



Universidad Autónoma
del Estado de México



Desarrollo Emprendedor

Libro de texto basado en competencias

Leticia Castellón Contreras · Gilberta Yolanda Rodríguez Sidonio
Ma. Isabel Quinto Rodríguez · Ruth Becerril Becerril
Laura Patricia Montenegro Morales · María del Socorro Sandoval Montenegro

6°
Semestre

Desarrollo Emprendedor

Libro de texto basado en competencias

DIRECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS
Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales
Carlos Eduardo Barrera Díaz
Rector

Doctora en Humanidades
María de las Mercedes Portilla Luja
Secretaria de Difusión Cultural

Doctor en Administración
Jorge Eduardo Robles Alvarez
Director de Publicaciones Universitarias

Doctora en Investigación Educativa
Eva Lilia García Escobar
Directora de Estudios de Nivel Medio Superior



Desarrollo Emprendedor

Libro de texto basado en competencias

Leticia Castellón Contreras
Gilberta Yolanda Rodríguez Sidonio
Ma. Isabel Quinto Rodríguez
Ruth Becerril Becerril
Laura Patricia Montenegro Morales
María del Socorro Sandoval Montenegro

Segunda edición, febrero 2024

DESARROLLO EMPRENDEDOR

Libro de texto basado en competencias

Autores

Leticia Castellón Contreras

Plantel Cuauhtémoc de la Escuela Preparatoria de la UAEM

Gilberta Yolanda Rodríguez Sidonio

Plantel Ignacio Ramírez Calzada de la Escuela Preparatoria de la UAEM

Ma. Isabel Quinto Rodríguez

Plantel Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana de la Escuela Preparatoria de la UAEM

Ruth Becerril Becerril

Plantel Ignacio Ramírez Calzada de la escuela Preparatoria de la UAEM

Laura Patricia Montenegro Morales

Plantel Lic. Adolfo López Mateos de la escuela Preparatoria de la UAEM

María del Socorro Sandoval Montenegro

Plantel Lic. Adolfo López Mateos de la escuela Preparatoria de la UAEM

Universidad Autónoma del Estado de México

Av. Instituto Literario 100 Ote.

Toluca, Estado de México

C. P. 50000

Tel: (52) 722 277 38 35 y 36

<http://www.uaemex.mx>

El contenido de este material es responsabilidad de los autores, así como el tratamiento basado en competencias realizado a los libros de texto. Queda prohibida la reproducción o transmisión total o parcial del contenido de la presente obra, sin el consentimiento previo y por escrito del editor. La Universidad Autónoma del Estado de México se deslinda de cualquier acción legal derivada de este material.

® Derechos reservados, 2018

ISBN: 978-607-633-760-8

Hecho en México

Responsable del Programa de Diseño y Producción Editorial: L. D. G. Miguel Angel Conzuelo Endeje

Corrección de estilo: L. L. L. José Manuel Sánchez Mercado

Portada e interiores: L. D. G. José Ramón Montes de Oca



MENSAJE

A través de su historia, la Universidad Autónoma del Estado de México ha tenido como uno de sus objetivos fundamentales lograr que el estudiantado reciba una educación basada en el libre pensamiento, apelando a un sentido científico. La Escuela Preparatoria de la UAEM continuará mostrándose como un punto de inflexión para la comunidad estudiantil por la calidad de la educación que se ofrece al tiempo que se enseña a adquirir conocimientos, valores, habilidades y destrezas que favorezcan el entendimiento de nuestro entorno social y ambiental.

La responsabilidad de la Universidad Autónoma del Estado de México es asegurar que la educación que se imparte en la Escuela Preparatoria contribuya a ampliar el horizonte personal y profesional de los estudiantes. El enfoque para la apropiación del conocimiento parte de aprovechar la experiencia de vida y desde la autonomía de pensamiento y la reflexión lograr una comprensión más amplia de la realidad.

El material educativo que tienes en tus manos ha sido elaborado colegiadamente entre especialistas de cada una de las áreas del conocimiento. La creatividad, el pensamiento crítico y reflexivo, así como el espíritu científico del claustro de docencia e investigación se reúne en esta antología con el fin de que te acerques al conocimiento con una mirada crítica. Este ejemplar ha sido elaborado con el fin de establecer un aprendizaje dialógico que estimule tu curiosidad, que te sirva como guía, y que invariablemente te provoque pasión por el conocimiento.

El objetivo es lograr que recibas una educación integral e incluyente que incida de manera positiva en tu trayectoria escolar. Por ello es importante que asumas un compromiso personal, empeño y dedicación que te permita apropiarte del conocimiento.

Patria, Ciencia y Trabajo

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales
Carlos Eduardo Barrera Díaz
Rector

Índice

Introducción general	9
Enjambre 1: Mi potencial como emprendedor	11
Colmena 1: Mi potencial como emprendedor	14
Colmena 2: Ética de un emprendedor	23
Colmena 3: Técnicas creativas	29
Colmena 4: Generando la idea emprendedora	40
Colmena 5: Empresa	46
Colmena 6: Componentes de la idea de emprendimiento: Misión y Visión	51
Colmena 7: Objetivos	56
Bee Pecoreadora. Enjambre 1	61
Enjambre 2: Planeando mi empresa	67
Colmena 8: Diferencia entre plan de negocios y modelo de negocios	71
Colmena 9: Elementos del modelo de negocios CANVAS	75
Bee Pecoreadora. Enjambre 2	119

Enjambre 3: Dando a conocer mi empresa	121
Colmena 10: Marcas	124
Colmena 11: Diseño y elaboración de prototipo	129
Colmena 12: Plan de comercialización	133
Colmena 13: Estrategia de venta	141
Bee Pecoreadora. Enjambre 3	147

Enjambre 4: Alternativas para mi empresa	149
Colmena 14: Patente	152
Colmena 15: Franquicias	157
Colmena 16: Fuentes de financiamiento externas	163
Colmena 17: Toma de decisiones	170
Bee Pecoreadora. Enjambre 4	179

Fuentes	183
----------------	------------

Introducción general

Los cambios socioeconómicos y técnico-científicos del mundo actual, requieren que el joven estudiante sea un emprendedor en todos los aspectos de su vida. El presente libro te invita a volar como una "abeja" a través de todas aquellas colmenas (temas) que harán posible que desarrolles tu potencial como emprendedor y vivas la experiencia de generar una idea de emprendimiento que te guíe en la solución de problemas de tu entorno.

Hacer juntos este recorrido significa mucho para nosotros, ya que el esmero y dedicación que hemos puesto tiene como fin principal ofrecerte una práctica y útil guía para tu incursión al mundo emprendedor y apoyarte en el proceso de toma de decisiones.

Antes de abordar el contenido del libro, es importante para nosotros decirte que utilizamos el tema de abejas debido a que estas son un símbolo de trabajo colaborativo y creativo, elementos indispensables para ser emprendedor.

Este libro está conformado por cuatro enjambres o módulos que te permitirán ir desarrollando tu potencial de emprendedor. Cabe destacar que un enjambre es un conjunto de abejas en busca de nuevas colonias; así, nombramos enjambres a los módulos, porque esperamos que explores con nosotros nuevos conocimientos.

En el enjambre uno denominado, *Mi potencial como emprendedor*, se pretende que seas consciente de tu capacidad para generar una idea innovadora a partir de alguna necesidad detectada en tu contexto.

En el enjambre dos, *Planeando mi empresa*, guiaremos tus pasos para que puedas concretar tu idea en un modelo de negocios integrando los aspectos fundamentales que se requieren.

En el enjambre tres, *Dando a conocer mi empresa*, te adentramos en aquellos temas sobre la difusión y comercialización de tu empresa o negocio.

Finalmente, en el enjambre cuatro, *Alternativas para mi empresa*, impulsaremos tu conocimiento para identificar las diversas opciones para la potencialización de tu firma de innovación.

Esperamos disfrutes este recorrido por el mundo de los negocios.

Enseguida, presentamos la organización de cada enjambre:



Bee Reina: Es la única hembra fértil; esta sección la encontrarás al inicio de cada módulo o enjambre y te presenta una introducción de los contenidos a tratar.



Bee de Limpieza: Son las abejas encargadas del orden, y como sabes, en nuestro programa este orden se basa en las competencias genéricas y disciplinares, por esta razón en cada enjambre encontrarás las competencias que guían las colmenas (temas) que se desarrollarán.



Colmena: Es la vivienda de las abejas, aquí se encuentran todas las maravillas del mundo de las abejas, esta es la razón por la que cada tema tiene el nombre de colmena, ya que explorándolos descubrirás lo que necesitas para desarrollarte como un emprendedor.

En cada colmena viven varios tipos de abejas con trabajos determinados, en el presente libro encontrarás a las siguientes abejas desempeñando estas funciones:



Bee Zángano: Dentro del mundo de las abejas, los zánganos son los machos de la colmena. Sólo el zángano más fuerte es el que puede fecundar a la reina, sin zánganos no habría nuevas abejas, y para lograr fecundar a la reina debe conseguir su atención. En esta sección buscamos llamar tu atención a través de cápsulas informativas, conflicto cognitivo, imágenes, chistes, entre otras cosas, con la finalidad de motivar tu proceso de aprendizaje.



Bee Albañil: Esta abeja se encarga de construir el panal o extenderlo. En esta parte buscamos brindarte las herramientas teóricas que te permitan desarrollar tu potencial emprendedor.



Bee Nodriz: La noble nodriza, encargada de cuidar las larvas hasta que sean independientes, te acompaña en tu proceso de aprendizaje a través de ejercicios ya resueltos que te permiten observar cómo se puede aplicar la teoría vista en cada colmena.



Bee Soldado: Son guardianas, protegen la entrada de la colmena, verificando que las abejas que entran y salen de la colmena pertenecen a ésta, además alertan al resto sobre cualquier peligro. Aquí te presentamos ejercicios para verificar que has aprendido, y ponerte en estado de alerta en caso de que tengas dudas o necesites algún repaso de la colmena.



Miel Bee: Así como la miel endulza y estimula dando energía, en este apartado te queremos antojar de deliciosos postres, ya que te sugerimos libros, videos o ligas que te permitan despertar tus ideas emprendedoras.



Bee Pecoreadora: Es una abeja audaz, ya que sale de la colmena para recolectar néctar, polen, propóleo y agua, necesarios para generar miel y la supervivencia del enjambre. En esta última sección de cada enjambre te proponemos ser audaz al practicar a través de ejercicios o preguntas y evaluar lo que aprendiste.

ENJAMBRE

1



Mi potencial como emprendedor

Todos nuestros sueños se pueden
hacer realidad, si tenemos el coraje
para perseguirlos.

Walt Disney



Echemos un vistazo:

Según Albert Einstein, si las abejas desaparecieran de la tierra, los humanos moriríamos en 4 años.



Bee Reina:

Estás al comienzo de tu Desarrollo Emprendedor. Quizá tengas preguntas. ¿Qué es ser emprendedor? ¿Para qué ser emprendedor? Tal vez tengas alguna idea de lo que es ser emprendedor, ideas que pudieron surgir de tus papás o de lo que escuchas en televisión, radio o internet.

Además de dar respuesta a tus inquietudes, en este enjambre iniciarás el proceso para convertirte en un emprendedor. Descubrirás que posees el potencial para serlo y la importancia que tiene en el presente y futuro.

Darás el primer paso de tu proyecto de negocios generando una idea innovadora. Establecerás el rumbo que te gustaría seguir como emprendedor, al crear tu misión, visión, objetivos e identificarás el tipo de empresa que te gustaría tener.



Bee de Limpieza:

Competencias Genéricas:

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
 - 4.1 Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.
5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
 - 5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.
 - 5.6 Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.
8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
 - 8.2 Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.
 - 8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

11. Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.

