

SESIÓN 4

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO I

I. CONTENIDOS:

1. Nombre de la Empresa
2. Descripción de la Empresa.
3. Tamaño de la Empresa.
4. Justificación de la Empresa.

II. OBJETIVOS:

Al término de la Sesión, el alumno:

- Definirá el nombre de la empresa o del producto o servicio.
- Describirá el tipo de empresa que formará parte del Plan de Empresa.
- Analizará el tamaño de la empresa, de acuerdo al giro o tipo y al número de empleados.
- Justificará la existencia de la empresa conforme a la necesidad o problema que soluciona.

III. PROBLEMATIZACIÓN:

Comenta las preguntas con tu Asesor y selecciona las ideas más significativas.

- ¿Por qué las empresas deben de tener un nombre atractivo?
- ¿Cuáles son los criterios que emplearías para decidir el número de empleados que debe tener una empresa?
- ¿Qué problema social te gustaría resolver? ¿Crees que esta solución te pudiera ayudar a formar tu propia empresa?
- ¿Qué saber hacer? ¿Con lo que sabes hacer pudieras generar un autoempleo?
- ¿A qué te gustaría dedicarte al comercio, a la industria o a los servicios?

IV. TEXTO INFORMATIVO-FORMATIVO:

1.1. Nombre de la Empresa

El nombre refleja la identidad de la empresa y a través de él se presenta a la sociedad, manifiesta su imagen, lo que la hace única y por lo tanto debe integrar un sin número de detalles propios de ella. Por ello el nombre debe ser:

DESCRIPTIVO: que exprese a lo que se dedica y su especialización.

ORIGINAL: que sea totalmente nuevo y se exprese por algún símbolo, palabra, figura o nombre.

ATRATIVO: llamativo, fácil de recordar y visible.

CLARO Y SIMPLE: que se pronuncie como se escribe y viceversa.

SIGNIFICATIVO: que se asocie con formas y/o significados positivos.

AGRADABLE: de buen gusto sin dobles sentidos o términos vulgares.

Escoger el nombre de la compañía es de suma importancia ya que refleja lo que ella realiza o puede realizar. El nombre es de por sí publicidad y se puede colocar en cualquier parte. Por lo que se requiere mucha creatividad para elegir un excelente nombre. Una excelente elección del nombre para una empresa influirá en las ganancias que se tengan al llevar acabo la venta en el espacio comercial. Por ello se requiere que nombre transmita a los consumidores la idea de lo que quiere vender esta vendiendo.

Se recomienda que el nombre que se escoja haga relación y acople a lo que la compañía vende. Por ejemplo si se dedica al área tecnológica debe usar palabras que suenen y tengan algo que ver con la tecnología.

Existen palabras o frases que tienen la apariencia de ser muy inofensivas para algunos pero para otros resultan ser molestas y ofensivas, así que se debe tener mucho cuidado con eso. Usar el nombre propio, en ocasiones, tiene sus inconvenientes pues tienen la limitante de no expresar lo que la compañía hace. Es importante analizar esta opción cuando la persona es reconocida por capacidad, éxitos logrados en lo que hace u ofrece y por su experiencia. Cuando se utiliza un logo se le puede agregar el nombre de la compañía o la primera letra de las palabras que la componen. Así mismo es posible que queden separadas a partir del perfil corporativo que se quiera tener.

2.1. Descripción de la Empresa.

En este espacio se explica el tipo (giro) o función de la organización. La función de una compañía expresa las actividades, finalidad, ocupación u objeto principal de la misma. Conforme a la Secretaría de Economía (antes era SECOFI) podemos distinguir tres clases, compañías de tipo Industrial, de tipo Comercial y las que ofrecen servicios. Hay quienes integran una más que son las compañías de tipo Agrícola.

Las compañías de tipo industrial llevan acabo tareas de transformación obtienen recursos o materia prima y le adhieren valor al procesarlos. La de tipo comercial adquiere mercancías o bienes para venderlos después. Las que ofrecen servicios se distinguen por crear relaciones e interrelaciones sin tener en cuenta el aspecto físico del artículo (educación, turismo, bancario).

Las compañías de tipo agrícola son las que se dedican a la ganadería, pesca o silvicultura y comprenden acciones de primer nivel. A estas compañías a quienes las clasifican dentro de las industriales.

Ejemplos de cada una de las Compañías			
De Tipo Industrial	De tipo Comercial	De Servicios	Agrícolas
Textil	Mayoristas	Sector Educación	Ganadería
Eléctrica	Minoristas	Sector Turismo	Pesca
Cinematográfica	Comisionistas	Sector Bancario	Silvícolas
Hulera			
Azucarera			

La descripción de la empresa es importante cuando se desea conseguir apoyo económico o cuando se quiere realizar un escrito al interior de la empresa. La descripción de la empresa implica una óptica corporativa, que refleja quién es usted, qué ofrecerá y las necesidades que hay en la sociedad y que se buscan satisfacer, así como por qué es posible este proyecto comercial. Muchos dueños de empresas caen en el error de gestionar su empresa sin una visión, hecho que debilita el poder de crecimiento y de triunfo de la compañía.

Cuando la descripción es clara y concreta se facilita su uso a favor de la organización y le permite sacar adelante su proyecto, así como la obtención de muchas ventajas en las circunstancias que se le presenten cada día, como podrían ser el hecho de entablar una relación comercial o efectuar una llamada en frío para agendar una conversación con un diario. Normalmente el espacio que corresponde a la descripción de la compañía debe incluir: un resumen de la industria, información acerca de la empresa, describir los artículos y/o servicios, el nivel de posicionamiento que tiene la fábrica y las estrategias a seguir para los precios.

