



**Nombre del alumno: Alex cordova  
lopez**

**Nombre del profesor: Ruben Eduardo  
Dominguez Garcia**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: 9cuatrimestre**

# TALLER DEL EMPRENDEDOR

(SENACA).

Ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar.

Un plan de negocios es como la misma palabra lo menciona es un proceso de planeación, que conlleva a seleccionar el camino u opción adecuada para proceder para lograr metas y objetivos fijados.

Es el conjunto de ideas de un emprendedor que marca el desarrollo de un plan de alguna empresa o persona en particular. El plan de negocios también es también es una gran ayuda como elemento de medición para comparar resultados reales y tomar las medidas correctivas.

Es fácil llevar a cabo un proyecto ya que todo se basa en la decisión, aunque no es fácil llevarlo a cabo sobre todo si es la primera vez, al igual que un deportista requiere de un entrenamiento pesado, fatigante y exhaustivo si piensa ganar una competencia, el emprendedor debe prepararse, antes de realizar su proyecto, mediante el desarrollo de un buen plan de negocios. Ésta es la llave de su éxito.

Mientras más detallada y exacta sea la información que posea mayor será la probabilidad de que el plan funcione, según expertos más de 50% las empresas cierran durante los primeros 4 años de existencia debido a una falta de buena planeación para lograr sus objetivos entre muchas cosas más.

Para llevar a cabo un buen plan de negocios; todo plan debe ser:

**CLARO:** que cualquiera pueda comprender

**CONCISO:** con información necesaria

**INFORMATIVO:** que permita tener imagen clara del proyecto, medir la factibilidad del proyecto, y facilitar la implantación, la cual asegure, paso a paso, un desarrollo adecuado.

Después de poner en contexto la planeación cuyo objetivo dejamos en claro que su función principal era desarrollar o llevar a cabo un proyecto bien elaborado y que no sufra de fallos o que se realice dicho proyecto al pie de letra para obtener los resultados deseados al final de todas las acciones realizadas, pero existe un punto que nos llama la atención “de donde surge dicho plan” todo tiene un proceso en este caso es producto de la creatividad. Acción que cada individuo posee como herramienta para lograr sus objetivos, planes y llevándolos a cabo según sea su imaginación o creatividad.

La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa —dar origen a algo nuevo, es decir, hacer algo que no había, ya sea un invento o una obra de arte. Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente, como lo es realizar un plan de trabajo o incluso mejorar uno ya existente.

De modo que entendemos a la creatividad de acuerdo con la siguiente secuencia: ver un problema, tener una idea, hacer algo con ella, analizar los resultados y aplicar posibles mejoras. Esto es, realizar cosas diferentes en situaciones distintas, con la mente abierta al potencial del entorno, sin perder de vista u olvidar lo evidente que es lograr los objetivos planteados para obtener los resultados requeridos en un plan. Por lo tanto la creatividad no tiene una definición única por que se desenvuelve según el contexto en el que se aplique.

Es importante saber de dónde surge la creatividad. Es ampliamente conocido que en nuestro cerebro hay dos hemisferios: izquierdo y derecho (Pablo Cazau, 1999). Cada uno ayuda a desarrollar una cierta parte de la creatividad que el individuo necesita. Lo fundamental es contar con la habilidad necesaria para utilizar ambos hemisferios, ya que así se está en un completo balance y se logra una creatividad más efectiva. Ya que los dos hemisferios se relacionan entre si para lograr realizar las actividades ya que se usa lógica, ritmo, razonamiento, imaginación, lenguaje, entre otras funciones más que solo son posibles realizar con el adecuado control de los dos hemisferios.

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística. En el primer caso es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras.

La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura. El artista es el genuino creador, ya que posee capacidad para desarrollar procesos mentales y sensibilidad extraordinarios, así como una actitud abierta a nuevas experiencias. Sabiendo todo podemos llegar a la conclusión de que cada individuo posee su propia creatividad y forma de desarrollarse por tal motivo un músico o actor nunca podrá ser un doctor o científico y por lo consiguiente un médico no podrá ser un artista ya que sus creatividad actúa de formas diferentes dando como resultado su propia forma de desenvolverse en el ambiente que los rodea.

Como bien sabemos el hombre es social por naturaleza porque desde sus inicios tuvo la necesidad de agruparse u organizarse, y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse. Ésta es la razón de que al interior de los diversos grupos de interacción humana, como la familia, los compañeros de oficina, los compañeros de la escuela o los amigos, surjan y se formen los equipos de trabajo al organizar alguna actividad específica para alcanzar una meta.

Teniendo en cuenta todo lo hablo anteriormente y llevándolo a la práctica surge lo que se conoce como el nacimiento de la idea de un negocio.

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro. En esto podemos imaginar que el dicho producto debe tener una buena presentación u originalidad para que sea más atractivo ante los ojos de los consumidores.

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. Por lo tanto, una de las vías para encontrar ideas y oportunidades es prestar atención a los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera. En todo caso básicamente los emprendedores deben estar sujetos a los cambios en la sociedad en tanto a gustos o costumbres básicamente se trata de adaptarse y desarrollar o ampliar las ideas para adaptarse y seguir creciendo como negocio.

Las ideas de alto valor suelen representar una solución práctica a problemas específicos, y quienes las desarrollan son personas que no se dejan llevar por la rutina ni por la pereza mental.

Sin embargo, las propuestas de valor que en realidad son atractivas para el consumidor resultan extremadamente difíciles de encontrar. Ya que por lo general la mayoría de las ideas de esa magnitud no llegan a ser realizadas por falta de apoyo u organización.

**“El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por Porter (1985), con el nombre de —cadena de valorll.**

**Según Porter, la cadena de valor es un concepto muy importante, ya que a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.”**

Ahora teniendo todo lo anterior realizado y organizado implantar nuestro modelo de negocio o plan de negocio en el mercado.

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización. Básicamente esto se basa en una buena promoción en el mercado atractiva y de buen gusto a los consumidores.

El objetivo es lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa. y así saber que productos ofrecer a cada segmento de la población del mercado y por lo consiguiente tener impacto en los diferentes ámbitos del mercado en general.

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra. bien dicho eso la empresa no podrá ofrecerle productos destinados a un segmento del mercado a otro segmento, como por ejemplo no podrá ofrecer productos femeninos a hombres y por lo contrario productos masculinos a mujeres.

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

Por eso necesario planificar, organizar e identificar correctamente que producto podemos ofrecer con base al ambiente, costumbres y necesidades que se identifiquen en los diferentes segmentos del mercado y ofrecerles el producto adecuado a sus ya mencionadas necesidades o prioridades en el momento. Todo esto conllevará a un excelente desarrollo y ejecución de todo lo planeado y organizado con su respectiva creatividad.