

NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE
APERTURA DE NEGOCIOS
CLAVE DE LA ASIGNATURA
LA 313

SESIÓN 1

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Al término del curso, el alumno analizará los principios de la apertura de negocios; identificará las relaciones de los negocios con la información que revelan los estados financieros, a través de análisis contable, financiero y retrospectivo.

Introducción

El principal problema que enfrenta México desde los últimos treinta y cinco años, es el incremento de la pobreza; agudizado por las crisis económicas recurrentes país ha tenido graves consecuencias en la disponibilidad de empleo, en el deterioro del ingreso en cantidad y calidad de vida de los mexicanos.

En todo el mundo, las micro y pequeñas empresas (MIP y MES) han demostrado su capacidad como un medio efectivo para propiciar el desarrollo social y económico, así como para combatir la pobreza. En México, la microempresa, ya sea bajo la forma de autoempleo de empresa familiar o como empresa formalmente establecida, constituye la principal fuente de generación de empleos, en tanto que representa más del 97% de los establecimientos que aportan cerca del 64% de trabajo.

Además, el autoempleo representa una forma eficaz por la cual las familias de bajos ingresos pueden incrementarlos, realizando una actividad productiva que la mano de obra familiar.

Cuando se habla de la problemática de operación y desarrollo de las microempresas, los análisis coinciden en señalar que la dificultad central no radica en el tamaño de la empresa, sino en el contexto del que participa en la economía.

En ese ámbito, la microempresa actúa sola, al amparo de sus propios recursos y sin un enlace que le facilite operar con eficacia en un entorno cada vez más exigente y complejo.

En la actualidad, la economía está sufriendo muy importantes y acelerados cambios que modifican dinámicamente el contexto de operación de las empresas, su nivel de competitividad y como consecuencia, sus necesidades de apoyo.

Su clasificación esquematizada las ubica con mayor claridad en un contexto de tamaño e importancia, de acuerdo con criterios de número de empleos y ventas, principalmente.

Composición por tamaño y sector (participación porcentual y cantidad de empleados)				
Tamaño	Sector			Total
	Industria	Comercio	Servicios*	2,844,308
Micro	94.4	94.9	97.4	95.7
Pequeña	3.7	4.0	1.6	3.1
Mediana	1.7	0.9	0.5	0.9
Total	100	100	100	100

Los emprendedores generadores de ideas y de conceptos de negocios necesitan ser guiados y acompañados en el proceso de creación de una organización, así como para el desarrollo y puesta en marcha de su plan de negocios, evaluando el mercado, la viabilidad técnica, y financiera, con orientación a las vocaciones productivas, regionales sectoriales.

DEFINICIÓN DE NEGOCIO

Un negocio consiste en un sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de productos o servicios. El concepto o término negocio debe su etimología al latín *negotium*, es decir una negación del ocio: la ocupación que realizan las personas con fines lucrativos. Este carácter etimológico es bastante particular porque define a la palabra de un modo distinto al mayor uso que le damos en la actualidad: no entendemos por negocio a la actividad laboral de cualquier persona, sino particularmente a las que se dedican al comercio de bienes y servicios. Sin embargo, es una acepción reconocida por la RAE aquella que entiende al término como una forma de llamar a cualquier ocupación que realicen las personas.

El circuito de la producción de bienes tiene distintas fases determinadas. Desde la mera obtención de las materias primas, su transformación más precaria, sus viajes y las adiciones de valor agregado van perfeccionando el objeto hasta llegar al que se cree, responderá a las necesidades de los consumidores. Este proceso se justifica a partir del negocio, un método para obtener dinero de usuarios a cambio de la prestación de un

servicio o la entrega de algún bien. Los ‘hombres de negocios’ son los empresarios o los administradores de empresas, que se esfuerzan por mantener algunas variables equilibradas de la mejor forma posible: buscarán tener precios altos pero aceptados por los compradores, buscarán tener una buena calidad que no les demande una cantidad de dinero que obligue a aumentar los precios, y buscarán disminuir lo mayor posible los gastos, con el fin de aumentar el margen de ganancia.