11.1 Asume una actitud que favorece la solución de problemas ambientales en los ámbitos local, nacional e internacional.

Competencias Disciplinarias Básicas:

6. Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

10. Valora distintas prácticas sociales mediante el reconocimiento de sus significados dentro de un sistema cultural, con una actitud de respeto.

Competencias Disciplinarias Extendidas:

1. Asume un comportamiento ético sustentado en principios de filosofía, para el ejercicio de sus derechos y obligaciones en diferentes escenarios sociales.

3. Propone soluciones a problemas de su entorno con una actitud crítica y reflexiva, creando conciencia de la importancia que tiene el equilibrio en la relación ser humano – naturaleza.



Colmena 1: Mi potencial como emprendedor



Bee Zángano:

¿Qué características tienen las personas que generan nuevas ideas?

Para ti ¿qué es un emprendedor?

¿Qué características tiene una persona emprendedora?



Steve Jobs, 1955 – 2011



Bee Albañil:

Así como Steve Jobs, el genio de la computación, fue un gran emprendedor, tú también lo puedes ser, y en esta colmena descubrirás tus áreas de oportunidad para convertirte en un emprendedor.

Antes de iniciar nos gustaría hacer una diferencia entre emprendedor y empresario:

“Un empresario es un individuo que establece y maneja negocios con el propósito principal de obtener ganancias y de crecer. El emprendedor se caracteriza principalmente por mostrar comportamientos innovadores y por el deseo de emplear estrategias de gestión prácticas” (García, Garza, Sáenz, & Sepúlveda, 2007).

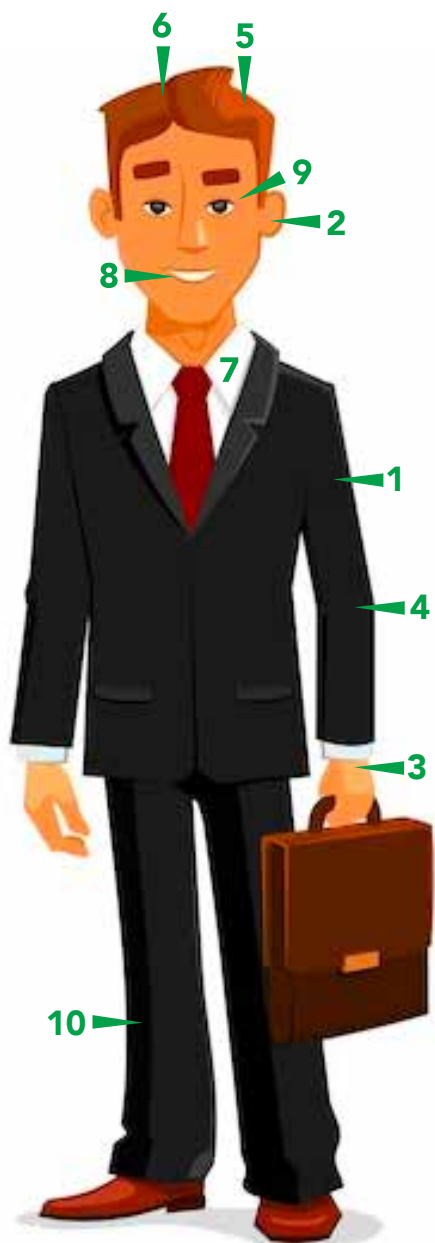
Así pues, no todos los empresarios son emprendedores, ni todos los emprendedores son empresarios.

Desde que surgió el término "emprendedor" en 1800 se ha enfocado que la función más importante de un emprendedor es explorar el cambio, no para hacer las cosas mejores, sino para hacerlas diferentes, es alguien que perturba y desestabiliza. (García, Garza, Sáenz, & Sepúlveda, 2007)

Pero, ¿de dónde surgen los emprendedores, hay mucha controversia de si nacemos o nos vamos formando como tales. Para efectos del presente texto diremos que hay factores psicológicos que traemos desde el nacimiento, pero sin la estimulación correcta no se puede generar un emprendedor.



Es difícil que una persona cumpla con todas las características de un emprendedor, las cuales son:



1. Flexible al cambio

Se un agente de cambio y aprende a colocar todas las cosas a tu favor.

2. Saber escuchar

Aprende a escuchar a tu alrededor, podrías recibir una gran idea de quien jamás lo esperabas.

3. Liderazgo

Un emprendedor debe ser líder. Muestra tu liderazgo con inteligencia sin hacer sentir menos a nadie.

4. Organización

Mantén todo en orden. Jamás podrás dedicarte a crecer en el negocio sino tienes una excelente organización.

5. Dispuesto a aprender

Debes estar dispuesto a aprender de otros. Si estás dispuesto a aprender ese "algo" de todos, podrás crear algo grande con conocimiento colectivo.

6. Creatividad

Se creativo. La perfección y la innovación no tiene límites, así que pon en marcha tu creatividad para que tu negocio sea de ideas frescas e innovadoras.

7. Se apasionado

Ten pasión, no te desmotives y lucha por tus ideas y proyectos, si cree en tu potencial, lograrás crear un impacto que inspirará a otros.

8. Saber comunicar

Habla claramente, nunca engañes ni hables con mentiras. Haz que tu palabra valga y tenga reputación ante tus clientes, socios y colaboradores.

9. Tener visión

Se un verdadero visionario. Anticipa tus movimientos, ve hacia el futuro. Tu visión te alimentará de energía positiva.

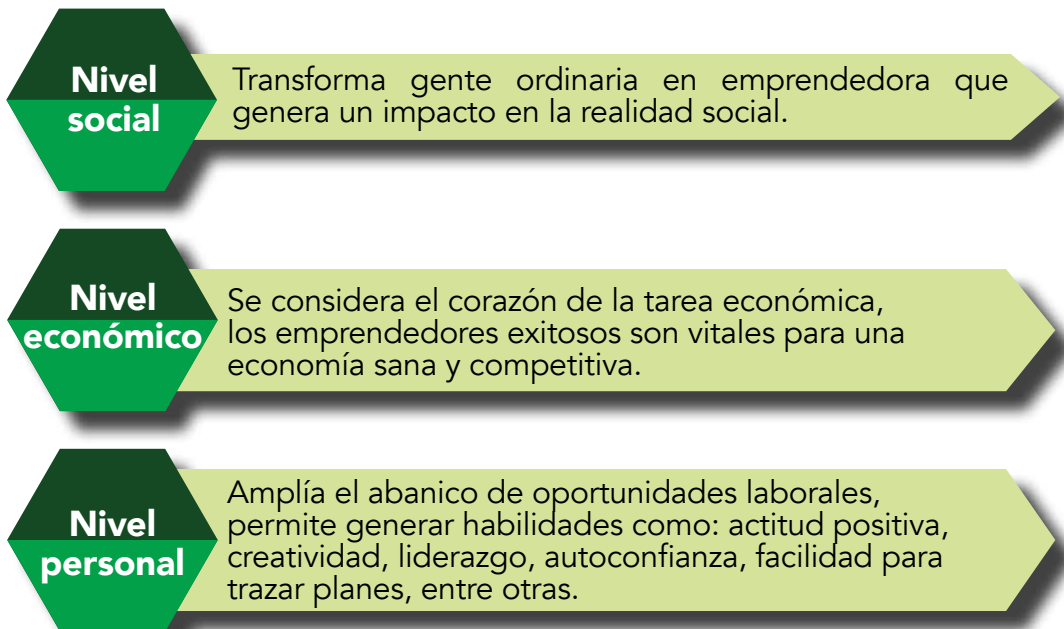
10. Fortaleza

Se fuerte. Como emprendedor tendrás siempre un nuevo reto para superar. Mantén tu fuerza ante las adversidades y convierte las crisis en oportunidades.

(Coutiño, 2023)

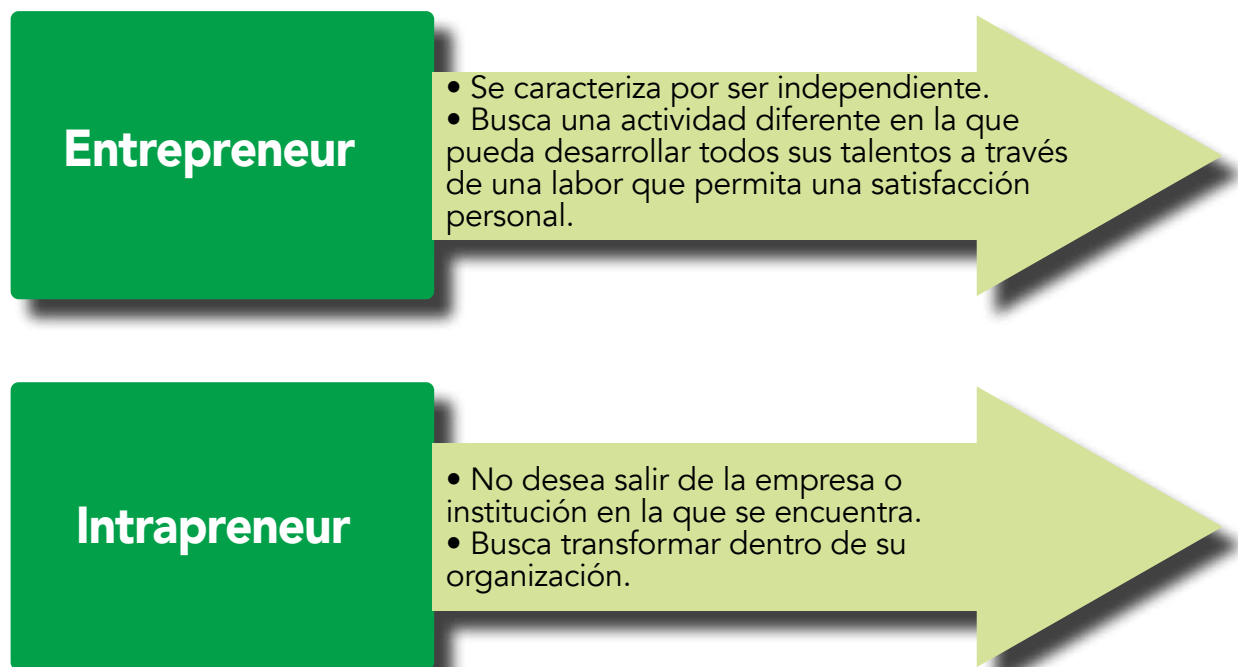
Pero, ¿Para qué ser emprendedor?

¿Cuál es la importancia de ser emprendedor?:



Como se puede ver, un emprendedor es una pieza fundamental de la sociedad humana que le permite mejorar continuamente.

Existen diversas formas de clasificar a los emprendedores, la clasificación que utilizaremos se basa en el desarrollo económico de los emprendedores.



(García, Garza, Sáenz, & Sepúlveda, 2007)



Sin importar en que sector se trabaje, podemos encontrar ocho tipos de emprendedores (Emprende Pyme, 2016):



Bee Nodriz:

Lee la historia de Guillermo González Camarena y contesta las preguntas:

Ingeniero e inventor mexicano nació en Guadalajara, Jalisco, en 1917. En el año de 1934 construyó su primera cámara de televisión con materiales de desecho. En 1939 ideó el sistema tricromático secuencial de campos (conocido como STSC) o sistema para transmitir televisión a color, al año siguiente logró las patentes mexicanas y estadounidenses de su invento. En 1941 inauguró la primera estación experimental de televisión que tenía solo dos receptores. En 1963 realizó transmisiones de televisión cromática a varios centros comerciales en el Distrito Federal, ahora ciudad de México.

