



Nombre de alumno: Arely Gerónimo
Díaz

Nombre del profesor: Lic. Cesar Alfredo
Escobar

Nombre del trabajo: Ensayo del tema
“Nacimiento de la idea de un
negocio”

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9 cuatrimestre

Grupo: “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 11 de
julio del 2021

INTRODUCCION

En la actualidad el mercado es muy competitivo, es claro que la creatividad e innovación son muy importantes si se busca emprender un negocio, toda empresa ya sea pequeña, mediana o grande nace de una idea, dicha idea es acerca de la fabricación de un producto o la prestación de un servicio que permita satisfacer la necesidad de las personas, es decir de un mercado. Para iniciar cualquier proyecto de emprendimiento, es necesario primero identificar la idea del negocio, que ha de ser objeto del proyecto y sobre la cual se debe trabajar se considera que la idea de negocio es una de las partes más importantes de un proyecto, puesto que la idea es tan importante como el equipo que la desarrolla, sin embargo, se necesita de una idea original, una idea que tenga la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento y la cual será la que haga la diferencia a la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otros.

Al momento de tener una idea relativa al desarrollo de una actividad empresarial, ya se ha dado el primer paso, pero para llevarla a cabo es necesario que este apoyada en una actitud personal, como; la ilusión, es decir tener el entusiasmo de crear algo nuevo. Sin embargo, no toda idea es susceptible de materializarse en una actividad empresarial, por lo cual es preciso que el proyecto se pueda llevar a la práctica: es decir, que la persona o personas promotoras sean capaces de implantarla, que proporcione los ingresos suficientes para cubrir todos los gastos e inversión necesarios para su realización, y que genere un beneficio que compense todo el esfuerzo invertido. Para evaluar la factibilidad de la idea, es preciso que ésta se vaya concretando en un plan o proyecto que analice con rigor los diversos aspectos de la creación de una empresa.

2. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

El nacimiento de una idea de emprendimiento de un negocio surge a partir de la detección de una oportunidad, dicho surgimiento puede variar en función de las circunstancias que se encuentren el emprendedor. Sin embargo lo que se tiene claro es que, las ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello.

Jeffrey Timmons (1990) asegura: “Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio”

En base a lo mencionado en el párrafo anterior, puedo decir que, es muy lógico ya que no solamente se necesita tener la idea de emprendimiento, sino que, se necesita llevarla a la práctica y combinar diversos factores que beneficien su desarrollo, así mismo se necesita crear un plan de negocios, tomando en cuenta todas las fortalezas y oportunidades que se tienen tanto como las amenazas y debilidades. Recordemos que hoy en día el mercado es muy competitivo y se necesita más que tener una idea, para poder emprender.

Cuando se tiene una idea de emprendimiento es necesario pensar si está realmente puede llevarse a la práctica y convertirse en un negocio real, es necesario evaluar si nuestra idea se cabe en una de las siguientes categorías

Para ello el autor Puchol (2005) menciona:

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.

Al tener una idea de negocio y querer llevarla a cabo es muy importante tomar en cuenta todos puntos mencionados anteriormente, ya que hay numerosas ideas de negocio que no llegan a germinar porque son viables pero no rentables.

2.1 Propuesta de valor

Ahora bien, es importante también hacer mención de la “propuesta de valor”, ya que esta tiene gran relevancia en negocio. Para ello Metzgel y Donaire (2007) la definen como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

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.

En base a los párrafos anteriores, se puede decir que la propuesta de valor es aquella que se diferencia del resto de ofertas, que hace que tenga un rasgo distintivo que no podemos hallar en las otras y que, por esta causa, nuestro producto o servicio goza de un posicionamiento o prestigio comercial que la competencia no tiene.

Si bien, es claro que para poder elaborar una propuesta de valor la empresa debe ser capaz de definir claramente qué es lo que aporta y cuánto cuesta su producto o su servicio. En función de cómo valore el consumidor lo que se le está ofreciendo, el precio que se pide por ello se considerará alto, bajo o justo.

Es importante también mencionar que la propuesta de valor debe tener ciertas características, algunas de ellas son:

- 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.

