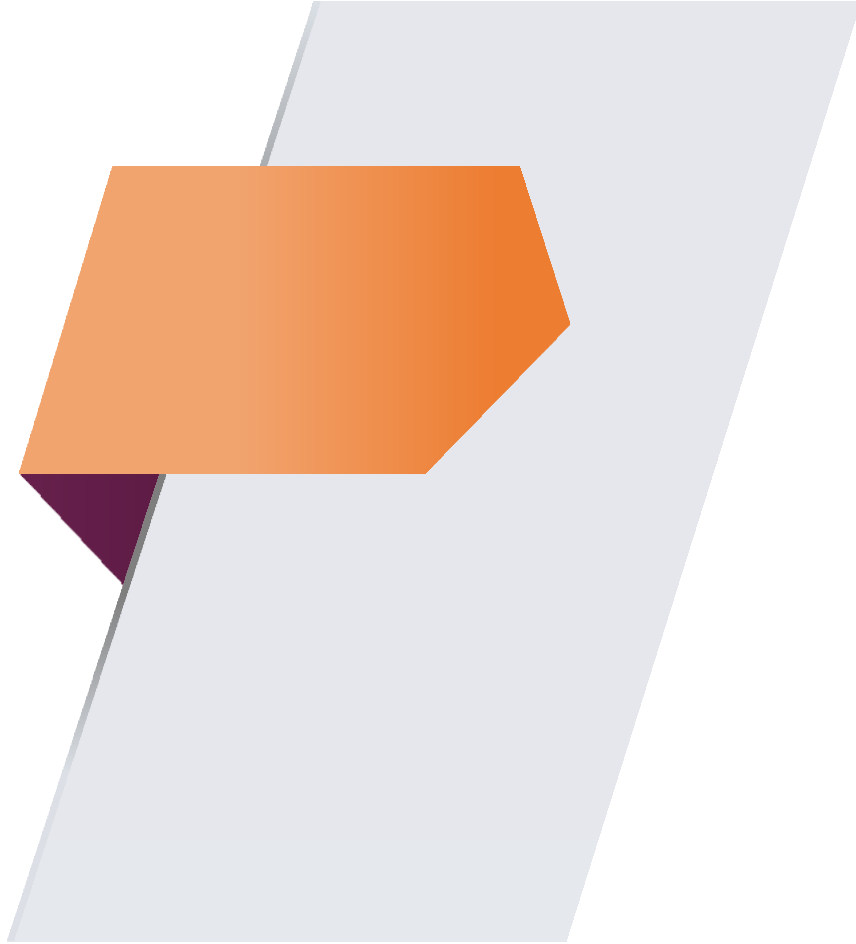
¿Qué es un plan de mercadeo?



STEP

Es un documento que recopila el análisis de la situación actual del emprendimiento, y muestra las etapas y los medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos en el plazo previsto.

¿Ventaja de elaborar un plan de mercadeo?



Al elaborar tu plan, recopilas toda la información sobre el emprendimiento que vienes ejecutando, los clientes, el mercado y cómo están los competidores.

Plan del mercadeo

En un plan de mercadeo y tiene cuatro áreas claves para vender un producto o servicio. Dependen de los siguientes factores:

EL PRODUCTO



El cliente compra el producto si lo necesita y lo encuentra bueno y atractivo.

EL PRECIO



El cliente lo compra si está de acuerdo con el precio.

LA PLAZA



El cliente lo compra si lo encuentra fácilmente.

PROMOCIÓN



El cliente lo compra si sabe que existe.

Plan de mercadeo: Factores

PRODUCTO

Debido al rápido cambio de las preferencias de los consumidores, unido a las nuevas tecnologías y la fuerte competencia, es importante tener en cuenta que las empresas solamente pueden mantenerse en el mercado y generar ganancias si están innovando continuamente. La innovación puede darse mediante el desarrollo de una idea, un producto o una tecnología que es percibida por el mercado como algo distinto y creativo.

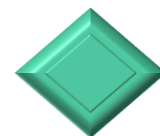
P
R
O
D
U
C
T
O



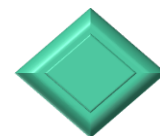
Plan de mercadeo: Factores

PRODUCTO

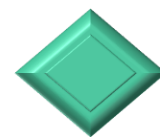
Para alcanzar el éxito dentro de tu emprendimiento, debes tener productos o servicios que tus clientes requieran, identificando las bondades para el consumidor y las características que lo hacen competitivo e innovador. Describe detalladamente las características del producto o servicio que ofrecerás:



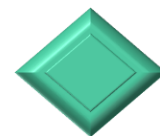
Color, tamaño, peso, etc.