¿Qué características de emprendedor poseía Guillermo González Camarena? Tenía compromiso y determinación para lograr todos sus inventos, era tenaz, persistente en la solución de problemas e iniciativa con estándares altos, pero no perfeccionistas.

Además, presentaba una obsesión por la oportunidad ya que siempre vislumbró el área de oportunidad de la televisión, era conocedor del mercado y se obsesionó con la creación y engrandecimiento del valor.

Otras características emprendedoras que poseía eran la creatividad, la confianza en sí mismo y adaptabilidad; buscó nuevas formas de presentar la televisión generando varios inventos, su pensamiento era no convencional, de amplio criterio, pensador lateral y no tenía miedo al fracaso.

La última característica que presenta es motivación al cambio, ya que no tenía miedo de intentar cosas nuevas, por el contrario, buscaba diversas formas de proyectar sus ideas, mantenía una orientación centrada hacia metas y resultados; con expectativas altas, pero realistas, y tenía conciencia de sus propias debilidades y fortalezas.

¿Qué tipo de emprendedor era? Entrepreneur, debido a que salió de la industria para crear su propia forma de televisión, además de ser un emprendedor y especialista, ya que centró sus esfuerzos en innovar la idea de la transmisión televisiva, al tiempo que consolidó su empresa.

Bee Soldado:

¡Veamos qué características de emprendedor tienes!

Contesta el inventario de características emprendedoras, de los siguientes enunciados marca (sin sobrevalorarte y con honestidad) aquellas que consideres que practicas la mayoría de las veces, en tu vida cotidiana.



Características	sí	no
Tomas riesgos moderados		
Eres activo		
Posees responsabilidad personal en lo que haces		
Autoevalúas en función de los resultados las decisiones que tomas		
Generalmente te anticipas a las situaciones		
Tienes habilidades organizacionales		
Posees autodeterminación		
Tienes imaginación		
Habitualmente te apasionas por hacer las cosas		
Tienes deseo de logro		



Características	sí	no
Eres un trabajador incansable		
Fomentas la calidad		
Aceptas responsabilidades nuevas		
Eres optimista		
Estás orientado a la excelencia		
Eres un organizador de tí mismo		
Estás orientado hacia el dinero o a hacer un capital		
Estás dispuesto a trabajar duro		
Te llevas bien con los demás		
Cuentas con habilidades de comunicación		
Sientes orgullo de lo que haces		
Eres un iniciador		
Tienes habilidades y disposición a tomar decisiones		
Tomas compromisos		
Tienes determinación		
Eres perseverante		
Estás orientado al crecimiento		
Estás orientado a lograr metas		
Estás orientado a la búsqueda de oportunidades		
Tienes iniciativa		
Eres persistente en la solución de problemas		
Tienes sentido del humor		
Te consideras realista		
Buscas la retroalimentación		
Tienes capacidad de autocontrol		
Tienes poca necesidad de estatus y poder		
Te consideras íntegro		
Te consideras confiable		
Te consideras creativo e innovador		
Sabes tomar decisiones		
Te consideras responsable		
A menudo retroalimentas tu actuar		
Sabes fijar metas		

Características	sí	no
Tienes autonomía		
Aceptas riesgos		
Tienes un alto nivel de energía		
Eres flexible		
Eres tenaz		
Te manejas con autoridad		
Tienes sueños e ideales que traduces en proyectos		
Sientes satisfacción al realizar tus proyectos		
Eres práctico		
Te consideras competitivo		
Te consideras humano en tu actuar		
Tienes antecedentes familiares y/o personales de actitudes emprendedoras		
Suma (Sí y No)		

Interpretación:

- Una calificación con menos de la mitad de "Sí" no te excluye de ser emprendedor, sólo muestra áreas de oportunidad para desarrollarte como emprendedor.
- Una calificación alta de "Sí" manifiesta que tratas de ser emprendedor en tu vida diaria, ya que cuentas con los recursos y los deseos de hacerlo.

De las características que contestaste "No" ¿cuáles te gustaría trabajar? (Menciona por lo menos tres).

(García, Garza, Sáenz, & Sepúlveda, 2007)



Miel Bee:

Ahora que identificas los tipos y características de un emprendedor, te invitamos a que revises los "10 hábitos de emprendedores felices y exitosos", los cuales te pueden ayudar a mejorar como emprendedor.



Colmena 2: Ética de un emprendedor



"Es cierto que los mayores logros los consiguen quienes suman la capacidad de esfuerzo a otras habilidades naturales".

Bee Zángano:

Lee el siguiente reportaje:



Michael Jordan es famoso por su condición atlética y por sus extraordinarias canastas. Pero también era el primero en llegar a los entrenamientos y el último en marcharse. Cuando entrevistaban a sus compañeros de equipo y a los preparadores de Jordan, todos hablaban de su rigurosa disciplina, no de su habilidad para saltar.

Un veterano preparador de la NBA dijo sobre el talento de Jordan: "Sin su ética de trabajo incansable, Jordan sería simplemente un atleta dotado más con una carrera admirable, pero no hubiera pasado a la historia". (Alemany, 2011).

¿Estás de acuerdo con la afirmación del veterano de la NBA?	Argumenta tu respuesta
¿Qué es una ética de trabajo?	Argumenta tu respuesta
¿Consideras que en la actualidad los valores están "pasados de moda"?	Argumenta tu respuesta



Bee Albañil:

Tal vez suena anticuado hablar de valores éticos en este siglo, donde es común escuchar frases como “el que no transa no avanza”, en una cultura donde pareciera ser que nadie ve lo que pasa y solo al ser corrupto se pueden alcanzar metas. Sin embargo, el implementar valores ha ayudado a muchas personas, como veíamos en el reportaje de Michael Jordan. Se ha descubierto que tener un código ético de valores ayuda a la confiabilidad de un emprendedor ya que proyecta una buena imagen y ayuda a obtener mayor capital e inversionistas. Además de beneficios internos y externos como son (DERES en Covantes, 2014):

Beneficios internos	Beneficios externos
Enmarca la actuación de los colaboradores y orienta al empresario a actuar con imparcialidad.	Previene conflictos y minimiza situaciones de riesgo.
Indica las pautas de conducta y criterios por los cuales se rigen todos los colaboradores.	Mejora la confianza de los inversionistas.
Genera lealtad y cooperación de los colaboradores.	Atrae a personas altamente calificadas.
Motiva a los colaboradores.	Mejora la imagen corporativa ante la sociedad.
Mejora la rentabilidad y reduce los costos funcionales.	Entrega un mensaje sincero al público interesado en la empresa (posibles compradores).
Protege los intereses económicos.	Desincentiva la corrupción.

El código de ética se define como el conjunto de valores, principios y normas que toda persona o empresa hace propios para ponerlos en práctica.

Los elementos que debe de contener un código de ética son (DERES en Covantes, 2014):

1. Relaciones de poder y respeto en la empresa (ambiente laboral)
2. Relación con clientes y proveedores. Marketing responsable (relación con los clientes)
3. Cumplimiento con las leyes y relación con instituciones estatales (relación con el gobierno)
4. Relación con la sociedad, grupos sociales particulares y comunidades específicas (efectos positivos y minimizar los efectos negativos en la comunidad)
5. Medio ambiente (controlar la contaminación)

Existen muchos valores que pueden formar parte de un código ético, pero recomendamos que mínimo se deberían de considerar los siguientes:

Libertad

Se puede definir como la capacidad de autodeterminarse, decidir y poder elegir.

Justicia

Es la aspiración y el deseo de vivir una vida cada vez más equitativa.

Honestidad

Está relacionada con la veracidad al hablar, honradez en el actuar y el reconocimiento de la propias fortalezas y debilidades.

Responsabilidad

Es la organización de rendir cuentas de los propios actos

Bee Nodriza:

Michael Jordan en *Mi filosofía de triunfo*, describe su ética personal que le permitió ser uno de los grandes íconos de la NBA:



- Tener metas paso a paso.
- Concebir el temor como una ilusión, lo mejor es pensar que se puede lograr lo que te propongas, de otro modo el miedo te paraliza.
- El compromiso con las metas que te propongas debe determinar cada acto que hagas.
- El trabajo en equipo y la inteligencia te permite llegar más lejos.
- Los cimientos, las piedras o principios básicos permiten que todo funcione.
- Sé un líder, pero si tus palabras no están respaldadas por un buen rendimiento y trabajo duro, no sirve para nada.

Ahora que conoces el código de ética de este gran personaje te invitamos a identificar sus elementos:



Relaciones de poder y respeto conmigo mismo y con mi círculo más cercano

- Tener metas paso a paso
- Concebir el temor como una ilusión
- Compromiso con las metas que te propongas
- Los cimientos, las piedras o principios básicos

Cumplimiento con las leyes y relación con instituciones estatales

- No hubiera logrado su éxito si no cumpliera con las reglas y lineamientos establecidos por la NBA

Relación con la sociedad, grupos sociales particulares y comunidades específicas

- El trabajo en equipo y la inteligencia te permite llegar más lejos



Bee Soldado:

Realiza tu código de ética. Considera los siguientes elementos:

Relaciones de poder y respeto conmigo mismo y con mi círculo más cercano

Cumplimiento con las leyes y relación con instituciones estatales

Relación con la sociedad, grupos sociales particulares y comunidades específicas

Medio ambiente



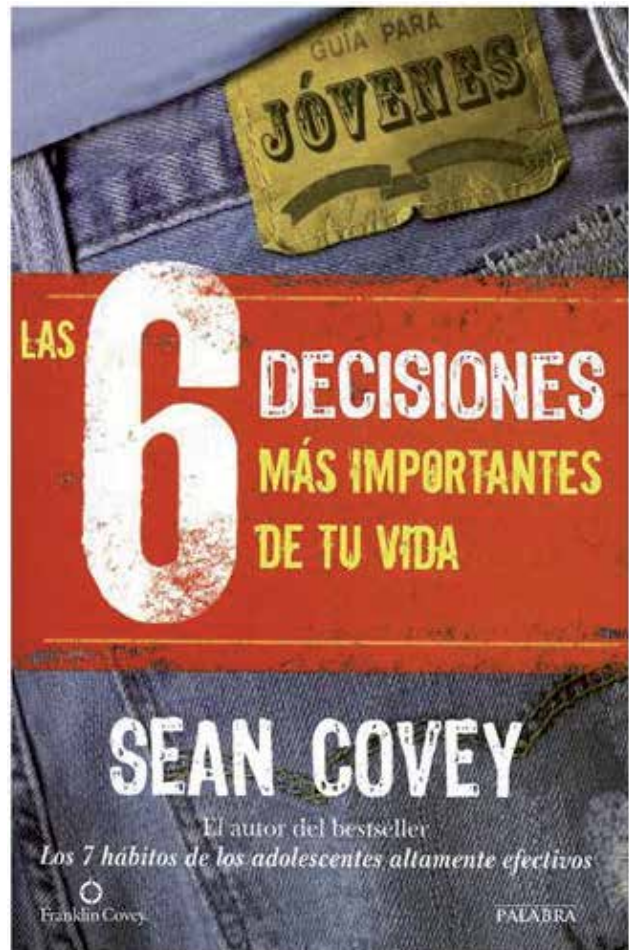
Miel Bee:

Te recomendamos leer el libro de *Las 6 decisiones más importantes de tu vida*, de Sean Covey, que te ayudará a aplicar un código de ética en todos los aspectos de la vida.



Las 6 decisiones más importantes de tu vida

Sean Covey



Colmena 3: Técnicas creativas



Bee Zángano:

Para mostrarte lo importante que eres para nosotros, queremos compartirte lo siguiente:



Dos funcionarios y el gerente de una empresa salen a almorzar y, en la calle, encuentran una antigua lámpara mágica.