En la actualidad, la vida occidental está orientada hacia el permanente negocio. Se acepta en la práctica que allí donde las personas tengan una necesidad, habrá alguien interesado en satisfacerla obteniendo una ganancia por hacerlo. De este modo es como algunos negocios tienen éxitos arrolladores, mientras que otros podrán sufrir fracasos estrepitosos. Para analizar el rendimiento de un negocio deberá analizarse cuales fueron los gastos, y comparárselos con los resultados posteriores. La compañía Disney inició su actividad con 230 dólares en 1923, y hoy factura alrededor de 16000 millones de dólares cada año. Rusia vendió a Estados Unidos el territorio de Alaska por ‘apenas’ 7.2 millones, descubriéndose luego que era un territorio con una gran cantidad de metales entre los que se encuentra el oro, y también con mucho petróleo.

El concepto de negocio, además, puede clasificarse de acuerdo a la actividad de la que se obtenga la ganancia:

- Se conoce como *negocios de extracción* los que sacan provecho de los recursos naturales, habiendo simplemente comprado una porción de territorio, o habiendo invertido dinero en elementos que potencien a la naturaleza (semillas para siembra, pastoreo de animales). La existencia de un negocio de extracción es la garantía de los negocios posteriores de producción.
- Los *negocios de productos* son los que –como se dijo- incorporan valor agregado a una materia prima y la van transformando hasta que esté en condiciones de atender a las necesidades a las que las personas destinan parte de su renta. Sin existir estos negocios sólo podrían comercializarse las cosas que se encuentran en la naturaleza.
- Los *negocios de servicios* son los que prestan algún bien intangible a las personas, basados en la posesión de algún bien o en alguna habilidad. En estos casos el negocio no proviene a partir de una cadena de producción, simplemente se posee algo cuyos efectos las personas (que no lo poseen) demandan.
- Los *negocios al por mayor* son los que obtienen una gran cantidad de productos ya elaborados, y sin transformarlo ni agregarle nada de valor, cuentan con una capacidad de almacenamiento que permite distribuirlos por negocios minoristas. Hacen las veces de intermediarios.
- Los *negocios de venta al público* son los que compran los bienes al por mayor, para venderlos directamente a las personas. En algunos países de Latinoamérica, directamente se conoce con el término de ‘negocio’ a este tipo de actividad, ya que son la razón por la que se fundan todos los anteriores. La cadena de la producción se corta abruptamente cuando es consumido por una persona, que soporta todo el valor incorporado y retroalimenta el circuito.

Plan de Negocios.

Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa y complementariamente, es útil para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores.

Este responde a la pregunta, ¿Qué?, ¿Qué se va a hacer?, ¿Qué actividades se realizarán? Un plan de negocios debe responder a la pregunta ¿qué negocio se va a hacer o proyectar? El negocio deberá entenderse como “una actividad económica que propicie la creación de empleos, la producción o comercialización de productos y servicios; generando valor y permanencia”.

Un plan de negocios definirá qué tipos de negocios se pueden realizar, bajo un esquema de investigación metodológica, fundado en cuatro estudios principales que también se les conoce como estudio de factibilidad:

- Estudio de mercado
- Técnico
- De organización
- Financiero

Factibilidad proviene de su raíz, facto que significa, hecho, contexto o situación. Normalmente se le utiliza indistintamente con el término viable, cuya raíz viene de vía que significa recurso, medio o canal. Entonces, un estudio de factibilidad, deberá demostrar si contextualmente el negocio o proyecto se puede hacer y determinar su viabilidad financiera.

. Ejemplo

“Las casas que tienen alfombra, requieren de usar sólo aspiradora para limpiar o retirar la basura de ellas” ¿habrá alguna otra forma de retirar la basura sin utilizar aspiradora?

“Los asientos de los automóviles generalmente se ensucian de polvo y de pequeñas fracciones de basura” ¿habrá algo que pueda lanzarse al mercado para limpiarlos?

