



SEED

EDUCACIÓN Y DESARROLLOMIENTO
DE EMPRESAS PEQUEÑAS

INTRODUCCIÓN A SEED
FASE UNO

JON M.
HUNTSMAN
SCHOOL OF BUSINESS

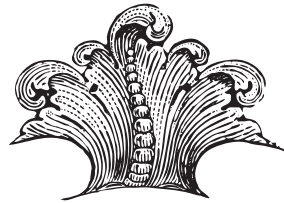
UtahStateUniversity

La Misión del Programa SEED es proporcionar a los estudiantes de la Universidad del Estado de Utah con un manos-en, una vez en un tiempo de vida la experiencia de aprendizaje y al mismo tiempo educar a la gente en las economías en desarrollo en la creación de nuevas empresas y el desarrollo de habilidades.

El Programa SEED es una manera emocionante e innovadora de capitalizar las habilidades únicas de nuestros estudiantes, proporcionándoles una oportunidad de aprendizaje que cambia la vida, mientras que también proporciona impacto significativo y duradero en las áreas en las que operan. SEED fue concebido inicialmente en el otoño de 2006 como un componente de primer verano de la Escuela de Huntsman (2007) estudio en el extranjero programa para América del Sur. Los primeros pensamientos se centraron en la creación de un programa de micro-crédito. Sin embargo, el éxito que algunos de estos programas se encuentran en darle a la gente la independencia no son tan exitosos en realidad el levantamiento de las participantes de la pobreza. Sobre esta base, se determinó que el desarrollo de la pequeña empresa tendría un impacto económico más significativo para los participantes nativos y daría lugar a un crecimiento económico sostenible.

INTRODUCCIÓN A SEED

F A S E U N O



Primera Edición

JON M.
HUNTSMAN
SCHOOL OF BUSINESS

UtahStateUniversity

Wasatch
Social Ventures

Copyright © 2012 por Utah State University. Todos los derechos reservados.

Publicado por Utah State University.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en un sistema de recuperación, o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, escaneo, o de otro modo, excepto según lo permitido bajo la Sección 107 o 108 de las Naciones Unidas 1976 Copyright Act Estado, sin el permiso previo por escrito de la editorial.

Límite de Responsabilidad / Renuncia de garantía: Si bien los editores y autores han demandado a sus mejores esfuerzos en la preparación de este libro, que no hacen ninguna representación o garantía con respecto a la exactitud o la exhaustividad de los contenidos de este libro y específicamente renuncia a cualquier garantía implícita de comerciabilidad o aptitud para un propósito en particular. Ninguna garantía puede ser creado o ampliado por los representantes de ventas o material escrito ventas. Los consejos y estrategias contenidas en el presente puede no ser adecuado para su situación. Usted debe consultar con un profesional cuando proceda. Ni el editor ni los autores serán responsables de cualquier pérdida de beneficios o cualquier otro daño comercial, incluyendo pero no limitado a daños especiales, incidentales, consecuentes, o de otro tipo.

Para información general sobre nuestros productos y servicios, por favor póngase en contacto con nosotros en SEED@usu.edu.

Utah State University publica sus libros en una variedad de formatos e idiomas. Parte del contenido que aparece en uno de los formatos puede no estar disponible en todos los formatos o puede ser que se indique otra para acomodar las barreras idiomáticas. Para obtener más información, visite <http://huntsman.usu.edu/seed/>

Impreso en los Estados Unidos de América.

LECCIÓN 1 - ¿QUÉ ES SEED? - PÁGINA 07

- 1.1 SEED**
- 1.2 Tiempo de la Historia**
- 1.3 Cómo Funcionan los Préstamos**
- 1.4 La Cinco C del Crédito**

LECCIÓN 2 - ENCONTRAR UNA IDEA DEL BUEN NEGOCIO - PÁGINA 17

- 2.1 Pensar Diferente**
- 2.2 Generación de Ideas**

LECCIÓN 3 - ENTENDER SU POSICIÓN - PÁGINA 25

- 3.1 Tiempo de la Historia**
- 3.2 Investigación de Mercado**
- 3.3 Acceso al Mercado**
- 3.4 Acceso al Proveedores**
- 3.5 Acceso al Capital**

LECCIÓN 4 - LISTA DE VERIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD - PÁGINA 33

¿QUÉ ES LA SEED?

UNA INTRODUCCIÓN

PROPÓSITO DE LA LECCIÓN

- Explicar la historia y misión de SEED
- Explicar por qué los préstamos son útiles y cómo funcionan
- Explicar las 5 C de préstamos
- Explican sus responsabilidades como participante en este programa

1.1 - SEED

La misión del programa de SEED es proporcionar a los estudiantes de la Universidad Estatal de Utah con un tiempo práctico, una vez en vida experiencia mientras simultáneamente educando a la gente en el desarrollo de las economías en nuevas habilidades de creación y desarrollo de negocio de aprendizaje.

El programa de SEED es una manera emocionante e innovadora de capitalizar las habilidades únicas de nuestros estudiantes, proporcionándoles una vida cambio oportunidad de aprendizaje, proporcionando también impacto significativo y duradero en las áreas que operamos. SEED fue inicialmente conceptualizada en el otoño de 2006 como un componente de la escuela de Huntsman el primer verano (2007) de estudiar en el extranjero a América del Sur. Primeros pensamientos se centraron en la creación de un programa de micro préstamos. Sin embargo, tan exitoso como algunos de estos programas son en dar independencia a las personas no son tan exitosos a levantar realmente los participantes de la pobreza. Sobre esta base, se determinó que el desarrollo de pequeñas empresas tendría un impacto financiero más significativo para los participantes nativos y daría lugar a un crecimiento económico sostenible.

Simultáneo a la entrega de los programas educativos nuestros pasantes están trabajando de la mano con los receptores de préstamos existentes en generar y ejecutar sus negocios. Esto es, quizás, la parte más importante del programa como nuestros pasantes trata directamente con cuestiones de liderazgo, motivación, gestión de tesorería y cultura. Estos internos sirven como valiosos participantes de mentores y ayuda culturales facultar a sí mismos al éxito económico. Nuestros pasantes trabajan codo a codo con los participantes no sólo enseñar los principios de actuación pero ayuda les ilumine su potencial.

El hecho de que la SEED hace un compromiso de todo el año a poner mentores de estudiantes (becarios) sobre el terreno la escuela Huntsman distingue a los ojos de nuestros socios y participantes. Somos capaces de ganar la confianza y la confianza del pueblo. Se nos percibe como jugadores permanentes. Además, nuestros pasantes son con fluidez en el idioma local.