Frotan la lámpara y sale un genio quien dice:

– Yo sólo puedo conceder tres deseos, así que daré ¡uno a cada uno!

– ¡Yo primero, yo primero! Grita uno de los funcionarios, quiero estar en las Bahamas dirigiendo un barco, sin tener ninguna preocupación en la vida... Y puff, se esfuma.

El otro funcionario se apresura a hacer su solicitud:

– ¡Yo quiero estar en Hawaii, con el amor de mi vida y disfrutar de unas piñas coladas! Puff... Desaparece.

Ahora usted, dice el genio al gerente.

– ¡Yo quiero a esos dos tontos de vuelta a la oficina después del almuerzo para una reunión!

<https://i.pinimg.com/236x/9d/d5/5b/9dd55b7a9ca420c1efdc40d54dba5509--ideas-manualidades-diy-manualidades-faciles.jpg>



¿A qué genio nos referiremos para desarrollar la colmena que nos ocupa? ¿Al de temperamento, humor, irritación o al de talento, perspicacia o habilidad?

Lo anterior, es con el único fin de que te des cuenta de que se requiere desarrollar la capacidad para imaginar, ser original, ingenioso y singular ante los retos que se presenten.

Por cierto, deja siempre que tu jefe hable primero.



Bee Albañil:

Un elemento indispensable en todo emprendedor es ser creativo, esta habilidad te permite solucionar problemas e identificar tu oportunidad de negocio, razón por la cual, en esta colmena, te presentamos una técnica creativa que consideramos te será muy útil en tu proceso de emprendimiento.

Creatividad es la capacidad para innovar, crear, inventar y generar ideas se conoce como creatividad.

Mientras que las **técnicas creativas** son vías que proporcionan, aprovechan o buscan la oportunidad, para el ejercicio creativo, permiten encontrar y mejorar ideas de negocio, crear y nombrar nuevos productos, diseñar campañas de marketing, enfrentar nuevos desafíos o hallar soluciones a problemas complejos, entre otras.

Existen muchas técnicas creativas, para este libro se utiliza la técnica denominada **Analogías**.

Analogía:

Si quieres obtener resultados diferentes, no realices las mismas actividades.

Esta técnica pretende salir de las ideas habituales, repetitivas, monótonas y estimular la generación y aplicación de nuevos conocimientos, así como establecer diversidad de conexiones y facilitar la fluidez en las relaciones.

Es la técnica más conocida para la estimulación de la creatividad y la generación de ideas. Permite desarrollar la capacidad de percibir oportunidades y valor agregado en aquello que se pueda transformar.

La técnica permite hallar soluciones aprovechando las características de objetos, mecanismos, animales, plantas, comportamientos, situaciones, hechos y actividades para aplicarlas al diseño o idea de negocio a realizar y encontrar una solución satisfactoria.



Bee Nodriz:

Para aplicar la técnica Analogías se selecciona del campo semántico "*Productos alimenticios*", el elemento "salchichas", y se coloca en "columna clave" y se relaciona con el elemento "bolsa de té" en la columna de ideas.

Se procede a enlistar las características de salchichas. En la columna ideas, se aplica la generación de ideas para descubrir nuevas aplicaciones de bolsas de té, que representa el producto a mejorar y/o innovar.

Columna clave	Columna de ideas
<u>Salchichas</u>	<u>Bolsa de té</u>
Diferentes tamaños	Bolsas de diferentes cantidades desde una taza hasta para un litro
Son de color rosado	Colorante atractivo vegetales
Diferentes tipos cocteleras, para hot dog y para asar	Tés en diferentes presentaciones con forma de corazón, dados
Presentación a granel o empaquetadas	Presentación individual de 10 gr hasta un kilo; efervescentes diferentes empaques: latas, cajas artesanales, bolsas biodegradables
Elaboradas de pavo, pavo ahumado, cerdo, vaca	Tés exóticos: ciruela pasa con piña deshidratada, pico de gallo, de frutas tropicales, ajeno con anís estrella, entre otros
Diferentes Precios	Comercial, gourmet, de lujo

Después de aplicar la generación de ideas se obtiene la visualización de las bolsas de té, observando las siguientes características:



- Se puede impactar en el consumidor, introduciéndolas en el mercado no solo de un color como tradicionalmente se encuentran (en empaque blanco y con contenido de hojas secas trituradas), sino en diferentes colores (se usarán colorantes vegetales atractivos).
- Se pueden elaborar en diferentes presentaciones como en forma de corazón, dados, figuras de animales, o flores.
- Se pueden hacer tanto con frutas exóticas, como efervescentes.
- Se venderían en presentación individual o en paquete, lata, caja artesanal o bolsas biodegradables.



Bee Soldado:

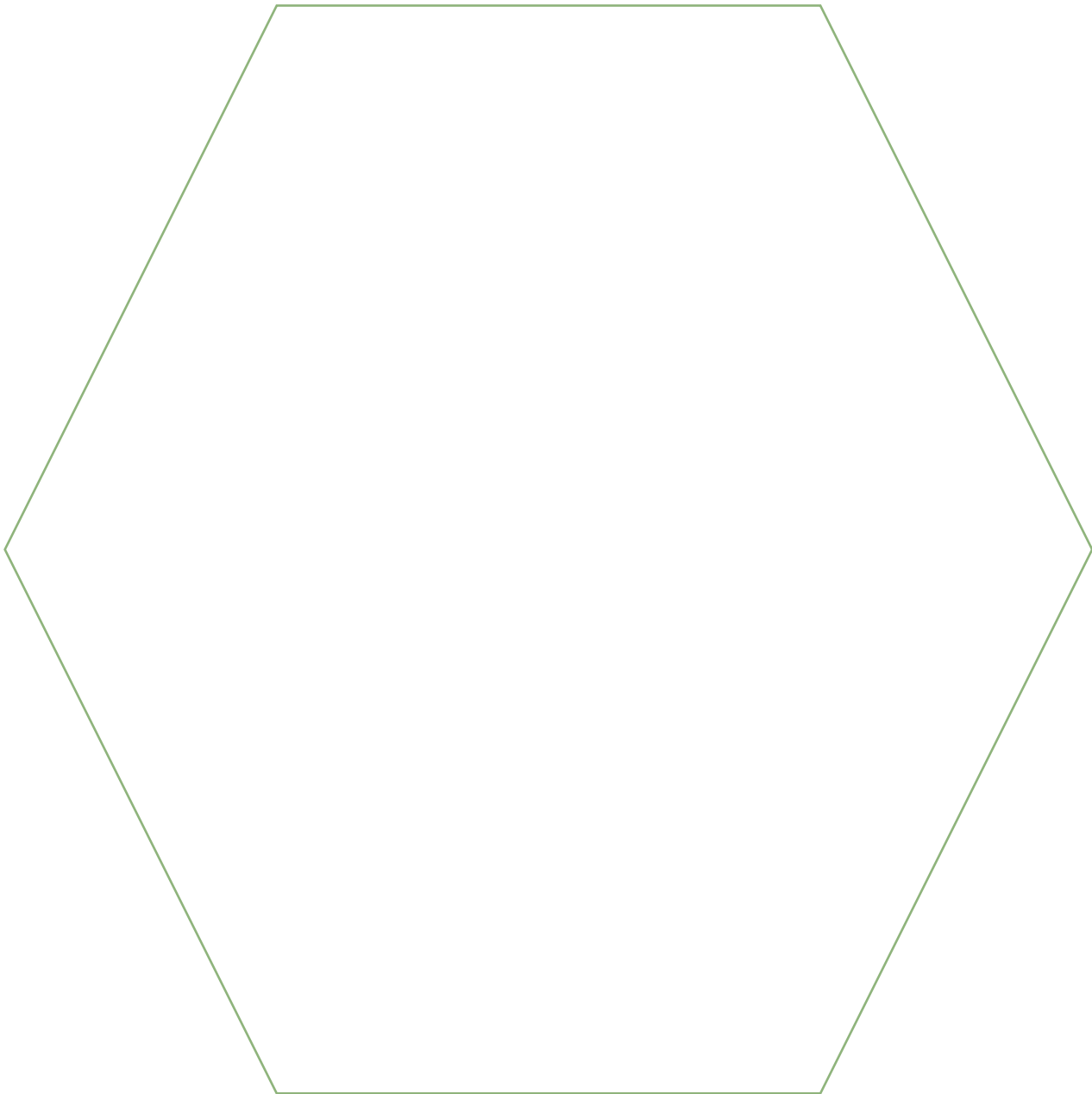


<https://i.pinimg.com/236x/a5/9f/4d/a59f4d0cb689550a56dd560398ca4503.jpg>

¡Es tu turno! elige los elementos que vas a relacionar, identifica una problemática o necesidad de tu entorno para aplicar la técnica de analogía:

Campo semántico:	
Columna clave	Columna de ideas

Después de la aplicación de la generación de ideas, la visualización de la idea será:





Bee Albañil:

Hacer uso de las técnicas creativas nos facilita el proceso de generación de nuevas ideas para crear productos o servicios.

Una idea es una representación mental que surge a partir del razonamiento o de la imaginación de una persona.

Es importante que, para el desarrollo de nuevas ideas o productos, se tomen en consideración elementos, tales como:

- Detectar una necesidad no satisfecha
- Mejorar un producto ya existente
- Combinar conocimientos
- Reconocer las tendencias

La creación de una empresa o negocio, por pequeño o básico que sea, requiere un proceso que, según Luis Puchol (2005), incluye:

- Visión e identificación de una oportunidad de negocio
- Maduración de la idea
- Creación experimental del producto
- Análisis inicial del mercado
- Análisis del entorno, búsqueda de localización
- Enunciación tentativa de objetivos
- Análisis de viabilidad

De entre las técnicas que se abocan a la generación de ideas innovadoras seleccionamos la de **Scamper**, que puedes usar para generar ideas para un proyecto de negocio o en la creación de una empresa.

Puede ser utilizada, junto a otras técnicas, en el proceso divergente de la generación de ideas.

Se atribuye a Bob Eberle quien determinó este mnemotécnico:

- S: Sustituir
- C: Combinar
- A: Adaptar
- M: Modificar
- P: Poner para otros usos
- E: Eliminar o reducir al mínimo
- R: Reordenar = Invertir





El procedimiento para utilizar Scamper es:

1° Establecimiento del problema.

Identificar un producto, marca o servicio como objetivo para mejorarlo o rediseñarlo.

2° Planteamiento de las preguntas Scamper es buscar opciones de mejora aplicando el listado de palabras:



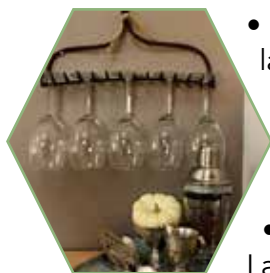
- **Sustituir:** cosas, lugares, procedimientos, gente e ideas. En la antigüedad para escribir se usaban plumas de escritura de diferentes aves, siendo consideradas las mejores las de ganso, cisne y pavo. ¿Qué variedad de diseños conoces que son una sustitución de la pluma de escritura y que sirven para el mismo fin?

- **Combinar:** temas, conceptos, ideas y emociones. Actualmente en el mundo de la gastronomía existe diversidad de combinación de sabores inusuales, por ejemplo, en relación a los helados, se pueden encontrar no sólo los sabores tradicionales como el de limón, tamarindo, vainilla, chocolate, entre otros. Sino variedad de combinaciones, has probado el de nopal, aguacate, tiramisú, pétalos de rosa y más. ¿Qué otra combinación se te ocurre, de qué sabor falta combinar?



- **Adapta:** ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, o personas. Los limpiaparabrisas de los faros son conocidos principalmente en ciertos tipos de automóviles, ¿sabías de esta adaptación?