3.1. Tamaño de la Empresa

Respecto al tamaño de las empresas podemos señalar que se seleccionan en los siguientes bloques, que son: micro, pequeña, mediana y grande. Existen diversos aspectos para especificar el tamaño de las empresas, como puede ser el número de empleados, el capital que tienen, volumen de ventas, por volumen de producción, por los beneficios que obtienen y la ubicación territorial.

Veamos ahora gráficamente la diferente selección que se hace de las empresas según su perfil y orientación.

GIRO ECONÓMICO	CANTIDAD DE PERSONAL	MONTO DE INVERSIÓN Y VENTA	CONSTITUCIÓN LEGAL
E. Sector Primario E. Sector Secundario o Industrial E. Sector Terciario o de Servicios	Microempresa 0 – 10 personas Pequeña Empresa 11 – 50 personas Mediana Empresa 51 – 250 personas Gran Empresa 251 en adelante	Por Ventas Micro E. 3 millones Pequeña E. 9 millones Mediana E. -20 millones Gran E. + 20 Millones Por inversión Sociedad de Responsabilidad limitada De \$48, 344 a \$4, 834, 410 Sociedad Anónima y Anónima Laboral un mínimo de \$966, 882 Simple, comunitaria o Por acciones un mínimo De \$966. 882 y un Máximo de \$4,834, 410	Unipersonal Sociedad Colectiva Cooperativas Comanditarias Sociedad de Responsabilidad Limitada Sociedad Anónima

Expliquemos, ahora, un poco algunos de estos aspectos. Las empresas del sector primario se les llaman a sí por que su materia básica para llevar a cabo su actividad la extraen de la naturaleza de manera directa (ganadería, agricultura, pesca, petróleo). Las del sector secundario o industrial transforman la materia prima (construcción, óptica, textil, maderería). Las del sector terciario o de servicio contemplan la fuerza del hombre como aspecto principal pues se desarrollan en el área intelectual o física (bancos, transporte, seguros, comercio, educación, asesoría, restaurantes, hotelería,).

En relación con el número de personal las microempresas pertenecen a un individuo y se desempeñan en la línea artesanal. Las pequeñas empresas son formadas para ser rentables, no sobresalen en el ambiente industrial al que pertenecen y son independientes. En las empresas medianas participan centenares de personas, suelen contar con sindicato, son automatizadas y tienen funciones y responsabilidades muy claras. Las grandes empresas administran capital y financiamiento a gran escala, su instalación es propia, sus ventas son de millones y sus créditos también.

Respecto a la constitución legal de una empresa en cada nación existe una regulación jurídica a la que deben ajustarse los negocios para llevar a cabo su giro. Por lo que su giro, sus derechos, responsabilidades y obligaciones están condicionados por su forma jurídica. Así se puede hablar de las unipersonales donde el dueño responde con sus bienes en caso de que las personas se

vean afectadas en el desarrollo de la empresa. Las empresas de sociedad colectiva esta conformada por socios los cuales responden con sus pertenencias ante daños de los trabajadores.

Las cooperativas no buscan lucrar sino que pretenden responder a las necesidades de los socios. Las comanditarias que contemplan a los socios con responsabilidad ilimitada y los de responsabilidad limitada sujeta a la aportación económica.

En las sociedades de responsabilidad limitada los socios propietarios se limitan a responder por el capital que invierten en la empresa. Finalmente las de sociedad anónima se limitan a responder por el capital que invierten pero abren la posibilidad para que otros compren acciones de la compañía.

4.1. Justificación de la Empresa.

En este apartado podremos decir que la justificación de la empresa debe ser doble: económica y moral. Respecto a la justificación económica es buscar hacerse de beneficios, adquirir utilidades y lograr buenos resultados materiales. Esto refleja el aspecto material de las personas que forman la empresa pues desean hacerse de recursos. Y en lo que se refiere a la justificación moral podemos señalar que debe prestar un verdadero servicio a la sociedad en la que se encuentra ubicada la empresa. Esto manifiesta el lado espiritual de las personas que constituyen la compañía.

La empresa esta llamada a ofrecer un servicio y generar dinero. Las dos cosas son importantes. Ya que podemos ver que se dan casos en los que las organizaciones se hacen de mucho dinero pero no ofrecen un servicio de calidad a la sociedad. Por otra parte también existen quienes tienen ideológicamente una excelente justificación moral pero no generan la riqueza necesaria para compensar el trabajo de sus miembros.

Por prestar un servicio entendemos que la empresa aporta cosas positivas al bien común y si esto no se logra, la organización no se justifica en su totalidad. La obtención de ganancias económicas es igualmente de importante que ofrecer un aporte positivo a la sociedad y a los miembros que integran la empresa. En este sentido cualquier compañía financiera o mercantil, para que realmente sea empresa, debe contar con esa doble justificación: económica y moral. Al punto de decir que sin esa justificación doble no puede llamarse empresa.

En base a las anteriores justificaciones se puede ver más claro y con mayor sentido la necesidad a la que va a responder, la cual, va a justificar la razón de su existencia. Pues su ser y su existencia se incuban en la necesidad colectiva y en la manera de satisfacerla lo que van a dar como resultado la importancia de la misma. La necesidad a satisfacer es el punto de partida para una empresa. De la necesidad nacen los objetivos, la misión y la justificación de su implementación. Para responder a dicha necesidad no olvides que se requiere mucha creatividad.