

NOMBRE DEL ALUMNO:

YESICA DARIANA SÁNCHEZ SÁNCHEZ

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

9° CUATRIMESTRE

TRABAJO:

ENSAYO UNIDAD II

CARRERA:

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

PROFESOR.

HUGO ADALBERTO SANTIESTEBAN PANIAGUA

INTRODUCCIÓN

Para impulsar a tener un negocio, lo primero es tener la idea de que va a tratar. Es importante tomar en cuenta la competencia y ver que el negocio sea más interesante para los clientes que por otros.

Una idea siempre va hacer creativa, tenemos en la mente que el negocio tendrá un éxito, tiene que ser duradera y estar sustentadas a que los productos o servicios que se van a crear; clientes dispuestos a pagar por ello.

Es por eso que, para crear una empresa o negocio de cualquier tipo, debe de plantearse objetivos a corto, mediano y largo plazo, esto fundamenta el posible éxito de una empresa.

Para poder encontrar una idea de lo que la persona quiere emprender hay prestar atención a ciertos elementos como los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera.

Empezar teniendo la idea es un buen comienzo para hacer un negocio, en general todos los seres humanos tenemos ideas, 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.

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Para proponer un negocio, antes de eso se tuvo que tener una idea, talvez no original, pero si visualizando la idea a un concepto realista. Todo emprendedor aparte de tener ideas de un nuevo negocio, debe de tener en cuenta que nombre recibiría su empresa, como sería si el emprendedor fuera el cliente y tuviera que ver el nombre, tiene que ser atractivo, fácil de comprender y un significado.

También se tiene que hacer ciertas preguntas hacia el mismo como si su producto o negocio que vaya a comercializar será mejor que el de la competencia o porque el cliente debe de comprar ahí y no en otro, si el nombre del negocio llama la atención de las personas.

Sin embargo, en ocasiones para los dueños del negocio le es muy difícil encontrar a consumidores, porque no es tan fácil ganar la confianza clientes, una vez haciéndolo, deberá de aprovechar ese momento para asignar más recursos, buscar estrategias para que el negocio les ofrezca mejores beneficios a los clientes que los de la competencia.

De acuerdo con Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

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 es así, las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio y la calidad del producto y lo que la gente siempre busca es economizar y darle solución a su necesidad.

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias, por lo tanto, al verlo desde otra perspectiva, el emprendedor tendría que cambiar los precios de sus productos, disminuir los costos para así obtener mejores ganancias que los de la competencia.

No obstante, se habla de una propuesta de valor, es decir que es creado para individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (proceso) o servicio.

Por otro lado, la mayoría de las personas que tienen un negocio no pueden explicar muy bien de qué se trata, esto hace que tenga una desventaja al no tener claro la propuesta de valor de la empresa. Es por eso que concuerdo con Metzger (2007) Que 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.

Por tal motivo, la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características: Reflejar una buena imagen, calidad y precio que maneja la empresa para ofrecerle a los clientes, otorgarles información a los clientes sobre los beneficios o riesgos que genera consumir el producto, tener comunicación para mejorar la empresa y ser diferentes que la competencia, ser simples y entendibles para el cliente aprecie los beneficios.

Sabiendo esto, tenemos más claro que es la propuesta de valor y lo que se refiere es que son los beneficios que la empresa ofrece a sus clientes para que queden satisfechos con sus productos y puedan recomendar con más facilidad a la empresa.

Muchas 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.

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. Es decir, que tienen que tomar en cuenta los propósitos, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros para que el negocio se lleve a cabo.

Al planear un negocio lo primero que se debe tomar en cuenta y definir es hacia dónde va el producto, para quien va hacer dirigido. En este caso el emprendedor debe de saber que, aunque tenga la idea en su mente, debe estar consciente que no siempre va resultar exitoso, hay que tomar riesgos para ver si su empresa es rentable y si generaría beneficios económicos.

Es por eso que concuerdo con Magretta (2002), ella 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.

Pero para que la empresa tenga mejor “éxito” no solo se necesita de crear un nuevo producto, diseñar o vender, sino de herramientas que favorezca su eficacia como justificar la importancia de consumir su producto, tecnologías, recurso para el capital, trabajadores, locales, consumidores, inversionistas que puedan aportar en la empresa y tener un mejor rendimiento y que toda la inversión se recupere después.

CONCLUSIÓN

La mejor manera de que el negocio sea productivo es hacer algo diferente que el resto de los demás, desde el precio, la calidad, los productos que sean innovadores hasta la atención que reciben los clientes.

Por otro lado, tomar en cuenta que las personas se fijan mucho por el nombre del negocio, la mayoría de las personas cuando el nombre se les hace raro o muy llamativo, preguntan sobre la significación de este, por lo tanto, el nombre debe ser algo principal para el negocio, debe ser fácil de pronunciar, claro y agradable para las personas.

La razón por la que es necesario este punto es porque, si la empresa ofrece lo mismo que sus competidores, entonces los consumidores no tendrían por qué preferirla sobre las demás.

La empresa debe dar información a los clientes sobre lo que ofrece, convencer que su producto puede llegar a ser mejor incluso que los de la competencia, siendo el mismo o algo similar.

Hay que tener en cuenta que las personas son muy difíciles de convencer, ellos lo que buscan es satisfacer principalmente su necesidad, también si el negocio les queda más cerca que el otro, si el negocio les llama más la atención por el color, como está organizado todo y si la empresa sabe aprovechar eso, fácilmente el cliente comprará su producto.

Es por eso que la empresa debe tener una misión para que el propósito o motivo por el cual existe de sentido y guía sus actividades para mantener atención de la cliente, alta calidad de los productos, que siempre estén en constante cambio, que los productos ya sea de cualquier tipo que la empresa vaya a comercializar sea de larga duración, calidad o satisfacción.

Por otra parte, y para finalizar toda empresa debe de tener una visión que ayude 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.