- **Modificar:** añadir algo a una idea o un producto, transformarlo. El producto usado en este caso para generar una idea es la cáscara de coco. Se modificó y el resultado es tener una bolsa de cáscara de coco:



- **Proponer:** utilizarlo para otros usos, extraer las posibilidades ocultas de las cosas. El rastrillo para jardinería perfecto para recoger o amontonar las hojas secas del jardín, se puede proponer un uso diferente utilizando su cabeza de metal con solo quitar el mango de madera.

- **Eliminar:** sustraer conceptos, partes, elementos del problema. Las tarjetas son un medio de pago que de alguna manera eliminan la necesidad de traer dinero en efectivo.



- **Reordenar o invertir elementos, cambiarlos de lugar, roles.** Seguramente has observado videos de formas de transformar tu ropa en múltiples prendas de vestir. Por ejemplo un pantalón, y usarlo como blusa, hacer una falda, una bolsa, y todo lo que se te ocurra al invertir elementos. Otro ejemplo es reordenar el uso de la sartén.

3º Evaluación de ideas.

Durante el proceso se generan respuestas a las preguntas planteadas y que deben ser evaluadas de acuerdo a criterios establecidos con anterioridad.

Bee Nodriz:

Deseamos que te sirva de inspiración en la concepción de ideas, te permita emprender nuevos proyectos y mantenerte motivado hasta verlos hecho realidad, te presentamos a continuación la aplicación de la técnica Scamper:



1º Establecer el problema.

Un equipo de estudiantes desea mejorar un recipiente de plástico que permita calentar los alimentos, no solo contenerlos.

2º Plantear las preguntas Scamper y buscar opciones de mejora aplicando el listado de palabras:

Son de plástico, de forma cuadrada, utilizan cable, hermético, ergonómico, tienen divisiones.

- Combinar: hacerlos con divisiones y colocar un aislante.
- Adaptar: ¿debería tener un motor? Añadir un cable para conectarlo al toma corriente: implementar celdas solares. Termostato.
- Modificar: la forma original del plástico.
- Proponer: que caliente los alimentos.
- Reordenar: producción con diseño ergonómico.

3º Evaluación de ideas.

El recipiente obtenido podrá tomarse fácilmente con la mano, presentar la función de calentar diversos alimentos al regular la temperatura y uso de energía sustentable.



Bee Soldado:

Ahora, aplica la técnica Scamper, identifica una problemática o necesidad de tu entorno para generar una posible idea de emprendimiento.



1° Establece el problema:

2° Plantear preguntas Scamper y buscar opciones de mejora, aplica el listado de palabras:

• Sustituir:

• Combinar:

• Adaptar:

• Modificar:

• Proponer:

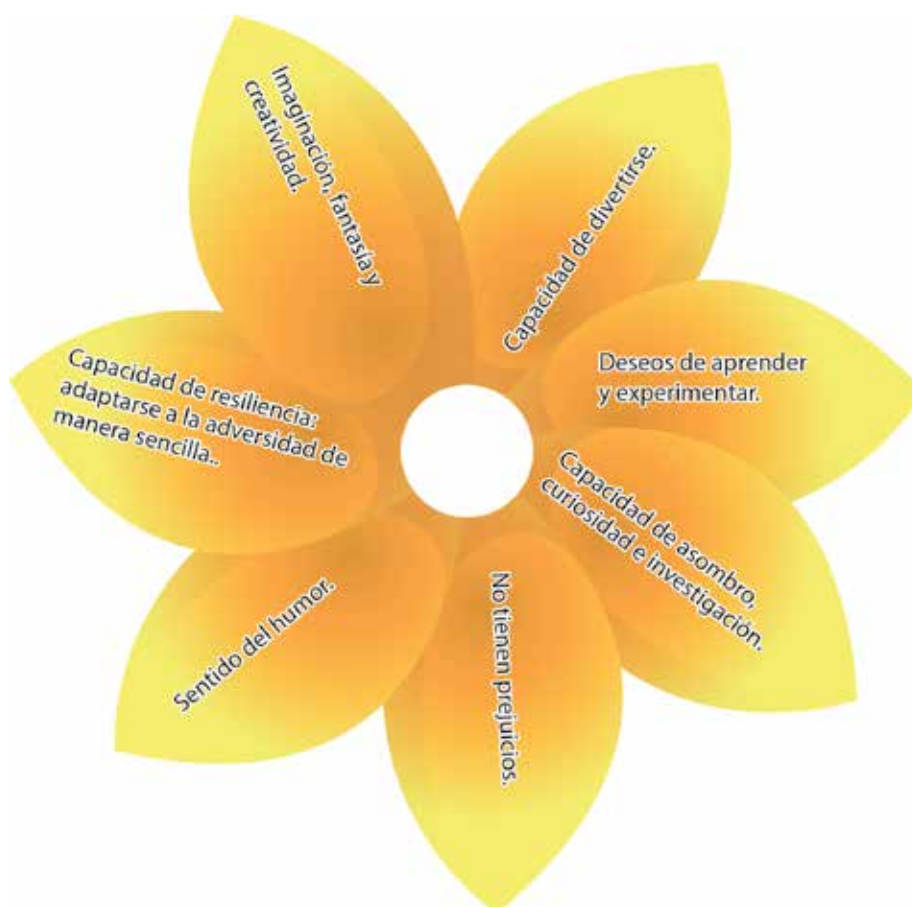
• Eliminar:

• Reordenar:

3° Evaluación de ideas:

Miel Bee:

Si al terminar esta colmena aún te cuestionas ¿Cómo puedo aprovechar mis ideas de manera óptima? Te recordamos, hemos de mostrarnos como niños, observar algunas de las cualidades de ellos, en todo proceso de aprendizaje y de generación de ideas nuevas y poderosas. Algunas de ellas son:





Colmena 4: Generando la idea emprendedora



Bee Zángano:

¿Qué te parece esta frase para empezar el tema?

La mente es como
un paracaídas,
sólo funciona
si se abre.



Estarás de acuerdo que, en una empresa u organización, entre seres humanos, el motor que la mueve es el hombre con sus ideas, imaginación, pensamientos y proyectos.

Bee Albañil

¿Qué es el Empaty Map?

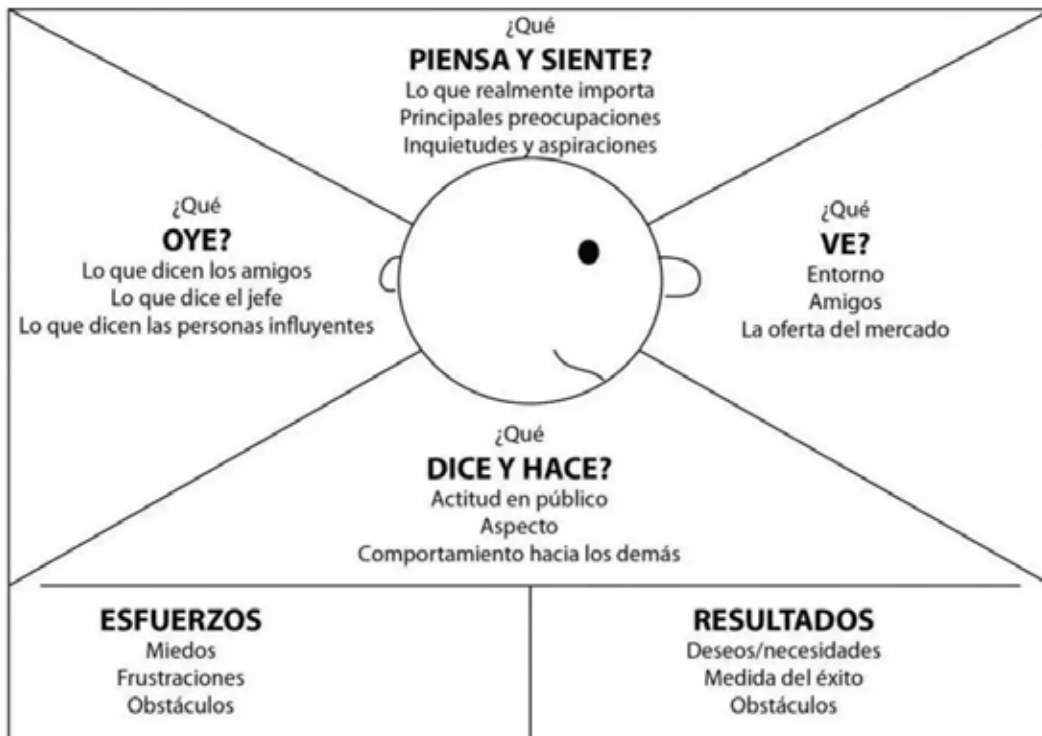


Es una herramienta que organiza la información recopilada de los clientes en función de lo que dicen, hacen, piensan o sienten. Es importante estar atentos al lenguaje utilizado por los clientes, expresiones y comunicación no verbal para identificar emociones, creencias y pensamientos que serán clave a la hora de definir las necesidades de estos.

Te permite iniciar con tu modelo de negocios, entendiendo las principales necesidades de las personas o clientes implicados en la idea de negocio que propone una solución a una determinada necesidad. Para lo cual se requiere recabar suficiente información y ser capaces de empatizar con dichos clientes para poder crear soluciones coherentes con su realidad y necesidades.

El Empaty Map te permite realizar un estudio de mercado en pocos minutos obteniendo un perfil exacto de tu cliente potencial. Es una herramienta gráfica muy potente que permite conocer a tus futuros clientes, pudiendo modificar todo el proceso de venta en base al perfil de tus consumidores.

Para esto te solicitamos que observes el siguiente esquema:



Fuente: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-mapa-empatia-agile-scrum/>



Algunas preguntas que te puedes realizar son las siguientes:

¿Qué piensa y siente?:

- ✚ ¿Qué es lo más importante para el consumidor?
- ✚ ¿Cuál es el sueño del consumidor?
- ✚ ¿Cuál es el deseo no cumplido?
- ✚ ¿Qué es lo que le impulsa a seguir? (emocionalmente)
- ¿Qué ve? (entorno):
- ✚ ¿Qué es lo que observa?
- ✚ ¿Quiénes están a su alrededor?
- ✚ ¿Cuáles son sus amistades?
- ✚ ¿Qué tipos de ofertas le han realizado?
- ✚ ¿Cuál es el problema que se encuentra diariamente?
- ¿Qué dice y hace? (comportamiento):
- ✚ ¿Cuál es la actitud del consumidor?
- ✚ ¿Cómo se ve así mismo?
- ✚ ¿cuál es el conflicto entre lo que tiene y lo que piensa
- ¿Qué escucha? (influencia):
- ✚ ¿Qué dicen sus amigos?
- ✚ ¿Quiénes realmente influyen al consumidor y cómo?
- ✚ ¿Qué canales de comunicación pueden influir al consumidor (redes sociales, t.v., radio, periódico, entre otros.)?

Resultados (deseos, necesidad y éxito):

- ✚ ¿Cuáles son los beneficios del producto para el consumidor?
- ✚ ¿Qué sueño o metas desea alcanzar?
- ✚ ¿Qué considera importante para alcanzar el éxito?
- ✚ ¿Cuáles son sus planes a corto y largo plazo?