Los estudiantes internos tienen acceso, a través de Internet a USU Facultad de asesoramiento e instrucción. Pero los esfuerzos sobre el terreno son predominantemente estudiantil impulsado. Los pasantes están obligados a presentar informes semanales que luego son catalogados. Esos informes se ponen a disposición para el siguiente conjunto de pasantes, así como una sesión de información/ entre conjuntos de pasantes. Estos pasantes volver con una riqueza de experiencia que, creemos, es insuperable.

Porque el 65% de los estudiantes de la escuela de Huntsman hablar un segundo idioma, lo que representa un gran número de lenguas, somos capaces de considerar ofreciendo programas en muchas áreas de necesidad en todo el mundo, incluyendo a nivel nacional. Creemos SEED capitaliza las habilidades únicas de nuestros estudiantes y combina los cuatro pilares de la escuela de Huntsman (espíritu emprendedor, visión mundial, liderazgo ético y Rigor académico)

1.2 - TIEMPO DE LA HISTORIA: ¿CÓMO AYUDAN MICROCRÉDITOS LEVANTE ALCUIEN SALIR DE LA POBREZA?

Ben heredó una pequeña granja de sus padres, después de que ambos fallecieron. El fue capaz de cultivar alimentos suficientes para alimentar a su esposa y sus tres hijos cada año, pero su familia no tenía alimentos suficientes para comer cada día, ropa nueva, medicamentos costosos, ni podían mejorar su casa de ladrillo de barro.

Ben sembró plátanos en su granja y los vendía a los proveedores, luego ellos lo vendía en el mercado local. Cuando Ben y su esposa tuvieron plátanos extras solían freírlos como un regalo especial para ellos y sus hijos.

Un día, Ben tuvo una idea. Sabía que los habitantes de la ciudad cerca de su granja disfrutaron de plátanos fritos tanto como él y su familia. Pensó que si él podría abrir un stand en el pueblo podía freír plátanos allí y venderlos a los aldeanos para ganar dinero extra. Con ese dinero extra él podría ampliar su casa, enviar a sus hijos a una buena escuela, o cualquier otro número de posibilidades interesantes. Ben estaba muy emocionado sobre sus posibilidades hasta que se dio cuenta de cuánto costaría hacer todo eso. Tendría que comprar el stand, una pequeña cocina, una sartén, pagar por gas, aceite de cocinar y pagar por una licencia de negocios pequeños. Sabía que con sus ingresos no había manera de poder pagar todos los costos que llevaría a iniciar su idea de negocio. Una semana después de que Ben había abandonado toda esperanza de iniciar su nuevo negocio escuchó de un programa de micro finanzas en el pueblo que ayudó a las personas pobres como él a iniciar pequeños negocios. Ben se acercó el Gerente del programa y le pidió más información. El Gerente explicó que su programa prestaba dinero a personas pobres para iniciar Pequeños negocios. El programa no regalaba dinero a ellos, sino lo había prestado a ellos y esperaban que éste sea pagados con intereses. El Administrador explicó a Ben que él podría prestar el \$120.00 que Ben necesitaba para iniciar su negocio. Con este dinero, Ben podía pagar todos los costos necesarios para que inicie y funcione su negocio A cambio, Ben pagaría al programa de micro Finanzas \$10.00 al mes por el capital y \$2.00 al mes de intereses por 12 meses. En total, Ben terminaría pagando \$144.00 al programa de micro Finanzas.

Ben pensó largo y tendido sobre esto. Cuando se sentó y vio cuánto pensaba que podía vender, decidió que podría hacer \$30.00 al mes fuera de su negocio después de cubrir el costo de comprar más de gas y aceite de cocina cada mes. Eso significaría que podría pagar \$12.00 para el programa de microfinanzas y conseguir ganar \$18 para él y su familia. Ben se dio cuenta, que después de que él terminaría de pagar su préstamo en un año él conseguiría mantener la ganancia completa de \$30.00 que obtendría cada mes por sus ventas de plátano frito.

NOTAS:

Deudor - Un prestatario es alguien que toma prestado dinero de un prestamista y se compromete a pagar al prestamista todo el dinero que pidió prestado por ellos, además de una cierta cantidad adicional de dinero.

Prestamista - Un prestamista es una persona o institución que permite que otra persona utilice su dinero por un período de tiempo determinado.

Principal/Capital - El dinero original que el prestatario recibe del prestamista.

Amortización del préstamo- Un préstamo cuando el prestatario paga más interés para los primeros pagos del préstamo y menos en los pagos posteriores.

Garantía - Algunos de activos en posesión del prestatario que se comprometen a entregar al prestamista en caso de que no pueden hacer sus pagos del préstamo. Ejemplos de garantía de uso incluyen casas, vehículos, terrenos y otros activos valiosos. Una vez que el préstamo sea pagado al prestamista ya no hay reclamo alguno sobre los bienes en garantía del prestatario.

1.3 - ¿CÓMO FUNCIONAN LOS PRÉSTAMOS?

Como se explica en la historia de Ben, un préstamo implica varios componentes diferentes. En primer lugar, existe el prestamista. Un prestamista es un individuo o institución que permite que otra persona utilice su dinero durante un determinado período de tiempo. En cambio, la persona que pide prestado el dinero (**el deudor**) se compromete a devolver al **prestamista** todo el dinero que tomó prestados de ellos, más una cantidad adicional de dinero. El dinero original que el prestatario recibe del prestamista se llama el principal. El dinero que pagan al prestamista además el principal se llama interés.

Cuando se da un préstamo, el prestamista y el prestatario acuerdan ciertos términos que regirán cómo y cuándo se pagará el préstamo. Este contrato normalmente especifica cuánto dinero recibe el prestatario, cuánto tiempo durará el préstamo, con qué frecuencia el prestatario hará los pagos del préstamo y cuánto pagarán en **principal (capital)** y el interés cada vez que hacen un pago.

