



Materia: *Taller del emprendedor.*

Trabajo: *Ensayo.*

Tema: *“El nacimiento de una idea de negocio”*



Nombre del Profesor(a): *Dr. Hugo Adalberto Santiesteban Paniagua.*

Nombre del Alumno: *José Alfredo Tapia Landeros.*

Cuatrimestre: *9°.* Carrera: *Lic. Contaduría Pública.*

Ocosingo, Chiapas a 28 de mayo de 2019.



## **Introducción.**

Impulsar el desarrollo o la generación de una idea de forma original, que ayude o se distinga de los demás productos que existen en el mercado, dará a los competidores una razón para seleccionar ese producto y no otro, convirtiendo estas ideas en negocios, toda vez que exista un mercado al que sea dirigido o que se concentre en el fin de satisfacer una necesidad, para el bien común de unos o muchas personas.

Además además las ideas valiosas suelen dar solución práctica a los problemas específicos, y las personas obtienen un beneficio que ayuda a facilitar su vida diaria.

En los modelos de negocio, se describen la forma en que una organización se creara, ya sea económico o social, el diseño de negocio podrá ser un diagrama de los componentes claves de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma. Estructura que será útil y eficaz si se sigue paso a paso.

La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.

Un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor. Manteniendo costos fijo bajos y el cliente alto para maximizar las ganancias.

Antes de emprender un negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir cuáles son sus objetivos al crearlo.Cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. Una vez que se ha enfocado en una idea, se debe justificar la importancia de la misma, especificando la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

Es entonces cuando se debe pensar en la creación de un nombre para la empresa pues esta será su carta de presentación, reflejando su imagen y su sello distintivo, motivo por el cual deberá contar con una serie de características específicas. El nombre ser entre otras cosas, descriptivo, original, atractivo, claro y simple, significativo y agradable.

Toda empresa bien, perfectamente bien constituida debe tener bien definido el giro de su empresa ya que esta tendrá definido su objetivo u ocupación principal. Pudiendo ser un giro comercial, industrial o de servicios.

Una vez hecho esto se debe enfocar en la misión de la empresa la cual será su razón de ser, el propósito y motivación por la cual existirá que a su vez servirá de guía en sus actividades.

Pero al igual que la misión, también se debe de contar con una visión de la empresa, la cual será la ayuda del emprendedor y que guiara la empresa que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite tener objetivos y estrategias claras, que se convertirán en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta deseada.



## Desarrollo.

### “NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO”

Es impulsar el desarrollo del emprendimiento, con una idea original, que diferencie un producto con elementos muy parecidos a los de sus competidores, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

Las oportunidades se convierten en ideas de negocio, siempre y cuando exista la demanda de un producto o servicio, y esta se satisfaga.

Un producto es apto de ser sustituido, favorablemente por otro con mejores características, más económico o apreciado como de mayor valor por el cliente. Además puede ser susceptible a ser mejorado porque es muy costoso cuando se descompone o se rompe y en el peor de los casos no tenga reparación.

Cuando ya se tenga identificada estas ideas o potenciales oportunidades, aparecerá la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico, con alto potencial de crecimiento económico, sustentabilidad y perdurabilidad.

Tener buenas ideas no es extraño, todos poseen ideas, ya que el cerebro está en actividad constante y aun de manera inconsciente se busca soluciones a problemas, carencias y necesidades y por lo regular se generan como representaciones mentales (la mayor parte de las veces no estructuradas).

Las ideas más valiosas suelen representar una solución práctica a problemas específicos, y las personas que las desarrollan no están enfrascadas en rutinas o pereza mental.

Una vez que las empresas comprenden a sus clientes, pueden ser más inteligentes al asignar recursos, **si esto no sucede**, se puede perder el tiempo al desarrollar y exponer ventajas competitivas que la competencia podría tomar como debilidades, y así perder clientes.

Y su vez se debe tener en claro que no todos los beneficios deben ser para el cliente, sino que la empresa también tiene que ganar con estas propuestas, por lo que tiene que haber un balance en el beneficio percibido por ambas partes.