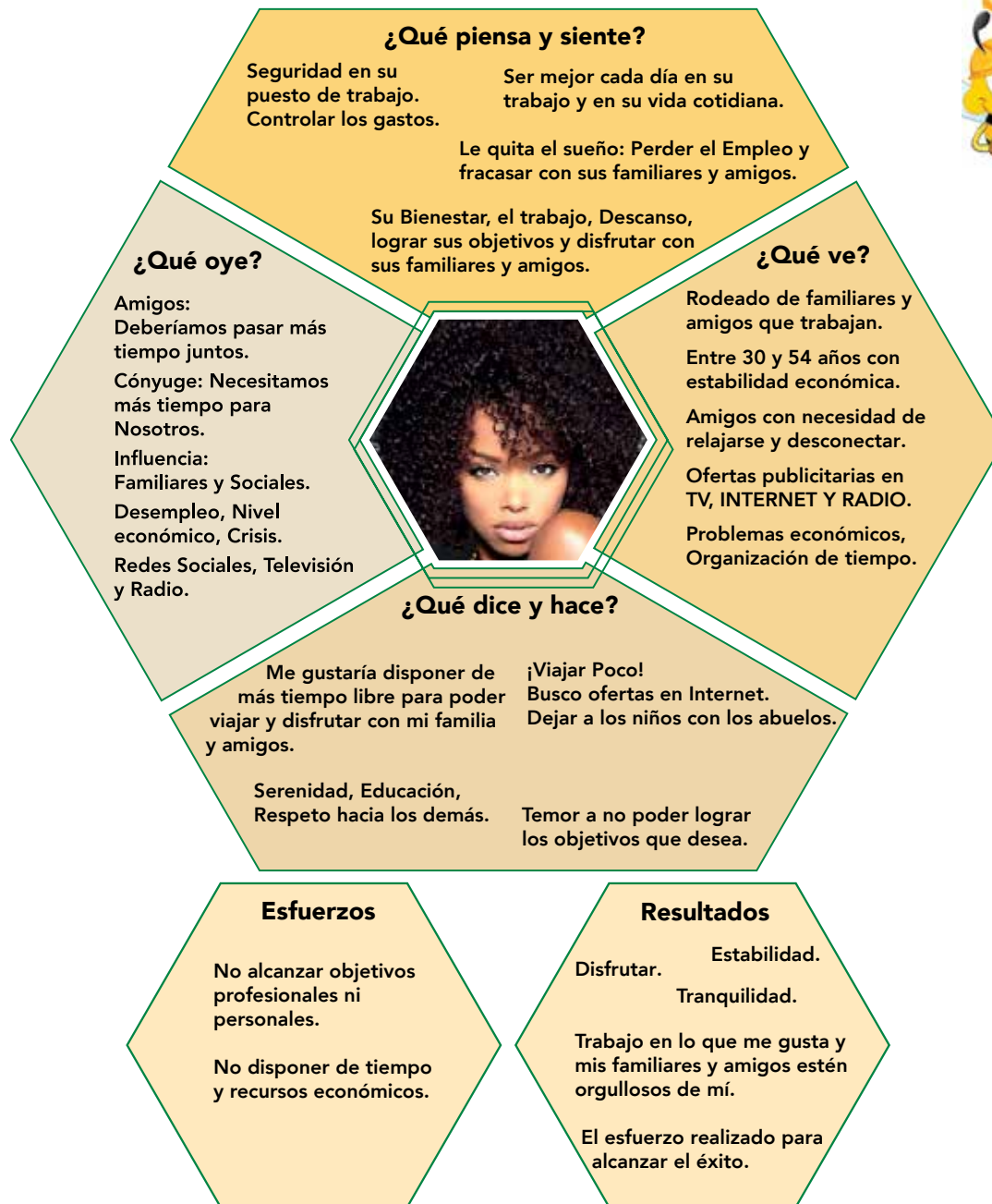
Esfuerzos (miedo, obstáculo y frustración)

- ✚ ¿Cuánto debe pagar el consumidor por un producto?
- ✚ ¿Cuál es su mayor frustración?
- ✚ ¿Qué obstáculo se esconde detrás del consumidor?
- ✚ ¿Cuáles son los riesgos que tiene miedo tomar?
- ✚ ¿Cuáles son los límites que se debe fijar?
- ✚ ¿Qué evento o suceso le pudo haber marcado?

Bee Nodriza



Ahora observa el siguiente esquema con un ejemplo



Basado en: <https://carlosvillalobos.net/2016/11/24/mapa-de-empatia-o-empathy-map/>

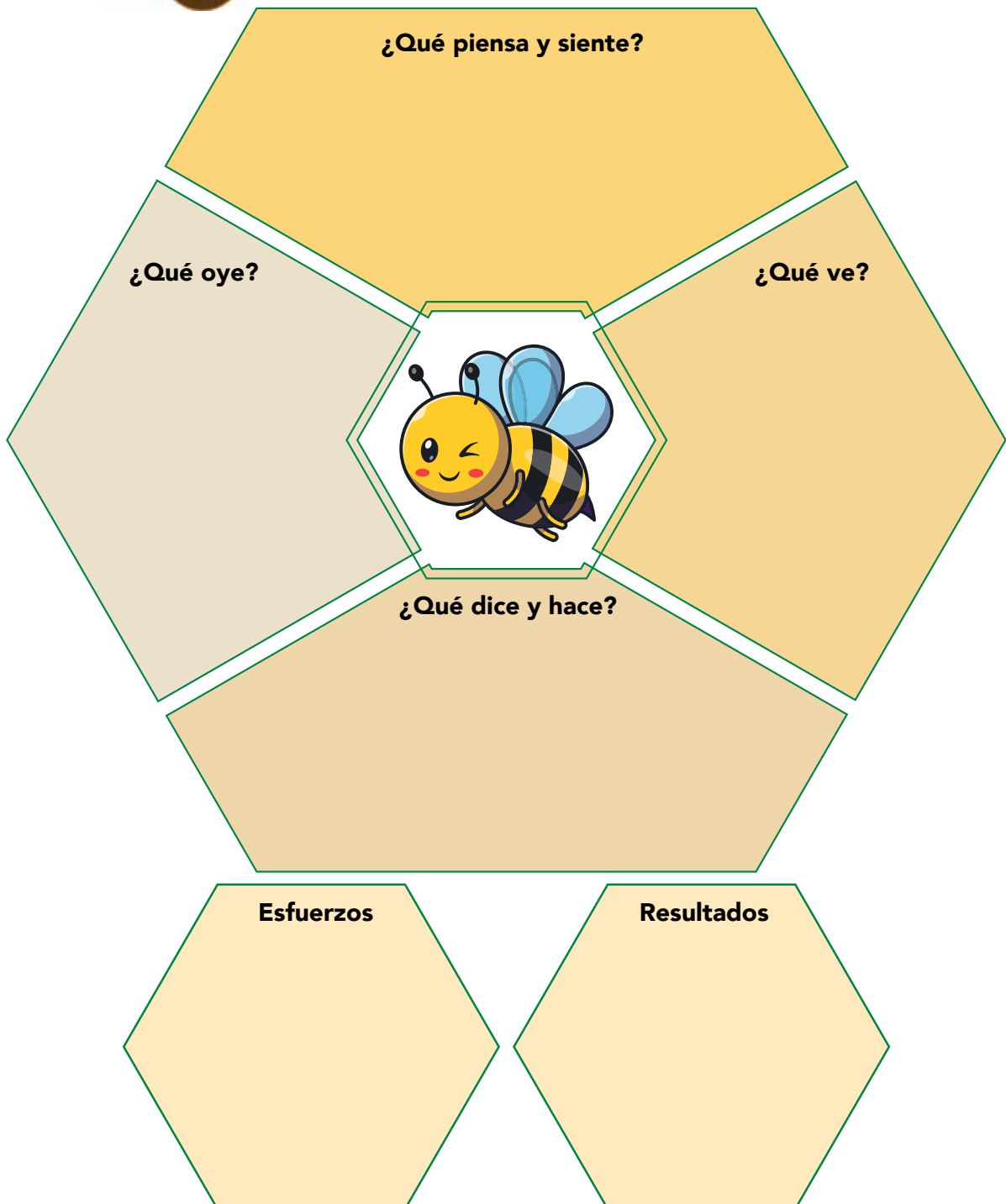
Ideas de posibles proyectos

Las ideas de proyectos que genera el empathy map son: generar una agencia de viajes virtual mediante una página web que oferte viajes familiares y que no requiera de una oficina y pueda desarrollarlo desde cualquier lugar que cuente con internet, utilizando redes sociales para promocionar el negocio.



Bee Soldado

Es momento de que generen algunas ideas emprendedoras para su proyecto del semestre. Para lo cuál puedes trabajarlo en el siguiente esquema:



Generación de ideas:



Miel Bee

Te invitamos a que descubras la metodología de Design Thinking como una herramienta para innovar proyectos.



Empatía



Definir



Idear



Prototipar



Probar

Fuente: <https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>



Colmena 5: Empresa



Bee Zángano:

Observa la imagen y responde las preguntas.

¿Por qué la leche y el café, juntos son un gran equipo?

¿Y la familia, es un equipo?, ¿por qué?



Bee Albañil:

Así como la unión de leche y café constituye un gran equipo, o como en la familia donde todos los miembros forman un todo y contribuyen al desarrollo y cuidado de la misma, de igual manera, en una empresa la colaboración de los integrantes es vital para su éxito.



Vamos a entrar en esta colmena estableciendo el concepto de empresa y su clasificación de acuerdo a las actividades y a la finalidad que persigue.

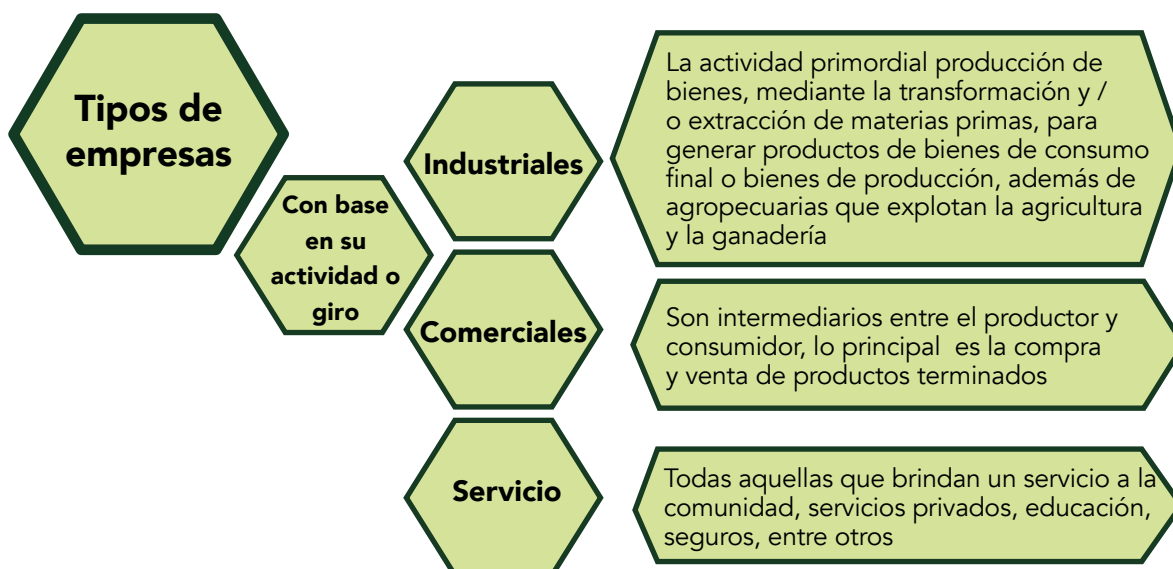
La empresa tuvo origen en forma paralela al desarrollo de los pueblos, nació para atender las necesidades de la sociedad. Creó satisfactores, a cambio de una retribución que compensara riesgo, esfuerzo e inversiones de los empresarios.

Además, ha tenido diferentes enfoques como el administrativo, jurídico, social, y filosófico.