Una manera fácil de resumir la información contenida en el contrato de préstamo es preparar un calendario de pagos. A continuación es un ejemplo de un calendario de pagos de un préstamo de \$60 en interés del 10% más de 6 meses:

Período de pago	Principal + Interés = Total del pago			Equilibrio/Saldo
Mes 1	\$10.00	\$1.00	\$11.00	\$50.00
Mes 2	\$10.00	\$1.00	\$11.00	\$40.00
Mes 3	\$10.00	\$1.00	\$11.00	\$30.00
Mes 4	\$10.00	\$1.00	\$11.00	\$20.00
Mes 5	\$10.00	\$1.00	\$11.00	\$10.00
Mes 6	\$10.00	\$1.00	\$11.00	\$00.00
Totales	\$60.00	\$6.00	\$66.00	

Algunos contratos de préstamo consideran que el prestatario pague más interés para los primeros pagos del préstamo y menos en los pagos posteriores. Estos pagos se denominan **amortización de préstamos**. Por razones de simplicidad, nuestros intereses del préstamos no se amortizan. Otra cosa en un contrato de préstamo, es qué sucederá si el deudor deja de hacer los pagos, como había prometido. Cuando un prestatario no hace los pagos hay consecuencias graves. Históricamente cuando la gente no pudo pagar sus préstamos, ellos podrían ser llevados a prisión. Hoy, las consecuencias de no pagar a tiempo son obviamente menos graves pero hay todavía serias consecuencias. La mayoría de contratos de préstamo piden al prestatario ofrecer una **Garantía o colateral** a la otra parte. **Garantía o Colateral** es algunos activos que sea de propiedad del prestatario que están de acuerdo en entregar al prestamista en caso de que no pueden hacer sus pagos de préstamos. Ejemplos de bienes utilizados pueden ser casas, vehículos, terrenos y otros bienes valiosos. Una vez que se cancela un préstamo el prestamista ya no tiene ninguna derecho de reclamar los bienes del prestatario.

1.4 - LA CINCO C DEL CRÉDITO

NOTAS:

Mientras Mientras que los préstamos de dinero a otras personas a menudo pueden ser una manera muy lucrativa para ganar dinero, también es muy riesgoso. Muchas veces, los prestatarios no están seriamente comprometidos a pagar sus préstamos. Y aun cuando un préstamo está respaldado por una garantía, apoderarse de los bienes de otra persona es a menudo muy difícil de hacer. Además una vez que esos bienes son incautados el prestamista tiene que afrontar la situación de la venta de los activos para recuperar su dinero y muchas veces terminan perdiendo dinero en vez de hacer dinero.

En consecuencia, los prestamistas son muy cuidadosos al decidir a quienes van a prestar dinero, sólo quieren prestar dinero a personas que verdaderamente podrán devolver sus préstamos como se especifica en el acuerdo del préstamo.

Como una institución de crédito, el programa de SEED ha desarrollado un conjunto de normas que usamos para juzgar y determinar si alguien será realmente capaz de pagar su préstamo. Algunas de estas normas de evaluación son respecto a la persona que recibe el préstamo y otras de ellas evalúan su idea de negocio.

Es importante que usted comprenda cuáles son nuestras normas para que pueda trabajar duro para cumplirlas. Nuestros estándares son conocidos como las 5 C de préstamos. Son caracteres o compromiso, condiciones, capacidad, Capital y Colateral o Garantía. En la sección siguiente damos una breve descripción de cada uno y explicamos cómo evaluamos a nuestros estudiantes en cada área.

Carácter -Compromiso

La disposición del deudor para pagar su deuda, implica un nivel de ética, integridad, confiabilidad, la seriedad y calidad de la gestión.

Gran parte de esta calidad de gestión procede de los registros de asistencia a las clases, de su participación, tiempo necesario para completar las tareas y su disposición de tiempo fuera de clase que trabajan con los asesores de SEED. También pueden considerarse entrevistas con usted, supervisiones, la participación de sus familiares y compañeros de trabajo. Usted recibirá uno de los siguientes grados:

A – el solicitante ha demostrado integridad, compromiso, confiabilidad y alto personaje.

B – el solicitante ha demostrado carácter, pero no siempre demostrar compromiso y fiabilidad suficiente todavía tenemos confianza en él.

C – el solicitante tiene buen carácter, pero no estamos seguros de que el solicitante tiene el compromiso y la capacidad para tener éxito. Esto también podría indicar que, si forma parte de un grupo, algunos solicitantes tienen el compromiso necesario pero otros no parece estar tan comprometidos.

Condiciones

Son eventos externos, ocurrencias, factores que pueden interrumpir o perturbar el normal funcionamiento del negocio, pueden ser factores económicos nacionales,

regionales o locales; leyes gubernamentales, clima u otras calamidades. La experiencia nos enseña que las condiciones que están fuera de nuestro control pueden tener un impacto, tales como la salud, el divorcio, la malversación de fondos, las regulaciones sobre negocios también pueden afectar al negocio, las condiciones del mercado como la competencia, la demanda de un producto también deben considerarse al evaluar las condiciones.

Las condiciones serán consideradas y se asignará un grado en la medida que estas puedan afectar al negocio en un menor o mayor grado.

A – El negocio propuesto tiene una posición algo única en el mercado; tiene competencia limitada, cualidades únicas y regulaciones legales limitadas. El negocio no se ve afectado considerablemente por cambios de condición económica o de mercado.

B – El negocio propuesto tiene cierta competencia pero factores como la ubicación o la capacidad de la persona que administrara el negocio proporcionan una ventaja competitiva. Las condiciones del mercado pueden tener impacto pero otros factores ayudarán a la empresa para abordar estos desafíos.

C – El negocio propuesto tiene una gran competencia, pero todavía parece ser un mercado. El solicitante puede distinguirse algo pero en su mayor parte debe basarse en la ubicación que lo distingue de sus compañeros. Es susceptible a la intemperie, enfermedad u otras condiciones económicas fuera del control de los propietarios de negocios (como la agricultura o vivo animal relacionadas con el negocio).

Capacidad

La capacidad de la empresa para operar de forma rentable; capacidad de pago para con sus proveedores, empleados, así como la capacidad de los propietarios del negocio para administrar los diversos aspectos de las operaciones diarias del negocio. ¿Esta ya funcionando el negocio? ¿Se expandirá un negocio ya existente o se iniciará un negocio? ¿Qué conocimiento o experiencia tiene el propietario del negocio (ya sea de un anterior trabajo) que le ayudará a operar con éxito su negocio. ¿Tenemos creíbles y confiables registros financieros que demuestren que los dueños de los negocios saben ejecutar correctamente su negocio?

A – El negocio es un negocio ya existente, rentable, como lo demuestran los creíbles registros financieros y puede afrontar la deuda con gran parte de sus bienes ya existentes.

B – El propietario o solicitante tiene experiencia reciente en la misma industria, ya sea como propietario o empleado pero no está actualmente en el negocio. O tiene conocimiento que proporciona apoyo para la propuesta en marcha de su negocio.

