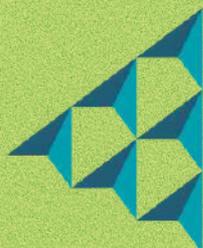




MUJERES EMPREENDEDORAS

SESIÓN 1



**Junior
Achievement
Costa Rica**

Miembro de JA Worldwide

¡BIENVENIDA!

Empezamos este viaje con este primer paso, para formar parte de un Comité de Mujeres Emprendedoras.

Si estás aquí, ya eres una emprendedora, y como grupo seremos las mejores emprendedoras de este país.

Como usted es una emprendedora, la invitamos a poner en el recuadro una foto suya, su nombre o una imagen con la cual se identifique y le recuerde cada día que debe considerarse:



NOMBRE COMPLETO:

CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRENDEDORA

Toda emprendedora de poseer ciertas características que lo ayudan a llevar a cabo sus objetivos, sus sueños:

Conocerse a sí mismo

Tener ambición

Ser realista

Ser proactivo

Probar nuevas oportunidades

Ser responsable

Ser paciente

No temer al fracaso

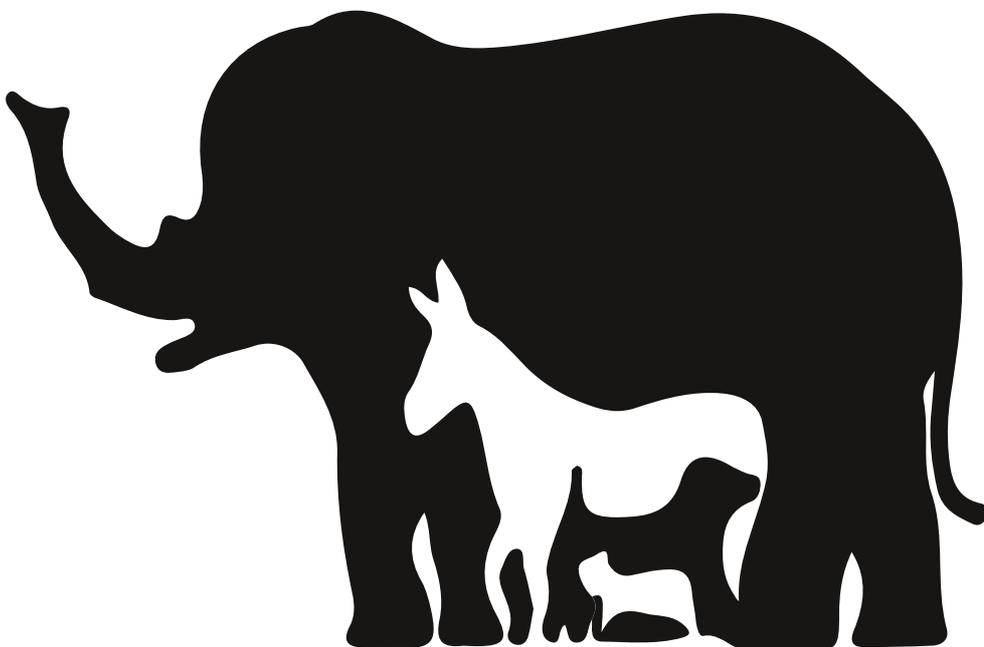
Ser perseverante

¡ATENCIÓN!

Si piensa que no tiene las características de un buen emprendedor, no se desanime. Si es realmente lo que le gusta, con esfuerzo y voluntad va a poder lograrlo.

Cada persona es distinta y abordará un emprendimiento desde lo que sabe y conoce. No hay una receta fija para el éxito. Lo importante es siempre estar intentando cosas nuevas y buscando espacios para capacitarse y mejorar.

¿Cuántos y cuáles animales observa en esta imagen?



INICIANDO EL NEGOCIO

En esta sección vamos a tratar las distintas etapas de un emprendimiento desde la concepción de la idea hasta su puesta en marcha.

VALORACIÓN DE LA IDEA

La idea es el primer paso para la creación de una empresa. Por eso que antes de iniciar el proyecto se debe tener una idea de lo que se quiere o pretende hacer.

AUTO-DIAGNÓSTICO 1

¿QUÉ VENDER?

¿A QUIÉN VENDER?

¿CÓMO VENDER?

El producto o servicio que va a emprender va a definir el mercado objetivo. Deberá tomar en cuenta las características del cliente:

- Sus preferencias, gustos, inclinaciones, qué es lo que más valoran de un producto o servicio.
- ¿Qué precio máximo están dispuestos a pagar por un producto?
- ¿Cuál es la opinión que tiene de los productos que actualmente se ofrecen en el mercado, en términos de calidad?
- ¿A quién le compra actualmente y por qué? Observe a la competencia y analice cómo diferenciarse de ellos



**Por ejemplo:
si estamos pensando en vender
ropa para mujeres, nuestro mer-
cado serán las mujeres del barrio.**

Auto-diagnóstico 2

Según su producto ¿Cómo es su público meta?