Entendemos, entonces como empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios (Silva, 2008).

Clasificación de las empresas

El avance tecnológico y económico en los últimos tiempos originó una diversa clasificación de empresas, que pueden tener diferentes acepciones como: tamaño, ubicación, giro, producto, ventas, personal, importancia, antigüedad, imagen, rentabilidad, entre otros. Para la creación de tu negocio, estudiaremos las que a continuación se detallan:





Recuerda, toda empresa en la actualidad busca ser transparente, rendir cuentas a la sociedad y cuidar el medio ambiente, así como la comunidad donde está establecida, para ello nos referimos a:

Empresa Socialmente Responsable (ESR): aquella compañía que tiene un conjunto de normas y principios que contribuyen de manera activa y voluntaria para mejorar el entorno social, económico y ambiental, con el objetivo de optimizar su situación competitiva y valor añadido.

También se le conoce como Empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Una Empresa Socialmente Responsable debe orientarse a mejorar:

- La calidad de vida laboral
- El medio ambiente
- La comunidad donde está instalada
- El *marketing* para desarrollar una comercialización responsable y la ética empresarial
- Contribuir al desarrollo sustentable, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad

Empresas del siglo XXI

Son compañías conocidas también como empresas del futuro. Ponen a disposición, a través de internet; en especial por medio de redes sociales, la venta de bienes o servicios, interactúan con usuarios y colocan productos en diversas partes del mundo.

Entre estas empresas se encuentran YouTube, Google, Amazon, Uber, o Apple.

En toda empresa debe considerarse la existencia de los siguientes elementos:

- Bienes materiales: como son edificios, maquinaria, herramientas, materias primas y dinero.
- Hombres: obreros, empleados, supervisores, técnicos, altos ejecutivos y directores.
- Servicios: sistemas de producción (patentes, fórmulas, métodos); sistemas de ventas (autoservicio, venta a domicilio); sistemas de finanzas (combinaciones de capital propio y prestado); sistemas de organización y administración (consideraciones en la forma de estructura de la empresa).

Bee Nodriza:

Practica lo aprendido. En la siguiente relación de empresas, clasifica cada una y determina algunas acciones que las distinguen como ESR, y aquellas que pertenecen a empresas del Siglo XXI.

Investiga y complementa la tabla.



Empresa	Actividad o giro	Finalidad	Empresa socialmente responsable	Empresa del S. XXI
H&M	Industrial	Lucrativa	Elabora prendas de vestir con materiales orgánicos y reciclables.	
HSBC	Servicio	Lucrativa	Consume energía renovable de la planta eólica, en San Luis Potosí.	
BIMBO	Industrial	Lucrativa	Nutrición, educación y cultura a grupos indígenas.	
UNICEF	Servicio	No Lucrativa	Defensoría de los derechos de los niños.	
UBER	Servicio	Lucrativa	No admite autos con una antigüedad mayor de 5 años.	Contacto a través de una app.
Amazon	Servicio	Lucrativa	Acción social de las comunidades en las que impera y uso de energías renovables.	Venta de servicios electrónicos y de cómputo por internet.



Bee Soldado:

Llegó tu turno de analizar tu idea de negocio:

Empresa	Actividad o giro	Finalidad	Empresa socialmente responsable	Empresa del S. XXI

Miel Bee:

Te invitamos a que visites la siguiente página para que conozcas lo que hacen algunas Empresas Socialmente Responsables.
<https://www.youtube.com/watch?v=QDJWhFdHdjE> (h&M)

Empresas no lucrativas
<http://www.empresasocialmenteresponsable.com/> (ESR)



Colmena 6: Componentes de la idea de emprendimiento: Misión y Visión



Bee Zángano:

Te presentamos la metáfora del lápiz, donde encontrarás cinco cualidades que nos muestran cómo podríamos aprender del lápiz para aplicarlo a nuestra vida diaria:

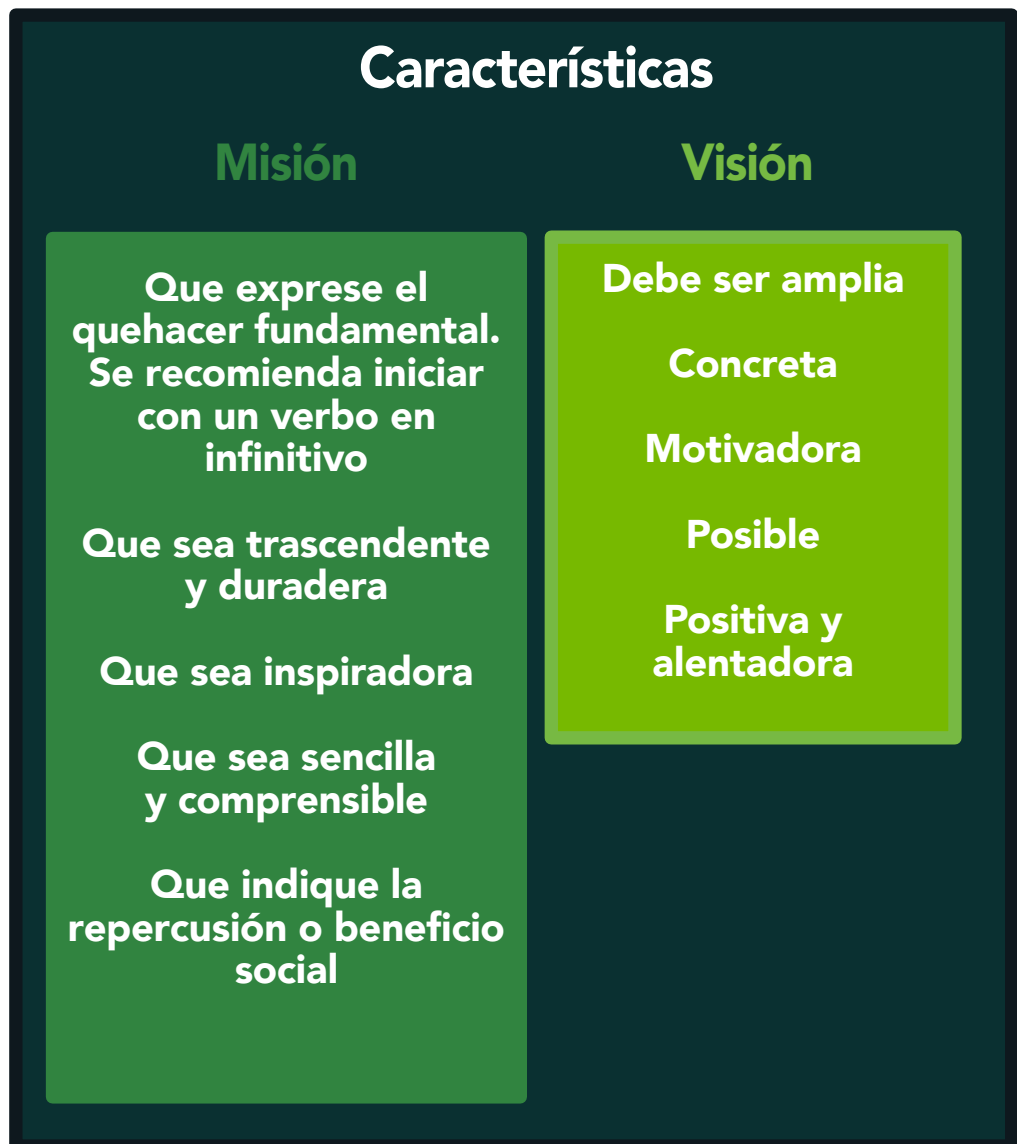
1. Podemos hacer grandes cosas sin olvidarnos de que existe una mano que guía nuestros pasos.
2. De vez en cuando debemos dejar de escribir para poder usar el sacapuntas. Eso hace que el lápiz sufra un poco, pero al final estará afilado. Por lo tanto, debemos ser capaces de soportar ciertos dolores, porque nos harán mejores personas.
3. El lápiz permite que usemos una goma para borrar aquello que está mal. Entonces podemos entender que es necesario corregir y no necesariamente es algo malo, sino importante para mantenernos en el camino.
4. Realmente lo que importa del lápiz no es la madera ni su forma exterior, sino el grafito interior. Por tanto, debemos cuidar lo que sucede en nuestro interior.
5. El lápiz al escribir siempre deja marca. De la misma manera hemos de saber que todo lo que hagamos en la vida, dejará trazos. Por eso intentaremos ser conscientes en cada acción.

Tal vez la metáfora del lápiz te permita formular interesantes preguntas al mirar en tu interior, al grado de proponerte escribir algo para dejar huella de lo que quieres lograr. Te cuestionaste acaso ¿Qué quiero hacer? ¿Cómo quiero hacerlo?



Bee Albañil:

Si eres ese gran emprendedor que ¡imagino que así es!, sabrás que la base para dejar por escrito lo que te propones inicia con la definición de la misión y la visión. Ya sea que consideres participar o no en una empresa lucrativa o no lucrativa la misión: "es un enunciado breve y sencillo que describe la razón de ser o el fin último de la empresa dentro de su entorno y en la sociedad en general. Da sentido y guía las actividades que lleva a cabo".

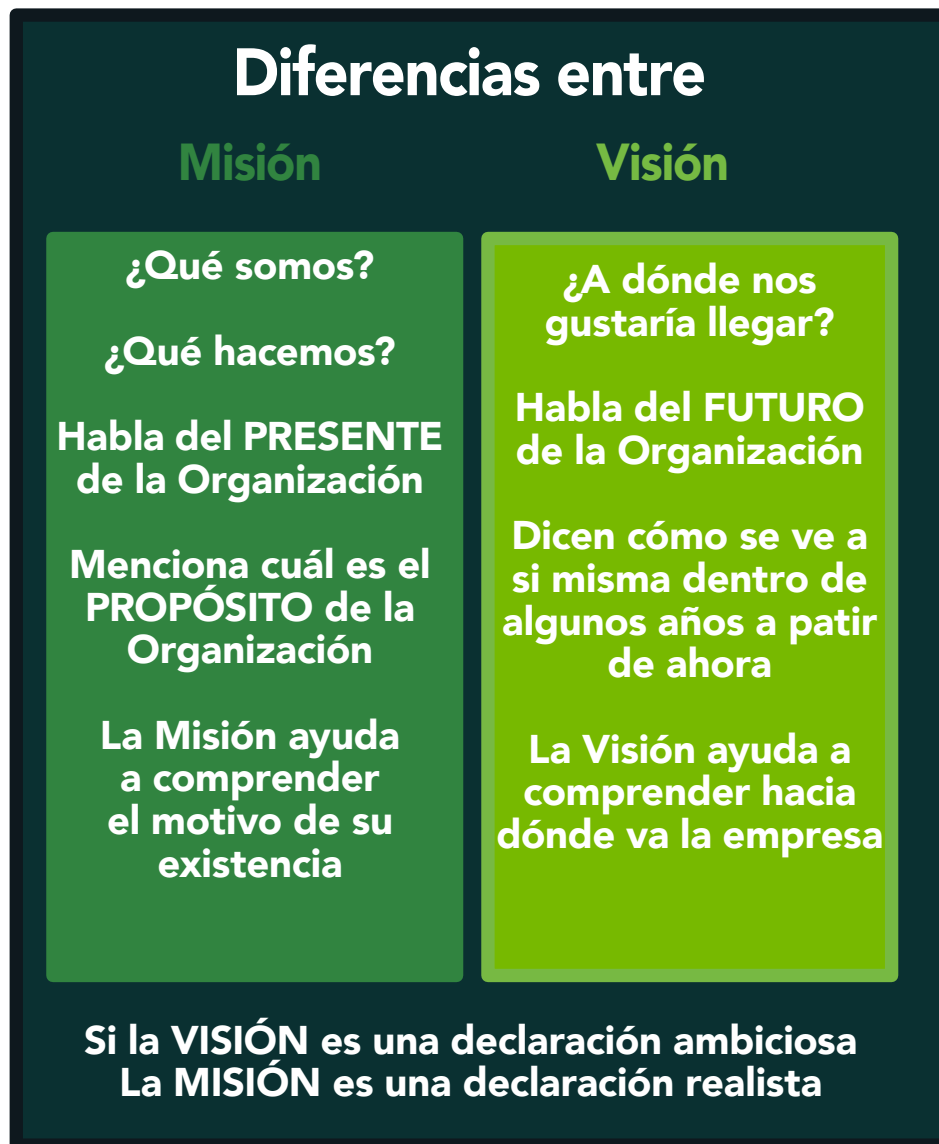


Fuente: Taller Emprende. Fundación Proempleo. 2017.