C – El propietario es receptivo, enseñable y trabajador pero no tiene ninguna experiencia directa como propietario de un negocio pero quiere iniciar un negocio.

Capital

Esto tiene que ver con la solidez financiera del negocio propuesto. Se refiere también a la contribución o aporte del propietario para su negocio, aporte de sus propios recursos (personales). Éstos podrían ser en forma de dinero o bienes.

NOTAS:

A – El propietario del negocio ya han comprado activos de su propiedad, sus activos personales serán aportados para ser usados en sus negocios. Estos activos se comprometieron como garantía del préstamo. Por encima del 10% del financiamiento para la ejecución de su proyecto de negocio.

B – El propietario tiene algunos activos o capital que se aportó para sus negocios, sin embargo, es inferior al 10% del financiamiento para la ejecución de su proyecto de negocio.

C – El propietario no son capaces de aportar capital propio; se nos pide a financiar el 100% para la ejecución de su proyecto de negocio.

Colateral -Garantia

Es una fuente secundaria para pagar el préstamos. Si bien esperamos que los activos que son adquiridos por nuestros fondos que financiamos, siempre serán usados como garantía de nuestro préstamo.

Para préstamos de 10.000 Soles o más, se esperara el compromiso otros bienes personales que pueden estar disponibles para cubrir el financiamiento otorgado.

A – Los activos financiados tienen una variedad de usos; son fácilmente vendibles y tienden a mantener su valor. Un ejemplo seria inmuebles, terrenos, equipo pesado, muebles de venta al por menor no conectado a una instalación. Para préstamos más grandes, hay garantía adicional, está disponible y está siendo comprometida en el préstamo.

B -Los activos financiados tienen multi-usos, pero el valor de comercialización puede ser más limitado al momento de querer venderlos. El solicitante es incapaz de promover más de los activos financiados.

C-Los activos financiados son de uso limitado o son semovientes (animales vivos).

1.5 - SU RESPONSABILIDAD COMO ESTUDIANTE

Participación en el programa de SEED es una oportunidad increíble. Usted podrá unirse a un esfuerzo internacional para cambiar vidas. Gran parte del dinero que paga y las empresas de fondos programa de gastos ha sido donado con la esperanza de contribuir a ese propósito. Cada propuesta recibirá horas de atención por parte de muchas personas. No sólo revisará el plan de negocio, sino que vayan a formular acerca de la persona a cargo. Usted. Usted es la única parte más importante

de hacer un nuevo negocio ejecutar. Durante largos días y extra horas, esperan que seguir trabajando duro como parte de las SEED. Se le pedirá a continuamente cumplir con asesores, hacer pagos mensuales, mantener registros meticulosos y satisfacer o exceder los objetivos. Incluso después de que su préstamo se amortiza, usted todavía será parte de una importante organización, trabajando juntos para crear un impacto significativo en su área. Fracaso no es aceptable. No sólo significa que hemos perdido la oportunidad de negocio, pero también hemos tomado esa oportunidad lejos de alguien más para crear un negocio. Con dicho esto, la falla no es tiempos difíciles en un negocio.

Falla es cuando el participante para participar. Excusas, bajas ventas, resumen de horas, y evitar reuniones con asesores de SEED es indicadores de borrar todo de un proyecto de falla. Si usted tiene un tiempo duro, no tenga miedo de pedir ayuda. Asesores de SEED han sido elegidos específicamente debido a su capacidad para ayudar a resolver problemas. La información más eres capaz de dar acerca de los problemas, mejor podrán ayudar. Ser honesto y abierto a nuevas ideas. Mantener el objetivo en mente. Se puede comprar una casa más agradable, para enviar a sus hijos a una escuela mejor, o a no tener que insistir sobre el dinero como mucho. Cualquiera que sea su personal razón por participar, eres parte de un equipo. Cada persona en el programa de SEED está aquí para ayudarle a tener éxito y lograr sus sueños.

Bienvenido a SEED!

REPASO DEL CAPÍTULO

PREGUNTAS PARA COMPREHNSION

1. ¿Cómo puede un préstamo de ayudar a un individuo expandir su riqueza?
2. ¿Qué es el interés?
3. ¿Qué es la garantía?
4. ¿Qué puede hacer un prestamista para recuperar su dinero cuando el prestatario deja de hacer los pagos de su préstamo?
5. ¿Cuáles son las 5 C de préstamos? Por favor, explique brevemente lo que cada uno quiere decir.

El primer error que muchos nuevos dueños de negocios hacen es tratar de copiar exactamente un negocio rentable. Un negocio exitoso tiene uno o más de los siguientes rasgos:

Estrategia de Diferenciación - es aquella en que una organización se marca él los productos o servicios que, aparte de ofrecer algo nuevo o diferente. A menudo centrado en el servicio o la calidad o función.

Costo Liderazgo - una estrategia generalmente aprovechada por las empresas con un volumen alto. Por lo general se logra a través de prestar atención a los procesos dentro de la organización.

Nicho / Enfoque - cuando una empresa se centra en un subconjunto de una industria más grande o una base de clientes de una determinada industria más grande.

El siguiente capítulo le ayudará a pensar de manera diferente en la búsqueda de su idea de negocio.

2.1 - PENSAR DIFERENTE

Comience con poco, pensar en grande

La mayoría de los propietarios de negocios entran en un negocio para cumplir un sueño. Ellos sueñan con una gran empresa con gran cantidad de empleados y de ingresos. Aunque los ingresos altos son un denominador común, lo que el propietario puede hacer con los ingresos suele ser la motivación para seguir adelante durante los tiempos difíciles que inevitablemente se enfrentará el dueño de un negocio. Nuevos dueños de negocios a menudo sienten que para ser grande, necesitan empezar de esa manera. Aunque una empresa grande debe ser la meta final, tratar de conseguir eso demasiado rápido puede ser peligroso.

Como empezar su pequeño negocio y eventualmente tratar de aumentar su tamaño y rentabilidad, parte de un proceso de experimentación y puede incluir preguntas acerca de su producto, servicio y del negocio. ¿A los clientes les gusta el producto? ¿Es la ubicación de la empresa la correcta? O ¿podría yo ser capaz de vender más productos en otro lugar? ¿Tengo la combinación correcta de productos? ¿Los productos o servicios complementan?. Haciendo un esfuerzo para iniciar pequeño y soñar en grande te permitirá naturalmente la transición a una fase de crecimiento en lugar de forzarla prematuramente.