2.2 Modelo de negocio

Según Amit y Zott (2001: 511) Define un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio.

Chesbrough y Rosenbloom (2001) definen el modelo de negocio de una forma más detallada pues para ellos es necesario, después de tener una idea de valor e identificar el segmento de mercado, poner atención en los costos y en las estrategias a utilizar.

Osterwalder, Pigneur y Tucci, definen al modelo de negocio como una herramienta conceptual; lo aprecian como un diagrama que los llevará a posteriori a la ejecución del proyecto.

En base a las definiciones dadas, puede entender con claridad que un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que le permitirá a todo emprendedor definir con claridad qué va a ofrecer al mercado, cómo lo va a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo va a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Asimismo también es una herramienta que permitirá la realización de un análisis para saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener. Tener un modelo de negocio es tan importante porque podremos ver cómo está hecho nuestro negocio y saber cómo se puede modificar, cómo pulir, cómo cambiar, etc.

Es importante mencionar que para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos: bajos costos e innovación y diferenciación.

Por otra parte también debe contar con elementos como: Propuesta de valor, segmento de mercado, estructura de la cadena de valor y generación de ingresos y ganancias.

2.3 Naturaleza del proyecto

La naturaleza del proyecto se refiere a la esencia del mismo, es decir para que se creara dicho negocio, tener la misión y visión claras. Es necesario que todo emprendedor tenga claro la naturaleza del proyecto antes de emprender.

2.4 Generación de ideas

Si bien es claro que la creación de un proyecto conlleva a un proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa, en el cual se necesitan generar ideas después de ello se necesita evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes para poder seleccionar la mejor de ellas. Así mismo se necesita la elaboración de una cédula del ejercicio, donde se efectuará una lluvia de ideas para seleccionar un producto y/o servicio.

2.5 Justificación de la empresa

En este punto puedo decir que la justificación de la empresa, se realizará una vez seleccionada la idea, se explicara de manera clara las razones por las cuales se creara este proyecto especificando la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

2.6 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

Teniendo claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, se debe realizar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que hará la diferencia de un producto de elementos similares a los de la competencia. Después de ello es importante darle un nombre a nuestra empresa, un nombre que vaya acorde con el producto o servicio que se ofrecerá, así este

nombre comercial será por el cual nos podrán identificar los clientes. En cuanto a la descripción de la empresa, es donde comunicaremos que productos o servicios ofrecemos, además de esto también es muy importante transmitir los valores de la empresa, de esta forma podemos hacer que el cliente es interese más por lo que ofrecemos

2.7 Análisis FODA

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo interno, es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

De acuerdo a lo mencionado en el párrafo anterior, puedo decir que el este análisis es muy importante para todo emprendedor ya que cuando el negocio aún es una idea, tendrá la ventaja de saber cuan viable es una idea para llevarla al campo de los negocios en sin haber establecido las pautas más importantes para afrontar el proyecto comercial sin fracasar ante el nicho de mercado elegido y sus particularidades.

CONCLUSION

En conclusión puedo decir que el nacimiento de una idea de negocio surge a partir de la detección de una oportunidad, sin embargo, llevarla a cabo no es algo sencillo, se requiere de un cierto procedimiento; elaboración de análisis, propuesta de valor, estrategias etc. diversos puntos a tomar en cuenta para poder convertir esa idea en una oportunidad de negocio, así mismo se requiere de mucha actitud, de tener el entusiasmo de emprender.

El tener una buena idea es el principio de todo, y si esto va apoyada de voluntad, talento y dedicación, la idea de negocio se convierte en una realidad. Para ello, sin embargo, es necesario superar algunos aspectos complejos del entorno empresarial tales como las leyes y procedimientos para mantener un negocio o los retos para iniciar las actividades, entre otros.

Aunque suele ser complicado emprender, es posible ya que, hoy en día existe un gran avance tecnológico que nos permite estar más actualizados, informados, ya que el conocer las necesidades de los clientes esto es la clave del éxito para aquellos que deciden emprender.

FUENTES CONSULTADAS

UNIVERSIDAD DEL SURESTE. (s.f.). *TALLER DEL EMPRENDEDOR*. MEXICO.