También se pueden modificar los productos o servicios existentes para cubrir necesidades insatisfechas que es lo que más comúnmente sucede.

Para poder identificar esas necesidades insatisfechas, podemos recurrir a la Pirámide de Abraham Maslow.

La pirámide de Maslow, o jerarquía de las necesidades humanas, es una teoría psicológica propuesta en su obra Una teoría sobre la motivación humana (en inglés, A Theory of Human Motivation) en 1943, que posteriormente amplió, obtuvo una importante notoriedad, no sólo en el campo de la psicología sino en el ámbito empresarial del marketing o la publicidad. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide)



Las soluciones que se planteen en el plan de negocios, tienen que satisfacer las necesidades insatisfechas del problema descrito. Recordemos que no podemos crear necesidades, porque las necesidades ya existen, lo que hacen las empresas es estimular tales necesidades para crear productos o servicios que se conviertan en indispensables y forzosos.

Como ejemplo de ello, se puede citar a un “cavernícola” que cubrió sus necesidades primarias y secundarias con los productos que le proporcionaba la naturaleza; no “necesitaba” un refrigerador, un celular o un horno de microondas. Sus necesidades vitales para vivir estaban satisfechas con lo que contaba en ese tiempo.

La mercadotecnia, como se conoce desde el siglo pasado, ha desarrollado técnicas de estimulación de los sentidos humanos para provocar la compra de artículos y servicios no necesarios, así como generar su uso de manera forzosa e indispensable. La publicidad y promoción son ejemplos de esto.

La creatividad puede llegar a ser una herramienta importante para crear un plan de negocios y la podemos definir como:

La creatividad

Es el proceso de presentar un problema a la mente con claridad (ya sea imaginándolo, visualizándolo, suponiéndolo, meditando, contemplando, etc.) y luego originar o inventar una idea, concepto, noción o esquema según líneas nuevas o no convencionales. Supone estudio y reflexión más que acción.

Creatividad es la capacidad de ver nuevas posibilidades y hacer algo al respecto. Cuando una persona va más allá del análisis de un problema e intenta poner en práctica una solución se produce un cambio. Esto se llama creatividad: ver un problema, tener una idea, hacer algo sobre ella, tener resultados positivos. Los miembros de una organización tienen que fomentar un proceso que incluya oportunidades para el uso de la imaginación, experimentación y acción. Se debe aclarar que no existe ningún estereotipo del individuo creador, si bien todos presentan ciertas similitudes. Algunas de esas se indican a continuación:

- Manifiestan una gran curiosidad intelectual.
- Disciernen y observan de manera diferenciada.
- Tienen en sus mentes información amplia que pueden combinar, elegir y extrapolar para resolver problemas.
- Demuestran empatía hacia la gente y hacia las ideas divergentes.
- La mayoría presenta personalidad introvertida.
- No están pendientes de lo que los otros piensan sobre ellos y se hallan bastante liberados de restricciones e inhibiciones convencionales.
- Son auténticamente independientes.
- Poseen capacidad de análisis y síntesis.
- Poseen capacidad de redefinición, es decir, para reacomodar ideas, conceptos, gente y cosas, para trasponer las funciones de los objetos y utilizarlas de maneras nuevas.

La innovación es un proceso complejo que tiene como base el análisis, la observación, la síntesis y el trabajo. Las personas y las empresas innovadoras dedican bastantes recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios.

Innovación significa literalmente innovar. Asimismo, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica

Ser creativo requiere de tener un pensamiento de tipo: convergente y divergente, vertical y lateral.

- El convergente busca una sola solución a problemas planteados, soluciones ya existentes de fácil o común hallazgo.
- El divergente busca más soluciones al problema, comparándolas y estableciendo nuevas soluciones.

	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO
1	LIBRO	Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión	Núñez Zúñiga, Rafael	Trillas	2007
2	LIBRO	Simulación. Un Enfoque Práctico	Coss Bu, Raúl	Limusa	2010
3	LIBRO	Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión	Bu, Coss	Limusa	2010