VALORACIÓN DE LA IDEA

En el mercado habrá otras personas o empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio que usted piensa vender, esto es a lo que llamamos competencia.

Deberá estudiar las características de su competencia más cercana con el fin de que sus productos o servicios tengan alguna particularidad que los distinga del resto de los competidores y sea atractivo para el cliente. De la competencia se debe conocer:

La competencia

¿Conoce empresas con producciones similares a la suya?

¿Conoce sus estrategias?

¿Existen productos sustitutos ?

EL PRECIO

Los consumidores se fijan mucho en el precio antes de decidir qué comprar y dónde

LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Es importante saber qué materias primas usa, dónde compra los productos, o si se trata de un emprendimiento textil, qué calidad tienen las costuras y terminaciones. Muchas veces los clientes prefieren pagar un poco más por un producto de calidad.

LA CALIDAD DEL SERVICIO

En este caso, debe observar la imagen que tiene la competencia en el barrio, de qué manera atiende a los clientes, si hace promociones, etc.

PROVEEDORES

Otro actor que hay que tener en cuenta e investigar son los proveedores. No se trata de ir al primer proveedor que se encuentre, sino de comparar precios, calidad del producto y variedad que se ofrece.

UBICACIÓN

Dónde está ubicado el negocio, etc.

ANÁLISIS DE VIABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO



Analizar la viabilidad del emprendimiento consiste en ver si se trata de un negocio posible de llevar a cabo, si se tienen todos los recursos que son necesarios para hacerlo. Para hacer más fácil el análisis, puede utilizar una herramienta conocida como análisis FODA mediante el cual se miden:

FORTALEZAS

OPORTUNIDADES

DEBILIDADES

AMENAZAS

Las fortalezas y las debilidades son internas, es decir, pertenecen a una persona o a un negocio.

Por otro lado, las amenazas y oportunidades son externas, tienen que ver con el entorno y afectan al negocio sin poder evitarlas.

FORTALEZAS

- Soy amable con los clientes.
- Mi negocio se encuentra sobre una ruta principal: hay mucho tránsito.
- Soy bueno para recordar las preferencias de mis clientes.

DEBILIDADES

- Mi negocio es pequeño, no tengo capacidad de crecimiento.
- A veces me piden más empanadas de lo que puedo producir en el día.
- No tengo siempre el capital para invertir en mercadería.

OPORTUNIDADES

- Casi nadie vende ropa para niños en el barrio.
- Hay cada vez más gente que se instala en el barrio.
- Hay muchas madres jóvenes en la zona.

AMENAZAS

- Los precios de mis proveedores varían bastante y me pueden obligar a alzar los míos.
- Si ven que tengo éxito, me pueden robar la idea de negocio fácilmente y competir conmigo.
- Hay competidores que venden mucho más barato.

Escriba en los espacios su FODA

EL PLAN DE LA EMPRESA



El Plan de la Empresa consiste en una guía de acción para la empresa, las estrategias, las actividades a realizar y los medios o recursos necesarios para concretar su proyecto. Para planificar debidamente, debe tener en claro algunas ideas:

EMPRESA

- Tipo de empresa: producción, comercialización o servicios que ofrecerá.
- Dónde estará ubicada.
- El nombre de la misma.

PRODUCTO O SERVICIO

- Una breve descripción del producto:
¿Qué es?, ventajas del producto, quienes podrán ser clientes, si es un producto de necesidad o de lujo, etc.

NECESIDAD DE RECURSOS HUMANOS

- Necesitamos conocer la cantidad de personas que deben trabajar en el negocio para cubrir la totalidad de las actividades. ¿Estas personas deben tener una capacitación específica? ¿Deben ser profesionales en alguna temática en particular? ¿Tengo que generar un plan de capacitación para mis empleados? ¿Cuánto me cuesta inscribirlos en el registro correspondiente, es decir, con pensiones y obra social?

RECURSOS MONETARIOS

- El monto de dinero que necesito para realizar una inversión inicial suficiente que me permita darle lanzamiento al negocio. Luego tengo que ver si cuento con este dinero, o si tengo que sacar un crédito.

Ahora realice el plan de su empresa:**EMPRESA****PRODUCTO
O
SERVICIO****NECESIDAD DE
RECURSOS
HUMANOS****RECURSOS
MONETARIOS**