Un buen plan de negocio identificará los pasos necesarios para alcanzar sus metas y su plan de crecimiento, como llegar a sus metas hará que el crecimiento ocurra naturalmente. Eventualmente llegará a un punto donde hay mucho trabajo que hacer por su parte, demasiados clientes, o un local demasiado pequeño para su negocio. Usted debe trabajar continuamente para hacer crecer su negocio. Si planea comenzar su negocio y luego pretende dejarlo solo, puedes encontrarte decepcionado cuando vea las oportunidades y la cantidad de ingresos, ya que no estarás en condiciones de sacar provecho de ellos.

Cuando piense en su plan de negocios, es una buena idea pensar en el préstamo inicial como punto de partida para iniciar un pequeño negocio. Esto será menos arriesgado y en consecuencia menos costoso que sobrestimar una idea y verla fracasar.

Por ejemplo si considero plantar una semilla en el suelo. ¿Puede forzarlo crecer? ¿Le dará fruto antes de que esté listo? ¿Qué sucede si se le da demasiada agua?

Pensar diferente

Negocios exitosos son los que pueden hacer algo diferente o mejor que otros. Esto significa que usted tendrá que pensar de forma diferente acerca de su producto o servicio que otros. Necesitará identificar lo que diferenciara su negocio del resto. Supuestos son peligrosos en los negocios, debe cuestionar todo.

Actividad

Completar la siguiente actividad con líneas rectas a través de todos los puntos de dibujo sin levantar el lápiz.

2.2 - GENERACIÓN DE IDEAS

Por lo general una de cien ideas tendrá éxito, eso no significa que sus posibilidades de éxito son 1/100. Esto significa que necesitará muchas ideas diferentes y, a entonces elija la mejor idea.

Incluso hay una lista de actividades que le ayudarán a generar una larga lista de ideas diferentes. En estas actividades, no hay ideas malas, no tenga miedo de enumerar todas las ideas. Incluso si su idea original no es muy buena, estas actividades le ayudarán a encontrar una que si lo es, sea valiente y use su imaginación al completar la siguiente lista de actividades.

Lluvia de ideas.

A menudo, puede llevarle a una lluvia de ideas con una lista de ideas que ya están metidas en tu cabeza. Estas ideas le pueden inhibir de pensar de otras nuevas. Comience escribiendo individualmente todas las ideas que usted puede pensar en una hoja de papel, luego comparta sus ideas con su grupo, permita que cualquier miembro del grupo comparta sus ideas, cualquier idea es bienvenida, criticar y evaluar no está permitido durante esta actividad. Luego intercambie su papel con sus ideas con otro miembro de su grupo y permita que él lea su lista de ideas y escriba en el papel sus propias ideas, repita ese paso por lo menos una vez más. Una vez finalizada la actividad, debe analizar la lista e identificar las ideas mayor valor.

Resolver sus propios problemas

Una forma de aumentar su capacidad para generar oportunidades empresariales es aumentar la conciencia general. Esto puede lograrse eligiendo conscientemente buscar nuevas tendencias, innovaciones e identificar problemas de usted y de otros. Esto toma algo de práctica necesita ponerse metas respecto a escuchar las noticias o hablar con la gente con el fin de aumentar su conciencia de este tipo de cosas.

Llevar una pequeña libreta para anotar cada problema o inconveniente que usted enfrente en el transcurso de sus actividades diarias (por ejemplo, un producto que se rompe, servicio pobre, dificultades para encontrar productos o servicios, etc...). Buscar formas de resolver los problemas (o al menos reducir el malestar) que usted u otras personas han enfrentado.

Hacer pequeños cambios.

Puede tomar los productos existentes y hacer pequeños cambios para agregar el nuevo valor, Crear una nueva combinación que no se ofrece actualmente en el mercado. Por ejemplo, puede buscar los productos que puede cambiar ligeramente para hacerlos únicos. O puede buscar artículos caros que pueden simplificarse y hacerlos más barato. Otra opción es encontrar un par de productos diferentes que se pueden combinar para hacer un producto nuevo. Quizás desee darse una vuelta por los pasillos de una tienda y elegir algunos productos para los cuales se puede desarrollar una nueva combinación. Considere una industria existente y las sigui-

entes preguntas con respecto a esa industria.

NOTAS:

- ¿Eliminar: Los factores que la industria da por sentado deberían eliminarse?
- ¿Reducir: Qué factores deben reducirse por debajo del estándar de la industria?
- ¿Levante: Los factores que deberían elevarse muy por encima de los estándares de la industria?
- ¿Crear: Deben crearse los factores que la industria nunca ha ofrecido?, como por ejemplo un producto nuevo.

El mapa de utilidad del comprador.

En esta técnica se describe y evalúa la experiencia que tiene el comprador, de su experiencia se podrían identificar oportunidades para crear valor en un producto en particular, de la experiencia del comprador, que actualmente no está siendo atendida por los competidores. El siguiente mapa es un ejemplo útil, pero el ciclo de la experiencia y las utilidades pueden cambiar dependiendo de la industria. Crear el mapa y determinar donde los jugadores actuales están enfocando sus esfuerzos, si encuentra una celda vacía, considere una oportunidad para aumentar la utilidad de esa fase del ciclo de experiencia.

Las Etapas del Ciclo de Experiencia del Comprador							
Las Siete Capas de Utilidad							
	Productividad del Cliente						
	Simplicidad						
	Conveniencia						
	Riesgo						
	Diversión e Imagen						
	Respeto al Medio Ambiente						
	Costo						

Combinaciones forzadas.

Haga una lista de 10 artículos que vienen a su mente. Tenga a otra persona creando una lista aleatoria de 10 artículos, trate de combinar los elementos de la lista con los elementos de la lista de la otra persona y vea si puede crear un producto o servicio de su combinación. Por ejemplo, si sus listas incluyen un taxi y papel, probablemente no sea factible crear un coche de papel, es posible sin embargo crear un negocio que ponga anuncios de papel en los taxis.

Reversiones de Asunción

Piense en una situación respecto a un producto o servicio, plantee un desafío con la reversión a la cual se enfrentaría, entonces piense en los supuestos asociados a la solución de ese desafío, escriba sus suposiciones y luego tratar de crear un pro-

ducto, servicio o negocio que hace el retroceso significativo.

Ejemplo de una reversión: una hipótesis para un restaurante es que tienen un menú, la reversión puede ser que no tienen un menú por lo tanto una posible solución para esta reversión es un restaurante donde el chef le dice al cliente los ingredientes frescos que tienen el cliente selecciona los ingredientes que quiere consumir y el chef crea un plato de ellos. Esta técnica está diseñada para ayudarlo a romper las barreras mentales que naturalmente tenemos.