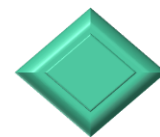
Cantidad, disponibilidad y variedades del producto.



Los atributos de empaque y envase.



Servicios adicionales que ofrecerá: pre-venta, post-venta.



Garantías sobre mantenimiento y repuestos que ofrecerá.

Plan de mercadeo: Factores

El Ciclo Vital del Producto

Al igual que los seres humanos, tus productos también tienen un ciclo de vida, que empieza con el nacimiento del producto en el mercado, su crecimiento hasta el momento en que el producto pierde vigencia. Según la edad del producto, las actividades y estrategias de mercado deben ser diferentes.



Plan de mercadeo: Factores

PRECIO

01

Un mismo producto tiene varios precios, según dónde y cuándo lo compres. Por ejemplo, si quieres comprar plátanos, encontrarlos que estos tienen un precio distinto en el mercado mayorista de tu ciudad que en el supermercado o en la tienda de la esquina, lugares en donde el precio puede ser mayor. La diferencia en su precio también se debe las variedades y la temporada del año.

02

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto, varía según el segmento al que está dirigido. Así, en los sectores de bajos ingresos, el precio es determinante para la decisión de compra; mientras que en otros sectores con alta capacidad de adquisición, es importante otros factores como la marca.

03

El precio es de suma importancia en el mercado. La fijación de precios puede ser difícil, pero es importante. Tu negocio debe contar con buenos productos y servicios; sin embargo, si tus precios son altos y no está alcance del público que has identificado la venta no será la esperada.

Plan de mercadeo: Factores

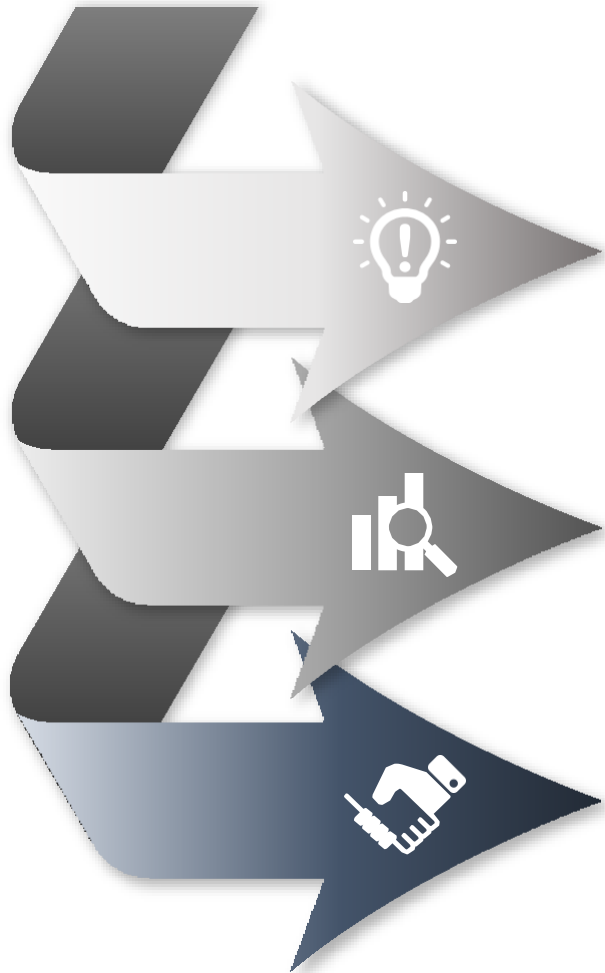
PRECIO

Importante: Para fijar el precio de tus productos debes tener en cuenta los siguientes factores:



Plan de mercadeo: Factores

PLAZA



Se refiere a la ubicación de tu emprendimiento. La ubicación es importante para los emprendedores por que necesitan estar ubicados donde sus clientes encuentren su producto o servicio.

Cuando pensamos en la comercialización de los productos, debemos pensar cómo se distribuirán los productos, de manera que lleguen a nuestros clientes. La ruta que sigue el producto para llegar a de los consumidores se conoce con el nombre de cadena o canal de distribución, puede ser directa, cuando se vende directamente al consumidor.

Los canales de distribución indirecta se refieren a los intermediarios que participan en la cadena de distribución. Mientras más larga es la cadena, mayor es la diferencia entre el precio del fabricante y el precio que paga el consumidor.

