



UDSA

Mi Universidad

Nombre del Alumno: Espinosa Cruz Yaneth del Rosario.

Nombre del tema: Ensayo de la unidad 2 Y 3.

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor.

Nombre del profesor: García Alfonzo Mireya del Carmen

Nombre de la Licenciatura: Trabajo social y Gestión Comunitaria.

Cuatrimestre: 9 Cuatrimestre

Comitán de Domínguez a 05 de julio de 2022.

Introducción

El desarrollo del emprendimiento está basado en el comercio donde se pueden realizar su camino individual de crear y hacer crecer una empresa, consiste en la creación de nuevas ideas y oportunidades de negocio, existen muchas formas de hacerlo realidad la idea de un negocio.

El presente trabajo trata sobre la investigación de las ideas que se pueden llevar a cabo para emprender un negocio, primeramente se desarrolla el análisis del entorno de lo que se puede vender, prosigue con la actualización y cambios que se van dando en la actualidad es decir los cambios tecnológicos, ambientales y económicos, continuamente la propuesta de valor es la calidad de los servicios que se van a ofrecer a los posibles compradores, utilizando las estrategias de convencimiento, cuando ya se haya realizado el análisis del entorno se prosigue buscando el nombre de la empresa, también se explica la clasificación de las empresas, y las formas que los productos se llevan al mercado , la publicidad es un factor importante ya que de ello depende la expansión del producto y ganancias.

Nacimiento de la idea de negocio

“Todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a una idea, que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio”. (Portal PYME). Antes de emprender un negocio, primeramente se basa en un análisis de lo que se puede ofrecer, para poder vender y no tener competencias cerca, una manera de obtener consumidores es ofreciendo productos de buena calidad y más económicos que la competencia . “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”. (antología UDS) Para tener una idea de lo que se puede ofrecer anticipadamente hay que actualizarnos de cómo va avanzando la tecnología, ya que surgen nuevas presentaciones y tendencias, y por supuesto tener presente que cada generación es diferente. También es necesario tener vigente que en todo negocio se corren riesgos como son perder o ganar, pero todo depende del producto que se ofrece en el negocio por ejemplo si voy a abrir una pastelería debo hacer un cálculo de cuanto voy a vender para no correr el riesgo que se me eche a perder el producto. Para poder abrir un negocio se pueden llevar a cabo encuestas a la población para ver que producto se puede ofrecer y lo necesario que puede llegar a hacer, un ejemplo si vivo en una colonia donde no hay una farmacia cerca, y si me pongo a analizar ganaría más ingresos si abro una farmacia, incluso no tendría competencia cerca.

“la propuesta de valor de tu marca o empresa es el elemento que te diferencia. Es el motivo que das a tus clientes para que te compren, Lo que te destaca de ti con respecto a tu competencia” (MASTER) la propuesta de valor es la calidad de los servicios, el trato, y la variedad que caracterizan a un local en específico por que se adapta a las necesidades de cada persona. Por ejemplo en una fonda deben existir variedades tanto en platillo y precios ajustándose al bolsillo de cada cliente.

“se refiere a las técnicas que se utilizan cuando se encuentra uno ante un viejo cliente o un posible nuevo cliente en una visita profesional.” (Tuleja, 1997) Es la manera de cómo va

utilizar las estrategias de convencimiento hacia los clientes nuevos y los que ya están. Tomando en cuenta las amenazas, debilidades, oportunidades, incluso las competencias de los demás negocios, es buscar la manera de mantener a los clientes satisfechos por ejemplo otorgándoles precios especiales o prestaciones y proporcionar facilidades de pago.

“el nombre de la empresa es su cara de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distinto y, por ende, debe reunir una serie de características específicas” (antología UDS) si ya se tiene la idea de lo que se va ofrecer, el siguiente paso es ponerle un nombre a la empresa, el nombre tiene que tener relación con los servicios, siempre y cuando este llame la atención de los clientes y que cada que lo vean se acuerden de la empresa, luego el nombre de la empresa debe ser único, claro y agradable. Antes de abrir una empresa es importante tener en cuenta que se necesitan los trámites legales, para no tener problemas con la justicia y evitar el cierre del negocio.

Las empresas se clasifican en comercial que es donde se ofrece productos por ejemplo una tienda de frutas o abarrotes, la industrial es donde se ofrecen servicios manufactureros o de transformación ejemplo un ciber, el de servicios es donde la empresa ofrece un producto intangible por ejemplo servicio de limpieza o de transporte. La ubicación y el tamaño de la empresa son muy importantes, pues si un negocio se encuentra ubicado en un lugar cómodo los clientes van optar por comprar ahí, que en un lugar más lejos.

“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 ofrecen”. (antología UDS) Se encarga de diseñar, ayudar a la implementación de objetivos claros, con el fin de cumplir con lo propuesto y deseo del cliente, impulsa el posicionamiento de la marca, implementa estrategias para vender en el mercado a largo plazo, una vez identificado las necesidades del cliente o consumidor el siguiente paso es determinar cómo va llegar el producto al mercado, y del centro de producción al consumidor, por ello hay que tener en cuenta el costo de la distribución del producto, por ejemplo si reparto comida a domicilio debo de tener presente cuanto se va gastar de combustible y los costos de la preparación de la comida para ver si me conviene lo que estoy cobrando, se debe de tener presente también la convivencia con el consumidor ya que de eso depende las ventas, por ejemplo si en un

local los empleados son amables y ofrecen bien sus servicios es más probable que las personas compren el producto , que en un lugar donde no hay buena atención. También se debe de contar con la capacidad de distribuir bien el producto y no quedar mal con los clientes, es importante mantener una agenda donde se pongan los horarios libres para no quedar mal.

La publicidad es un factor importante ya que de eso depende la fama de una empresa, la publicidad se lleva a cabo mediante comerciales en radio y televisión, repartiendo volante, pasando unos anuncios en el periódico o en las redes sociales etc. Más que nada es como un comunicado que se le da a la población de forma directa, pero buscando la manera de cómo llamar la atención, ya sea componiendo una canción describiendo la personalización de la empresa o a través de un logo irremplazable.

Conclusión

Las buenas ideas deben de alentar a los emprendedores para construir su propio negocio, una persona emprendedora se refiere a la capacidad de esfuerzo para alcanzar una meta u objetivo. Para ser un buen emprendedor es necesario tener en cuenta las oportunidades, la creatividad e innovador, de lo que se puede vender, se considera que para abrir un negocio es necesario tomar en cuenta la ubicación del local, la atención hacia los clientes, la publicidad, las estrategias de convencimiento y la idea de que producto puedes ofrecer. Es necesario crearle un logo a la empresa que sea único y llamativo para que llame la atención de los clientes, y mantenerse siempre actualizados de cómo van surgiendo nuevas tecnologías y tendencias.

Bibliografía

antología UDS. (s.f.). Recuperado el 05 de julio de 2022, de taller del emprendedor:

7eb5fa94e42503fe099dc7b75-LC-LTS905 TALLER DEL EMPRENDEDOR.pdf

MASTER. (s.f.). Recuperado el 07 de julio de 2022, de ¿que es la propuesta de valor de una empresa y cómo elaborarla?: <https://webescuela.com/propuesta-de-valor/>

Portal PYME. (s.f.). Recuperado el 05 de julio de 2022, de Decision de crear una empresa: <http://www.ipyme.org>paginas>D...>

Tuleja, R. B. (1997). la venta estrategica. En R. B. Tuleja, *vender con exito en un mundo sometido al shock del futuro* (pág. 28). Mexico: GRIJALBO.