Cuadro de ideas.

Especifique su desafío. Seleccione los parámetros de su desafío, haga una lista de las variaciones de cada parámetro. Pruebe diferentes combinaciones.

Ejemplo: Suponga que está buscando una nueva idea para una cesta de ropa. Cree un cuadro de idea con parámetros clave en la parte superior, haga una lista de una variedad de opciones de cada parámetro. Busque combinaciones interesantes.

Mejorar el diseño de una cesta de ropa				
	Material	Forma	Acabado	Posición
1	Mimbre	Plaza	Natural	En el Piso
2	Plástico	Cilíndrico	Pintado	En el Techo
3	Papel	Rectángulo	Claro	En la Pared
4	Metal	Hexagonal	Luminosa	Conducto al sótano
5	Malla	Cubo	Neón	En la Puerta

Por ejemplo, puede seleccionar una combinación de malla, cilíndrico, pintado y en la puerta. Esto puede ser una cesta de ropa que luce como un aro de baloncesto con una red de larga. Esto permitiría a los niños tirar sus trapos sucios en el aro y hacia abajo en la malla que sería fácilmente extraíble para transportarlos a la sala de lavandería. Ahora crear el suyo propio:

Mejorar el diseño de una cesta de ropa				
	Material	Forma	Acabado	Posición
1				
2				
3				
4				
5				

REPASO DEL CAPÍTULO

TAREA

Completar las actividades de este capítulo.

LA COMPRENSIÓN DE SU POSICIÓN

MERCADO, PROVEEDORES, Y EL CAPITAL

PROPÓSITO DE LA LECCIÓN

- El acceso al mercado
- El acceso a los proveedores
- El acceso a capital

3.1 TIEMPO DE LA HISTORIA: LA INVERSIÓN DE MERCADO

Mark volvió a casa de la granja de cuyes de su hermano en una pequeña aldea ocho horas lejos, rebosante de emoción y energía. Había pasado seis horas con su hermano recorriendo la granja, haciendo preguntas y escuchando a su hermano hablar de su éxito. Su hermano había comenzado la granja hace apenas dos años y ya había hecho suficiente dinero para pagar su tierra y ampliar su granja.

Todos en las aldeas vecinas amaban comer cuyes y estaban dispuestos a pagar precios superiores para ellos. Mark estaba seguro de que si su hermano podría tener éxito en el proyecto él también podría tenerlo.

Pensando en esas cosas además de sus futuras ganancias y lo que él les haría gastar, Mark gastó los ahorros de su vida de 6.000 dólares para comprar tierras y construir cercas para albergar a su granja de cuyes. Luego habló a sus padres y amigos para que les prestaran dinero para financiar lo que él pensaba que sería el resto de sus costes de inicio.

Al principio se topó con problemas. En primer lugar, no había un proveedor de cuyes cerca de la ciudad ya que él vivía en una ciudad grande, finalmente se vio obligado a viajar tres horas para obtener los primeros 20 cuyes necesarios para iniciar su granja, los gastos de viaje fueron mucho más altos que Mark había anticipado y dos de los cuyes murieron en el camino a casa. Alimento para los cuyes también era difícil de adquirir en la gran ciudad. Su hermano tenía acceso a todo tipo de avance en el campo, pero no había nada parecido en la ciudad. Nuevamente, Mark se vio obligado a traer alimentos desde el campo a costos mucho más altos que él había previsto.

Administrar los cuyes fue también más difícil de lo que Mark pensó que sería, hizo e intentó en cuanto pudo mantener los animales sanos, ya que continuamente se enfermaban. Mark pasó horas en el teléfono con su hermano escuchándolo intentar explicar cómo cuidar adecuadamente a los cuyes. Mark pensó que había entendido todo eso después de su gira de seis horas de la granja de su hermano, pero resultó que hay más acerca de la crianza de cuyes de lo que él había imaginado.

Finalmente, Mark comenzó a tener suficiente cuyes listos para iniciar la venta de los mismos. Con entusiasmo se acercó a mini mercados, carnicerías y supermercados que exhiben sus mercancías. Para su sorpresa y consternación, ninguno de ellos estaba interesado, le dijeron que los cuyes eran un plato cultural preferido en el campo, pero en la gran ciudad nadie los comía, con la llegada de supermercados y alimentos procesados la gente ahora prefería consumir carne molida y otros productos envasados. Hablando con sus amigos y familia, Mark fue capaz de encontrar a unos aldeanos que se habían trasladado a la ciudad y compraron su carne pero nadie más estaba interesado.

Después de sólo ocho meses de continuo trabajo y preocupante situación, Mark admitió la derrota y tubo que vender sus tierras para poder pagar el préstamo de sus amigos y familia le había dado, pero los ahorros de sus vidas se habían ido. Como contempló el éxito de su hermano y su tremendo fracaso repetidamente se preguntó a sí mismo donde había ido mal.

3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La historia de Mark de su emoción y el fracaso son lamentablemente un tema recurrente para muchos negocios que inician. Mucha gente ve un negocio exitoso y asume que no puede ser demasiado difícil tener éxito y deciden entrar en el proyecto sin hacer ninguna investigación sustancial para saber si pueden realmente ser exitosos o no.

Hay una manera de evitar este resultado. Se llama hacer investigación de mercado, sencillamente, investigación de mercado consiste en investigar el mercado en el que va a funcionar su negocios, en ver si realmente existe una oportunidad para el negocio que desea iniciar. Investigación de mercado puede dividirse en tres partes básicas que explicaremos en el resto de este capítulo. Son, acceso al mercado, acceso al suministro y acceso a Capital.

NOTES:

[illegible]

Acceso a los Mercados - La existencia de un mercado para los productos o servicios que desea vender así como su capacidad y recursos para competir en ese mercado.

Acceso a los Proveedores - La existencia de la oferta de su producto y su capacidad de obtener y gestionar sus suministros.

3.3 - ACCESO AL MERCADO

Determinar si tiene **acceso al mercado** respecto a su idea de negocio significa averiguar si existe un mercado para los productos o servicios que desea ofrecer y si tienes lo necesario para competir en ese mercado. Como puede ver, la cuestión es no sólo sobre el mercado donde le gustaría vender, sino también acerca de usted y de sus recursos para ingresar en ese mercado. Piensa de nuevo en la historia de Mark. Debido a que muy pocas personas en la ciudad comían carne de cuy, había poco o ningún mercado para su producto además Mark no tenía ninguna experiencia en la crianza de cuyes y aun cuando hubiere existido mercado para su producto habría sido muy difícil para él participar en el mercado.