Desde un punto de vista estratégico, la clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia. Con una mezcla única en productos, servicios, beneficios, y valores agregados que se ofrecen a los clientes.

Fayolle definió que el emprendimiento es un proceso dispuesto para la creación de valor incremental.

Por tanto, **la creación de valor** está ligada a la innovación y a la creación de ventajas competitivas sostenibles.

Se dice que la mayoría de las personas que son dueños, accionistas de un negocio no pueden explicar qué hace su empresa; es decir, no conocen o no tienen clara la propuesta de valor de la empresa. La mejor manera para comenzar a alinear a los empleados y a la dirección, es entender el beneficio que la empresa trata de entregar a sus clientes. Como es la de:

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

Se dice que la propuesta de valor está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta. También se menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas

- Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida
- Determinar una postura de valor para el producto, tal como más por más, más por lo mismo, lo mismo por menos, menos por mucho menos, más por menos.
- Y por último, desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente: ¿por qué debo comprarle a usted?

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

Aunque no siempre, las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio, otras veces el cambio está en dar una utilidad posterior al envase, en ocasiones el cambio está en el servicio

A veces ni siquiera es necesario aportar nada nuevo en términos de tecnología o innovación en el producto o servicio, simplemente se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito.

Mejor compra o menor costo total: consiste en fijar precios económicos (bajos), buena calidad y servicio.

🚦 simplemente se puede pensar en algunas de las siguientes opciones:

- Ofrecer mejor calidad.
- Dar más por el dinero
- Lujo y aspiración, también llamado “más por más”.
- Crear la necesidad de tenerlo.
- Ofrecer lo mismo por menos.
- Menos por mucho menos.

La propuesta de valor debe considerar una serie de elementos muy importantes tanto para el cliente como para la empresa, los cuales son, elementos relacionados con el cliente:

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.

Además de los elementos relacionados con el punto de vista de la empresa:

- Objetivo estratégico de la empresa (rentabilidad, altruismo, posicionamiento, crecimiento, altos ingresos, etcétera).
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Inversiones necesarias, presentes o futuras.
- Riesgos calculados y posibles acciones.

Además, no debe olvidar tener clara la respuesta a esta serie de preguntas:

- ¿Por qué compra mi cliente?
- ¿Qué lo hace ser fiel a una marca?
- ¿Qué espera mi cliente?

En definitiva, para tener éxito es indispensable que ambos, el consumidor y la empresa, resulten beneficiados en el proceso de producción y venta de bienes y servicios, de ahí la importancia de tener perfectamente establecida la propuesta de valor.

Existen elementos de entre los cuales un emprendedor puede elegir (uno o varios), aquí algunos importantes.

- Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto. Por lo general las tecnologías avanzadas atraen a las personas y les ofrecen algo adicional a lo que ya reciben.
- Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir.

Cuando ya se tiene una idea de lo que representará la propuesta de valor

Los valores son cuantitativos o cualitativos y se miden con los siguientes parámetros:

- Facilita el trabajo del cliente en algún aspecto.
- Posee un mejor diseño en relación con otros similares o que cubren la misma necesidad.
- Le da valor a la marca.
- Ayuda al consumidor a reducir otros costos.

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

Según lo expuesto, un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma. Una estructura que será ciertamente útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- Análisis técnico-operativo.
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- Análisis financiero.

Al planear un negocio es necesario definir hacia quién se quiere enfocar el producto o servicio, ya que el cliente tiene una influencia positiva en el posicionamiento y la rentabilidad de la empresa, hecho que se ha confirmado en diversos estudios.

La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.

Es decir, es una representación clara y concreta de cómo una empresa espera ofrecer una propuesta de valor a sus clientes, lo cual implica tanto el concepto de estrategia como el de implementación u operación.

Los modelos de negocio comprenden los aspectos:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).

Propone que un nuevo modelo de negocio debe enfocarse en diseñar su producto/servicio para una necesidad conocida, a través de un proceso innovador, o incluso basado en una mejor manera para hacer, diseñar, vender o distribuir un producto o servicio ya existente.

El término modelo de negocio es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas.

