

**Nombre del alumno:**

Yohali Aylin Aguilar Cordova

**Nombre del profesor:**

Lic. Eliu Morales Roblero

**Licenciatura:**

Trabajo Social y gestión Comunitaria

**Materia:**

Taller del Emprendor

**Nombre del trabajo:**

Ensayo del tema:

“Nacimiento de la idea de un negocio”

## **INTRODUCCION**

Es este tema hablaremos acerca del nacimiento de la idea de un negocio, los factores y necesidades por las que surge, el capital y la perspectiva que se tiene, la demanda y el lugar que se debe tener en cuenta para que sea exitoso.

### **NACIMIENTO DE LA IDEA DE UN NEGOCIO**

La idea de montar un negocio 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

A partir de este punto inicial comienza un proceso en el cual las personas emprendedoras deberían estudiar todo un conjunto de elementos o factores. Estos factores son como un tanto externos, tomando en cuenta la competencia, la demanda en los productos, como internos tales como son el capital inicial, para llevar a cabo el proyecto y la capacidad personal.

Según Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes categorías:

- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.
- Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos, o más económico o, en general, apreciado como de mayor valor por el cliente.

- Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso, o bien porque cuando se descompone o se rompe, no tiene reparación.
- En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar.
- En un país se importa un producto extranjero, que podría ser producido y comercializado en ese lugar, con mejores atributos que el que se trae de fuera.
- El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento que puede producirse y comercializarse para obtener ganancias económicas.
- Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.
- Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas, ya sea por precio, calidad, disponibilidad o beneficio social.

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.

Fayolle define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental. Este valor es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio. El producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo.

El emprendedor debe tener cualidades, tienen que ser: capacidad de organización, capacidad de coordinación, capacidad de dirección de equipos, capacidad de motivar, capacidad de tomar decisiones, capacidad de análisis de la realidad, del entorno y de sus necesidades, capacidad de innovación y renovación constantes, saber elegir a sus colaboradores.

La realidad nos muestra que una persona crea una empresa por vocación o por necesidad. En ambos casos, el éxito y el fracaso no depende tanto del motivo de la puesta en marcha del negocio sino más bien de la forma de crearlo y de gestionarlo. En cualquier caso entre ambas posiciones existen muchísimos matices y opciones.

Por otro lado, Metzger (2007) comenta que la mayoría de las personas 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. Por tal motivo, la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
- Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- 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.
- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
- Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

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.

Algunas de las razones más frecuentes por las cuales las personas quieren tener una empresa propia son las siguientes: Obtención del propio puesto de trabajo bien porque el que se tiene no nos gusta o porque no se tiene. Obtención de un lucro o un beneficio. Hacerse “rico”. Demostrar algo a alguien. Patentar y rentabilizar una innovación tecnológica o un producto o servicio novedoso. Es un modo de vida que puede atraer, por la autonomía que genera, la no existencia de horarios.

Uno de los problemas que se dan a la hora de poner en marcha un negocio, es que hay muchas personas que se lanzan a la puesta en marcha de estos negocios y se pueden encontrar con serios disgustos tras haber invertido miles de euros y haber comprometido patrimonio propio o de su familia. Es una grave irresponsabilidad pensar que la puesta en marcha de un proyecto empresarial es sencillo. La elección del tipo de negocio a poner en marcha es el punto de partida de todo proyecto empresarial. En torno a las ideas que inicialmente planteen los promotores se articularán toda una serie de actuaciones que llevarán, con el paso del tiempo, a la creación de la empresa. La elección de la idea es un factor importante, aunque no el único dentro del proceso de creación de una empresa, y debe ser analizado con atención.

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.

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 (Merrilees et al., n.d)

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 es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura, para que sea rentable y se obtengan beneficios económicos.

Para finalizar, la realización del plan de negocios sirvió como una guía para la futura creación de un restaurante, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo. El desarrollo del plan de negocios resultó ser una herramienta de mucha utilidad para el proyecto del que se planeó. La planeación ayuda a determinar las debilidades y fortalezas del proyecto, abriendo campo para futuros empleados, lo que se busca principalmente con este plan de negocios es identificar y conocer los factores para la creación de dicho negocio.