



**NOMBRE DEL ALUMNA:** Rocio del Carmen Díaz Sánchez.

**NOMBRE DEL PROFESOR:** Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga.

**NOMBRE DEL TRABAJO:** Nacimiento de la idea de negocio

**MATERIA:** Taller del emprendedor.

**GRADO:** 9<sup>no.</sup> Cuatrimestre de trabajo social y gestión comunitaria

**GRUPO:** A

## INTRODUCCIÓN

Toda empresa nace de una idea, una idea acerca de la fabricación de un producto o la prestación de un servicio que permita satisfacer la necesidad de alguien, el futuro cliente. Cuando se tiene una idea relativa al desarrollo de una actividad empresarial, ya se ha dado el primer paso para crear una empresa; cuando aún no se tiene, lo primero que se debe hacer es buscarla. Pero la idea difícilmente se concretará en una empresa si no está apoyada en una actitud personal: la ilusión; ilusión y entusiasmo por crear algo nuevo, por iniciar una aventura que para algunos durará y marcará toda su vida. Así pues, la idea es el germen de la empresa. Sin embargo, no toda idea es susceptible de materializarse en una actividad empresarial. Es preciso que el proyecto se pueda llevar a la práctica: que la persona o personas promotoras sean capaces de implantarla, que proporcione los ingresos suficientes para cubrir todos los gastos e inversión necesarios para su realización, y que genere un beneficio que compense el esfuerzo y la dedicación

## NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Hay personas que han puesto en marcha ideas de negocio realmente innovadoras y exitosas o ideas que, sin tener un marcado carácter innovador han sabido dar respuesta a las necesidades concretas y también han resultado un éxito. Para tener una idea no es necesario ser un inventor ya que la mayoría de las ideas de las que surgen los nuevos negocios no parten directamente de grandes descubrimientos técnicos sino de la observación de las actividades que se producen en la sociedad que nos rodea, de observar con atención la vida cotidiana. Conseguir una buena idea para iniciar un nuevo negocio es posible. Una de las claves fundamentales es utilizar y desarrollar las actitudes creativas. La mente es el material y no es algo físico, trabaja a todas horas del día sin detenerse. Todas las personas poseen capacidad creativa y por lo tanto pueden desarrollarla. Timmons (1990) asegura que:

Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio, esto es lógico, ya que la idea, por sí misma, aunque es la esencia del emprendimiento, requiere una combinación de factores que beneficien su desarrollo; así, es uno de los puntos clave de inicio, pero debe acompañarse de lo que se define como un buen modelo y plan de negocios. (p.30)

Sin embargo la idea se da cuando el futuro empresario se relaciona y se orienta con sus capacidades imaginativas, creativas, innovadoras, a una perspectiva de negocio y empieza a asociar esa idea con mercados, clientes, tecnología, recursos, contactos y eso hace que la intención de establecer un negocio.

Por lo tanto la idea es la intención de emprender una acción con el objetivo de responder a una necesidad de los clientes, con alta imaginaciones de innovaciones, caracterizando por ser único (a), o bien el peor de los casos diferente y debe ofrecer rentabilidad a largo plazo. Una vez que se haya generado la idea de negocios, y tiene en claro que ella es innovadora que se debe evaluar para saber si es buena la idea de negocios o bien rechazable. Puchol (2005) menciona que:

Tener buenas ideas no es extraño, todos tienen ideas, ya que el cerebro está en actividad constante y aun de manera inconsciente buscamos soluciones a problemas, carencias y necesidades y por lo

regular las generamos como representaciones mentales (la mayor parte de las veces no estructuradas). Por esta razón no debemos catalogar a las personas creativas como extrañas, sino como personas que tuvieron una idea original y trabajaron arduamente en su desarrollo, dándole estructura, congruencia y visualizando la transición de la idea o concepto a la realidad. (p.31)

Por esta razón la idea de negocio sale de la creatividad de una persona, ya sea motivado por la intención de crear una empresa con el objetivo de obtener ingresos, mediante la prestación de un servicio o la entrega de un bien, con el cual pueda satisfacer alguna necesidad existente o de crear una necesidad para que esta sea satisfecha con la idea de negocio. Por lo tanto la idea de negocios debe ser útil, relevante, novedosa y factible. Hay que tener en cuenta que en la actualidad la mayoría de productos y servicios para satisfacer necesidades ya están en el mercado, por el cual quien decida salir al mercado con una nueva idea de negocio debe poseer grandes características de innovación y creatividad de tal manera que llegue con total aceptación al mercado y sea acogido con éxito, y de igual manera que tenga la capacidad competir y permanecer en el tiempo dentro del mercado.

A la hora de plantearnos la posibilidad de asesorar en la creación de una empresa, debemos conocer los aspectos básicos y fundamentales del proyecto empresarial, especialmente la idea del negocio y las características de las personas que quieren emprender. Qué es lo que se quiere hacer o producir, así como cuáles son las herramientas para ayudar a acceder al mercado competitivo al emprendedor (sabiendo que el conocimiento de ese mercado corresponde al emprendedor ya que en él va a desarrollar su actividad), a los efectos de determinar de forma estimativa, En este ensayo previo nos permitirá definir el proyecto a la medida de los conocimientos, aptitudes y habilidades del emprendedor que previamente habremos detectado, así como adecuarlo a las posibilidades de sus recursos financieros y capacidad de entrada en el mercado. Puchol (2005) considera que:

Las propuestas de valor que en realidad son atractivas para el consumidor resultan extremadamente difíciles de encontrar. Una vez que las empresas comprenden a sus clientes, pueden ser más inteligentes al asignar recursos, si esto no sucede, pierden el tiempo al desarrollar y exponer ventajas competitivas que a sus clientes no les interesan. (p.31)

Pero a nosotros nos interesa otra cosa: convencernos (a nosotros mismos) de que no nos estamos engañando con nuestra idea y de que realmente hay un posible negocio en nuestra idea. Y paradójicamente, mientras más «pegas» le pongamos a nuestro proyecto, mejor.

## CONCLUSIÓN

En conclusión como se ha indicado el promotor de una idea empresarial debe tener un conocimiento relativamente profundo de la actividad que va a desarrollar, lo que necesariamente exige un conocimiento y comprensión del entorno en el que va a operar su empresa. **El entorno puede ser definido como el conjunto de factores o fuerzas externas que influyen, o pueden influir, en la actuación y en los resultados de la empresa.** Como puede comprenderse, dicho conjunto de influencias es muy amplio y el empresario debe llevar a cabo alguna sistematización de las mismas para poder comprenderlas y analizarlas. En este sentido, es posible diferenciar dos grandes tipos de entorno: el entorno general o macro entorno y el entorno sectorial o micro entorno.

## REFERENCIA

Jeffrey Timmons (1990) "taller del emprendedor" *nacimiento de la idea de negocios*, (30) pp. 1-104.

Puchol (2005) "taller del emprendedor" *nacimiento de la idea de negocios*, (31) pp. 1-104.

Puchol (2005) "taller del emprendedor" *nacimiento de la idea de negocios*, (31) pp. 1-104.