Determinar si tiene acceso real al mercado es un proceso difícil y largo. Pero, como muestra la historia de Mark, vale la pena hacerlo antes que invertir todo su tiempo y dinero. La mejor manera para determinar si tiene acceso al mercado es preguntarse a sí mismo una serie de preguntas acerca de su mercado, acerca de usted mismo y de sus recursos. Esas preguntas se enumeran a continuación:

Preguntas acerca de su mercado:

1. ¿Hay un mercado grande y fácilmente identificable?
2. ¿La industria o rubro de negocio, esta creciendo?
3. ¿Existen altas barreras para entrar en ese mercado?
4. ¿Existen altas exigencias en el mercado, existe la presión del mercado en este sector?
5. ¿En el negocio el precio se fija por la calidad del producto o servicio?
6. ¿Hay un jugador dominante que controla el mercado?
7. ¿Qué avances podrían hacer al negocio obsoleto?
8. ¿El producto o servicio cubre una necesidad primaria o una necesidad secundaria para los consumidores?
9. ¿Hay oportunidades de repetir este negocio en el mercado?
10. ¿sus ventas serán al contado, le pagarán por adelantado, con depósitos, o venderá a crédito y llevara un control de cuentas por cobrar de sus clientes?
11. ¿Son clientes fácilmente identificados y motivados a comprar?
12. ¿Es difícil encontrar sus posibles clientes?
13. ¿Será difícil captar clientes potenciales?
14. ¿Cuánto se tarda en cerrar una venta? ¿Es un proceso rápido o lento?
15. ¿Hay algún estilo de vida o fuerza demográfica que contribuya o cree la necesidad? Si es así ¿cuánto cuanto tiempo probablemente esto continuará?
16. ¿Puedes identificar una variedad de canales de venta a través del cual usted puede vender su producto o servicio?
17. ¿El tiempo es el adecuado para la introducción de su producto o servicio?
18. ¿Cuántos competidores ofrecen el mismo producto o servicio? ¿Quiénes son ellos?

3.4 - ACCESO A LOS PROVEEDORES

Aun cuando haya un mercado para su negocio y usted tenga las habilidades y recursos para entrar en este mercado, si no tienes el acceso adecuado para abastecer su negocio no tendrá éxito. Preguntarse si tienes **acceso a proveedores** significa preguntar si hay proveedores disponibles de los elementos necesarios para hacer su producto y si tienes lo que se necesita para obtener y administrar la oferta de esos productos.

Piense de nuevo en la historia de Mark. Incluso si hubiera encontrado personas que hubiese querido comprar cuyes (en la ciudad), obtener los cuyes y el alimento para ellos era tan difícil y caro, esto hizo que su negocio sea poco práctico. Otro aspecto importante sobre el acceso a los productos o suministros está preguntándose si usted tiene la capacidad de mantener un producto o suministro.

Por ejemplo mientras los ladrillos pueden ser un producto fácil de almacenar y mantener, los artículos perecederos como alimentos o los artículos caros como equipo que requieren seguridad son difíciles de mantener. Nuevamente, tenemos otra serie de preguntas para ayudarle a determinar si usted tiene un acceso adecuado a suministrar para su idea de negocio.

Preguntas sobre a los proveedores:

1. ¿Existen varias fuentes de proveedores?
2. ¿Requiere de un gran inventario?
3. ¿Con qué frecuencia usted rota su inventario? ¿En un año? ¿Mes? ¿Semana? ¿Día?
4. ¿Es el producto perecedero? ¿Moda? ¿Se convertirá en obsoleto?
5. ¿Tienes los fondos disponibles para adquirir suficiente inventario para iniciar su negocio?
6. ¿Esta su idea de negocio envuelta en un solo producto o servicio o en una agrupación de productos y servicios?
7. ¿Existen grandes márgenes entre el costo y precio de venta de su producto o servicio?
8. ¿El negocio tiene grandes costos fijos que pudieran perjudicar la rentabilidad del negocio?

NOTES:

[illegible]

3.5 - ACCESO AL CAPITAL

Acceso al Capital – Su capacidad para obtener el capital necesario para iniciar y llevar a cabo el negocio.

El paso final de su investigación de mercado es determinar si tiene o no tiene **acceso al capital** para entrar en el negocio, algunas empresas requieren mucho capital para empezar, por ejemplo pensar en una tienda de automóviles, usted puede ser un excelente vendedor de autos y puede haber una gran demanda de vehículos pero iniciar un negocio de venta de automóviles requiere mucho dinero que poca gente sería capaz de financiar tal proyecto por cuenta propia. Es importante mencionar que simplemente “obtener un préstamo” no es una solución a este problema, los prestamistas son muy cuidadosos acerca de a quiénes prestan dinero y solo darán grandes sumas de dinero cuando ven una buena oportunidad, cuanto mayor sea la cantidad de dinero que piden menos probable es que se lo otorguen, una estrategias clave para obtener acceso al capital están ahorrando dinero de sus propios fondos.

Preguntas acerca de su capital:

1. ¿Requiere una gran inversión de dinero su idea de negocio?
2. ¿De donde obtendrá el dinero para iniciar su negocio?
3. ¿Usted personalmente aportará con capital para su negocio? de ser así, ¿Qué aportará?

REPASO DEL CAPÍTULO

PREGUNTAS PARA COMPREHNSION

1. ¿Qué es el acceso al mercado y por qué es importante?
2. ¿Qué es el acceso a la oferta y por qué es importante?
3. ¿Qué es el acceso al capital y por qué es importante?

TAREA

Elige diez preguntas de la sección acceso al mercado (cinco de cada parte), cinco preguntas de la sección de acceso a Suministros y l tres preguntas de la sección de acceso al capital.

