



Nombre de alumna: Mayeli Velázquez Morales

Nombre del profesor: Lic.: Elio Morales Roblero

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Taller del Emprendedor

Grado: 9°

Grupo: " D "

Frontera Comalapa, Chiapas a 23de mayo del 2020

INTRODUCCIÓN

En este ensayo hablaremos acerca de lo que es el nacimiento de la idea de negocios todos hemos escuchado más de una vez pero si ya está todo inventado a lo largo de la historia el concepto idea ha causado grandes debates filosóficos.

Se trata de un concepto que ha ido siempre fuertemente arraigado a la creatividad y que se ha convertido en uno de los mayores retos del mundo actual en muchas ocasiones las ideas necesitan tiempo para madurar y crecer, con otras aportaciones, para crear algo más grande y mejor.

En primer lugar, es básico encontrar una idea es muy importante buscar algo que vaya de acuerdo con nuestras pasiones, intereses, fortalezas, recursos y las necesidades de nuestro entorno no hay que olvidar que se trata de una idea inicial y que esta puede ir variando a lo largo del camino de esta manera vamos a conocer como es que el nacimiento de la idea de negocios fue surgiendo a través del tiempo.

DESARROLLO

Un emprendedor es una persona hombre o mujer que monta su propio negocio normalmente de pequeño tamaño por alguna de las razones que siguen ser sus propios jefes ir de la estructura empresarial en la que se sienten prisioneros poner en práctica sus ideas creativas poder ser útiles a los demás ponerse a prueba a sí mismos

Según el filósofo puchol las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes:

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.

Una vez que se logran validar estas ideas o potenciales oportunidades, aparece la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico, con alto potencial de crecimiento económico, sustentabilidad y perdurabilidad

La propuesta de valor es el corazón de un modelo de negocio encierra toda una serie de beneficios funcionales y emocionales que la empresa aporta al cliente y que éste reconoce como diferentes y únicos de la marca con respecto a su competencia la propuesta de valor de una empresa representa la promesa que la empresa realiza a su cliente a cambio de que éste adquiera su producto o servicio.

La propuesta de valor es la expresión concreta del conjunto de beneficios que recibirán los clientes a los que se dirige como consecuencia de hacer negocio con quien la propone.

Para Kotler, más recientemente, señala 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. Es una descripción de la experiencia que obtendrá el cliente a partir de la oferta de mercado de la compañía y de su relación con el proveedor de dicho bien o servicio.

para una empresa la generación de ideas se trata de recopilar nuevas ideas para generar, desarrollar y comunicar ya que las empresas generan grandes ideas para tener mayor utilidad ya que cada empresa como sube de puesto debe siempre generar ideas para alcanzar el éxito no 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.

El emprendedor requiere, además, analizar lo siguiente:

El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor, la experiencia que recibió el cliente, análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir realimentación directa y verídica, el producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.

Gustos e intereses personales el ideal de muchos empresarios es desarrollar una idea de negocio en torno a las actividades que más disfrutan hacer.

Esta representa una opción llamativa y podría convertirse en una alternativa viable, pero no hay que olvidar que el objetivo principal es desarrollar una idea sostenible y rentable, por encima de los intereses personales.

Habilidades y destrezas: puede que las personas cuenten con habilidades sobresalientes para realizar algún tipo de actividad, ya sea esta manual o de carácter intelectual, que podría permitirle desarrollar una idea de negocio.

En este caso contaría con la ventaja de entregar un producto o servicio de calidad, pero debe validar adecuadamente que dicho producto sea requerido dentro del nicho de mercado de interés y pueda desarrollarse de manera rentable.

CONCLUSIÓN

Puedo llegar a concluir que todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a una idea, que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio el surgimiento de la idea para crear una empresa varía en función de las circunstancias de cada persona.

Emprender es una de las decisiones más importantes en la vida, pues es cuando eliges convertir tu idea de negocio en una empresa rentable y no olvidando que una empresa nace y crece gracias a sus colaboradores Por lo que la misión es integrar un grupo plural, en donde cada miembro del equipo aporte su talento para aumentar la productividad de las diferentes áreas de la organización, también es importante escuchar y tomar en cuenta las ideas de los trabajadores.

Me gustó mucho aprender acerca del nacimiento de un negocio como poder elaborar un proyecto pues puedo decir que no es nada fácil pero no imposible cuando tenemos bien elaboradas nuestras metas , propósitos y objetivos a cumplir poder llegar a ser un buen emprendedor.

BIBLIOGRAFÍA

Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill

Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill

Kotler, p., & Armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: Pearson.