Como se señala, un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

Si una empresa tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado. La razón por la que es necesario este punto es que si la empresa ofrece lo mismo que sus competidores, entonces los consumidores no tendrían por qué preferirla sobre las demás.

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja,

- ¿Quién es el cliente potencial para la empresa?
- ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio:

- Propuesta de valor:
- Segmento de mercado:
- Estructura de la cadena de valor:
- Generación de ingresos y ganancias:
- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia):
- Estrategia competitiva:

Existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera:

1. *Segmento del mercado:*
2. *Propuesta de valor:*
3. *Canales de distribución:*
4. Relación con los consumidores:
5. Flujos de efectivo:
6. Recursos clave:
7. Actividades clave:
8. Socios clave:
9. Estructura de costos



Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas. El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas:

- **Descriptivo.** La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
- **Original.** La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado) y se puede constituir por cualquier signo o símbolo, palabra o palabras, figura, forma geométrica o tridimensional, o bien por el nombre propio de una persona.
- **Atractivo.** Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización.
- **Claro y simple.** Que se escriba como se pronuncia y viceversa.
- **Significativo.** Que se pueda asociar con formas o significados positivos
- **Agradable.** Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto; que no implique dobles sentidos o términos vulgares, ya que esto provoca rechazo inmediato en el consumidor, aun cuando en un principio pudiera parecer gracioso.

### Tipo de empresa

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

**Comercial.** Se dedica a la compraventa de un producto determinado.

**Industrial.** Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.

**Servicios.** Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta. Una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un poblado pequeño, como pudiera serlo en una ciudad grande a menos, por supuesto, de que las características particulares de ese poblado lo distinguan por tener una fuerte industria en el área.

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, por ejemplo:

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta. La palabra visión viene del latín "visto", entonces la visión es la acción de ver al futuro, la mayoría de las nuevas empresas utilizan lapsos de entre 5 y 10 años de tiempo para alcanzar su visión.

Una visión, debe ser:

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad (el primer paso fue redactar la misión). En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.

Con base en el tiempo en que se pretenden cumplir, los objetivos se clasifican en las siguientes categorías:

- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Lo anterior fundamenta el posible éxito de una empresa, por lo que se deben establecer de forma correcta y concreta esos elementos de éxito. Si se cumple con esto, los productos y/o servicios de la empresa poseerán ciertas características particulares, distintivas, que los diferenciarán de otros similares, presentes en el mercado

- ***Ventajas competitivas.***
- ***Distingos competitivos.***

Este punto del plan de negocios establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que haya presentado.



## Conclusion.

El nacimiento de una empresa por medio de una idea de negocio, es establecer un pensamiento o inquietud, que ayude a mejorar o facilitar la vida diaria, de las personas y que a su vez generan recursos o beneficios para la persona que tiene estas ideas.

Pero más allá de que se realice por negocio se tiene que tener en cuenta que esto tendrá un beneficio para una persona o personas.

Esto también tendrá una serie de acciones que se deberán realizar, como es el de la organización de deberá llevar, su estructura, es por eso que es importante el modelo de negocio en el cual el emprendedor se basara, para dar inicio a las operaciones de la empresa de eso dependerá el éxito o fracaso de la empresa.

Además deberá tener un nombre acorde al giro al cual se dedicara, pero con un nombre único, limpio, pegajoso, y que un cliente no olvide tan fácilmente.

En conclusión, para el nacimiento de un negocio, no solo basta con tener una idea que pueda revolucionar el mercado o una modificación de algún producto existente, con alguna mejora, **sino saber la importancia que es emprender un negocio**, los beneficios que se tendrán, pero sobre todo las obligaciones que se contraerán, que llegado el momento contara con empleados, los cuales dependerán del buen manejo de este negocio, que permitirá aportar algo en la sociedad y a la economía del municipio, estado y al país.

Es por estas pocas razones, por las que un emprendedor debe tener muy claro y definido el objetivo de su empresa o negocio y sobre todo saber estructurarlo, para que el día de mañana esta idea de negocio llega a hacer una gran compañía que ayude, revolucione o mejore la vida de las personas.