Pase la semana que viene investigando los mismos en relación a su negocio, Infórmese sobre las respuestas a estas preguntas a profundidad

LISTA DE VERIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD

TOMANDO LA DECISIÓN DE CONTINUAR

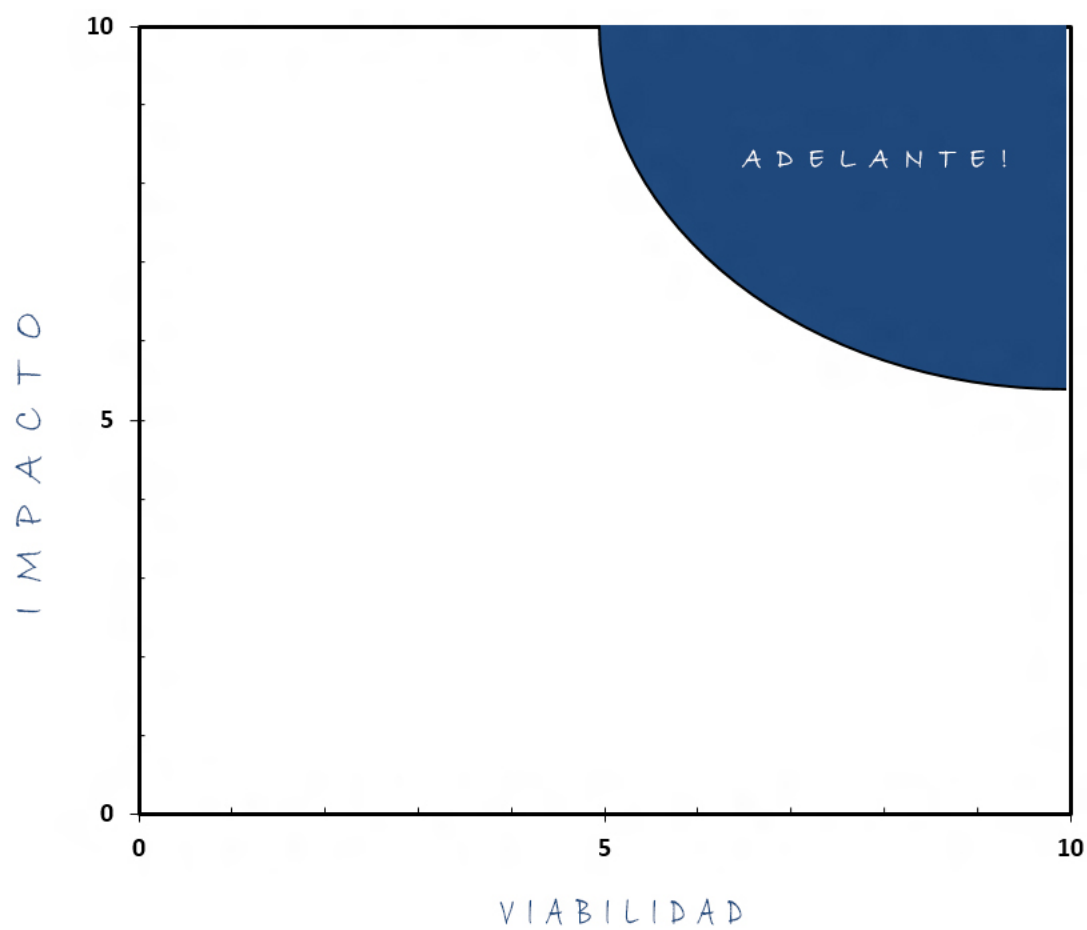
PROPÓSITO DE LA LECCIÓN

Los emprendedores exitosos invierten tiempo y se esfuerzan mucho en la búsqueda de la mejor idea u oportunidad de negocio antes de empezar el suyo, no todas las ideas de negocios valen la pena ejecutarse o persistir en ellas, las siguientes preguntas le ayudaran a reconocer la diferencia entre una supuesta idea de negocio y una verdadera oportunidad de negocio.

¿Continuar o no? ¿Es una gran oportunidad? Utilice los siguientes criterios para evaluar el impacto potencial y la viabilidad de su idea de negocio, usted tiene que hacer la investigación apropiada y proporcionar una justificación para cada clasificación

CRITERIOS RELACIONADOS CON EL IMPACTO DEL NEGOCIO	POTENCIAL
NECESIDAD - ¿No su producto o servicio, resolver un problema o llenar una necesidad?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
UNICO - ¿Es una nueva combinación que no se puede encontrar en otros lugares?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
INIMITABILIDAD - ¿Sera usted un competidor difícil de imitar, será difícil sustituir su producto o servicio?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES - ¿Hay muchos consumidores que pagarán por este producto o servicio?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
MARGEN - ¿Los clientes estarán dispuestos a pagar por el producto o servicio más de lo que cuesta hacerlo?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
PERIÓDICO - ¿Es una compra única o algo que se comprará varias veces?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
SOSTENIBLE - ¿Es un producto o servicio que es una moda pasajera o es sostenible en el tiempo?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
CRITERIOS RELACIONADOS CON LA VIABILIDAD DEL NEGOCIO	POTENCIAL
TECNOLÓGICAMENTE FACTIBLE - ¿La tecnología para elaborar su producto o servicio esta disponible y puede usted producir la cantidad necesaria del producto o servicio?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
ACCESO A CLIENTES - ¿Hay un canal o modelos de negocio que le permita encontrar clientes, informarles sobre su producto o servicio y hacerles llegar a ellos?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
VENTANA DE OPORTUNIDAD - ¿Es una oportunidad por la cual se debe actuar de inmediato o hay tiempo suficiente para desarrollar y diversificar su negocio?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
BAJO NIVEL DE COMPETENCIA - ¿Cuál es la probabilidad y el tamaño de la perdida potencial que podría resultar de la oportunidad de iniciar su negocio? (10=sin competencia y 1= extremadamente competitivo)	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
BAJO NIVEL DE RIESGO - ¿Cuál es la probabilidad y el tamaño de la pérdida potencial que podría resultar de la oportunidad? (10 = bajo riesgo y 1 = alto riesgo)	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
DISPONIBILIDAD DE RECURSOS - ¿Tienes acceso a los recursos financieros, tecnológicos o físicos requeridos?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
OPORTUNIDAD DE EMPEZAR EL NEGOCIO - ¿Usted o sus socios tienen la habilidad, experiencia o contactos necesarios para esta oportunidad?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
PASION - ¿Te interesa esta oportunidad frente a otras oportunidades que podrías tener?	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

IMPACTO		VIABILIDAD DE LA OPORTUNIDAD (VO)		VIABILIDAD DE LA GENTE (VG)	
Valor		Viabilidad Tecnológica		Disponibilidad de Recursos	
Rareza		Acceso a Clientes		Ajuste de Oportunidad	
Inimitabilidad		Ventana de Oportunidad		Pasión	
Demanda de los consumidores		Competencia		Promedio de VG	
Margen		Riesgo			
Recurrentes		Promedio de DE			
Sostenible					
Promedio de Impacto		Viabilidad Global = (DE + PF) / 2			



REPASO DEL CAPÍTULO

TAREA

Completa la actividad en este capítulo.