Plan de mercadeo: Factores

También, es importante definir la estrategia de distribución, para ello, debemos responder a las siguientes preguntas:

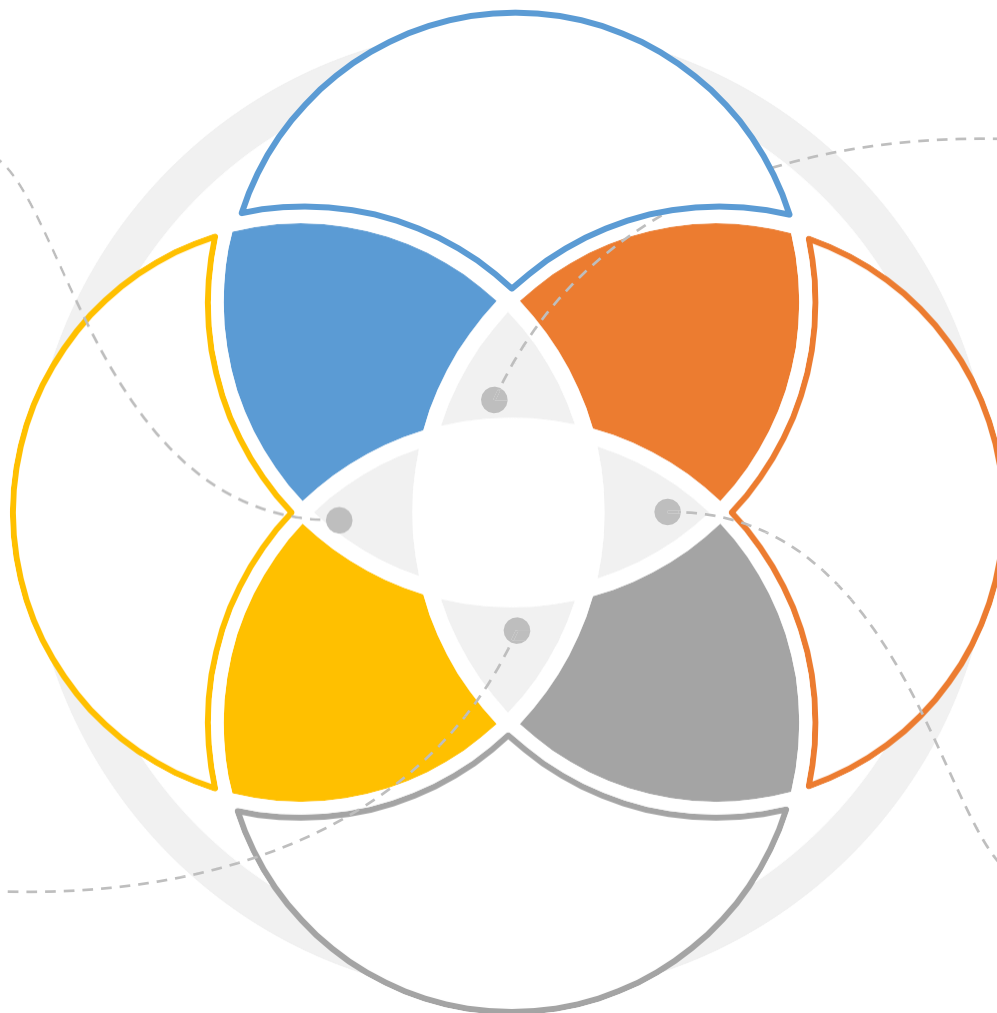
PLAZA

¿Condiciones de compra, tiempo de pago, crédito?

¿Cómo se distribuirán los productos o servicios en el mercado?

¿Cómo llegaremos a ellos tanto para la venta como para la post venta?

¿Dónde están ubicados nuestros clientes?



Plan de mercadeo: Factores

PROMOCIÓN



Su negocio podría estar bien ubicado físicamente en un buen lugar, tener productos a precios que los clientes están dispuestos a pagar, pero las ventas aún son bajas ¿Por qué? quizá porque no informa al cliente acerca de sus negocio y de los que este ofrece.



Una de las decisiones que debe tomar un emprendedor, es cómo comunicar a los consumidores la existencia de su producto, sus bondades, beneficios, los cambios e innovaciones o, cómo recordarles su existencia en el mercado para atraer su intención de compra.



Para la promoción existen tres herramientas que puedes usar: la publicidad, la promoción de ventas y ventas personales.



La promoción quiere decir informar y atraer a la gente a comprar sus productos o servicios.

World Vision

PERÚ