La misión da respuesta a la interrogante ¿Qué quiero hacer? Cuenta lo que somos, qué hacemos, actividad a la que nos dedicamos, qué estamos ofreciendo, objetivos y lo que hace la diferencia con respecto a los demás.

La segunda pregunta ¿Cómo quiero hacerlo? Permite hablar de la visión que nos guía a plantear los propósitos que se procuran alcanzar, Arrayales (2007) menciona que una visión "es una imagen de un futuro deseado...una descripción de lo que pueden ser las cosas dentro de varios años....es un compromiso".

La siguiente imagen muestra de una manera gráfica la diferencia entre los dos elementos:





Bee Nodriz:

Es momento de proyectar. Imagina en formar una empresa de hoteles donde la meta sea ofrecer la renta de habitaciones de alta calidad a un precio accesible.

La declaración de la misión cuenta lo que somos en este caso daremos respuesta a tres interrogantes:

•¿Qué somos? Una empresa de hoteles.

•¿Qué hacemos? Al formar parte de una cadena de hoteles: ofrecer habitaciones de alta calidad con una completa satisfacción de los huéspedes.

•¿Qué nos hace diferentes? Que estamos ofreciendo habitaciones de hotel de alta calidad a un precio accesible.

Declaración de la Misión: Ofrecer habitaciones de hotel de alta calidad a un precio accesible y lograr la completa satisfacción de los huéspedes.

La meta de la empresa hotelera es: tener una extensa red de hoteles por todo el país.

Dando respuesta a las interrogantes en relación a la visión sería:

¿A dónde nos gustaría llegar? A extendernos manteniendo la calidad y comodidad

¿Dónde queremos estar en el futuro? Contar con una red de hoteles por todo México.

Declaración de Visión: posicionarnos como una extensa red de hoteles por todo el país reconocida por su comodidad y calidad en el servicio.



Bee Soldado:

Ahora, aplica lo tratado anteriormente, en tu proyecto.

Da respuesta a las preguntas que te guiarán a elaborar la Misión:

¿Qué es?

¿Qué hace?

¿Qué te hace diferente?

Describe la Misión:

Da respuesta a las interrogantes en relación a la Visión:

¿A dónde te gustaría llegar?

¿Dónde quieres estar en el futuro?

Redacta tu Visión:

Miel Bee:

Sugerimos te esfuerces siempre por buscar ser coherente con tu misión y visión y en la menor oportunidad agenda una visita "Misión Positiva" a la empresa Coca-Cola en Toluca, México, llamando al 01 (722) 2797300 ext. 7418.





Colmena 7: Objetivos



Bee Zángano:

Revisa estas ideas, palomea las que te faltan por llevar a cabo y completa la lista con tus pendientes por cubrir:

Pendientes

- ☐ Tener mi propio club de aficionados a las hamburguesas
- ☐ Vivir un mes en San Miguel de Allende, Guanajuato
- ☐ Dirigir un despacho para ayudar a la gente humilde de mi país
- ☐ Seguir el camino de la comida, desde el campo a la mesa
- ☐ Diseñar una franquicia de gimnasio a domicilio
- ☐ Hacerte amigo de un joven invidente
- ☐ Hacer manicure colectivo
- ☐ Saludar de mano a mi artista preferido

Bee Albañil:

¿Te parecieron interesantes las ideas? Quizá sean algunas de tus metas, por lo que valdría la pena preguntarte ¿Cómo podré llevarlas a cabo? Ya que al interrogarte sobre esto, podrás hacer algo para que no se queden solo como ideas o sueños.



Como dice Wold y Leestma (2000), "Una meta se describe como un sueño con un plazo para cumplirlo".

La Misión y la Visión es establecer metas. Para ello es necesario construir objetivos que son "los resultados finales de una actividad planificada. Indican lo que se debe realizar en una fecha determinada y que se debe cuantificar si es posible" (Arrayales, 2007).

Los objetivos son el resultado de una acción y deben relacionarse con las metas establecidas. Son los puntos intermedios entre misión y visión. En los objetivos, los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, medibles, claros y ubicados en el tiempo, y llegan a traducirse en elementos reales como son:

- Asignación de recursos:
¿Qué?
- Asignación de actividades:
¿Cómo?
- Asignación de responsables:
¿Quién?
- Asignación de tiempos:
¿Cuándo?

Fuente: Emprendedor, Fundación Proempleo

Para tal efecto hemos de recurrir al acrónimo SMART modelo creado por George T. Doria, el cual nos indicará las cinco claves o características para trabajar con un buen objetivo:



OBJETIVOS SMART

Para crear objetivos válidos y reales se requiere cumplir con estos 5 pasos.



Específico (Specific):

Lo que indica que el objetivo debe ser muy concreto y entendible. Deja muy en claro lo que se pretende o se quiere hacer en el futuro.



Medible (Measurable):

Significa que debe poderse medir.



Alcanzable (Attainable):

El objetivo debe ser cumplido, es decir; se debe tener la posibilidad de alcanzarlo.



Realista (Realist):

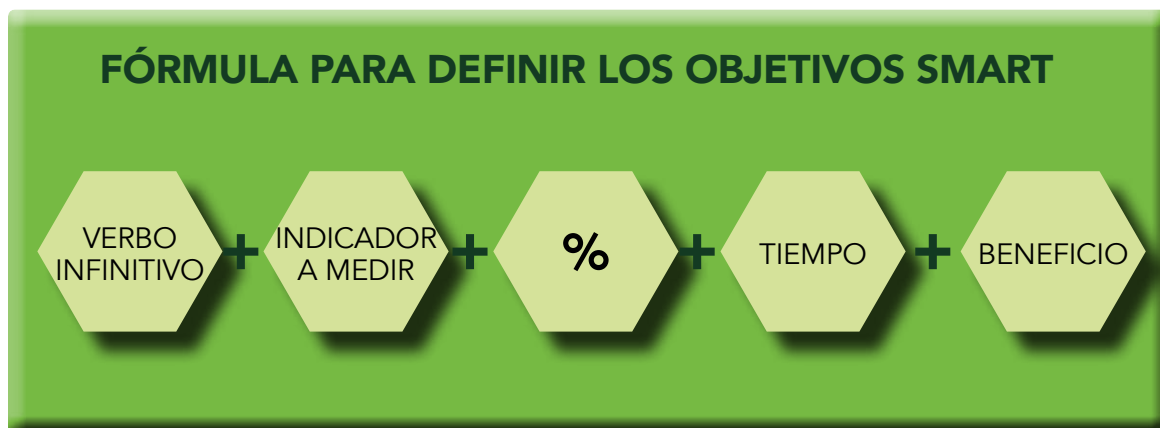
Es realista si realmente se puede hacer, también cuando está dentro de nuestras posibilidades lograrlo, cuando se cuenta con los recursos materiales, el tiempo y la motivación para lograr y cumplir lo propuesto.



Tiempo (Timely):

Se debe definir el tiempo exacto para cumplir el objetivo, así como las diferentes etapas para lograrlo.

El proceso para definir los objetivos SMART se puede observar en el siguiente gráfico:

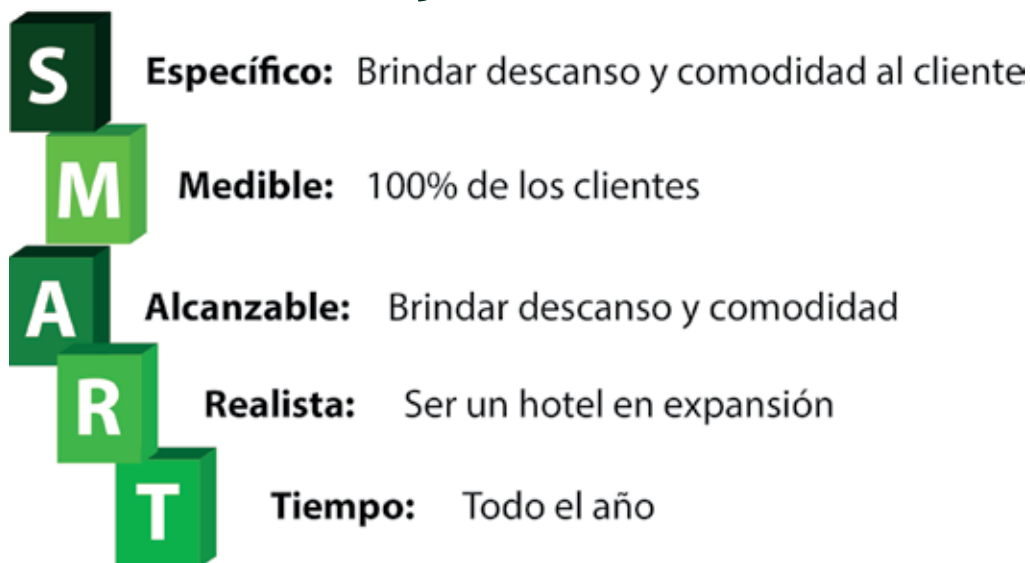


Bee Nodriza:

Para clarificar los objetivos SMART continuemos con la empresa de: "Ofrecer habitaciones de hotel de alta calidad a un precio accesible" y lograr la completa satisfacción de los huéspedes:



Objetivos



Aplicando la fórmula al objetivo planteado diría:

Brindar descanso y comodidad al ciento por ciento de nuestros huéspedes durante todo el año.



Bee Soldado:

Aplica la fórmula de los objetivos SMART en la idea de tú proyecto:



Miel Bee:

Durante la visita "Misión Positiva" a Coca Cola, pregunta al guía sobre los objetivos SMART de la empresa.





Bee Pecoreadora

Enjambre 1:

Nombre del alumno:

Nombre del Plantel:

Grupo: Fecha de Entrega:

Revisa la trayectoria de la empresa “La Comunidad Huevo” y contesta lo que se te solicita.

La Comunidad Huevo es una empresa de animación y producción fundada por Rodolfo Riva Palacio Alatraste, Carlos Zepeda Chehaibar, Gabriel Riva Palacio Alatraste y Rodolfo Riva Palacio Velasco en noviembre de 2001.

La empresa realiza animaciones donde los personajes principales, unos huevos, realizan sátiras sobre aspectos culturales y sociales con humor muy particular de México: pícaro, burlón y con buena medida del lenguaje en doble sentido.

Cuando era niño, Rodolfo Riva Palacio encontró su vocación en una exhibición de Star Wars. Impresionado, desde entonces comenzó su sueño de consolidar, con su hermano Gabriel, una empresa que produjera películas de animación. Tras los primeros fracasos, y tocar diferentes puertas para financiar la idea, hallaron el apoyo necesario en su papá, quien impulsó la carrera de sus hijos solo por amor. Hoy en día piensa que la inversión fue el mejor negocio de su vida.

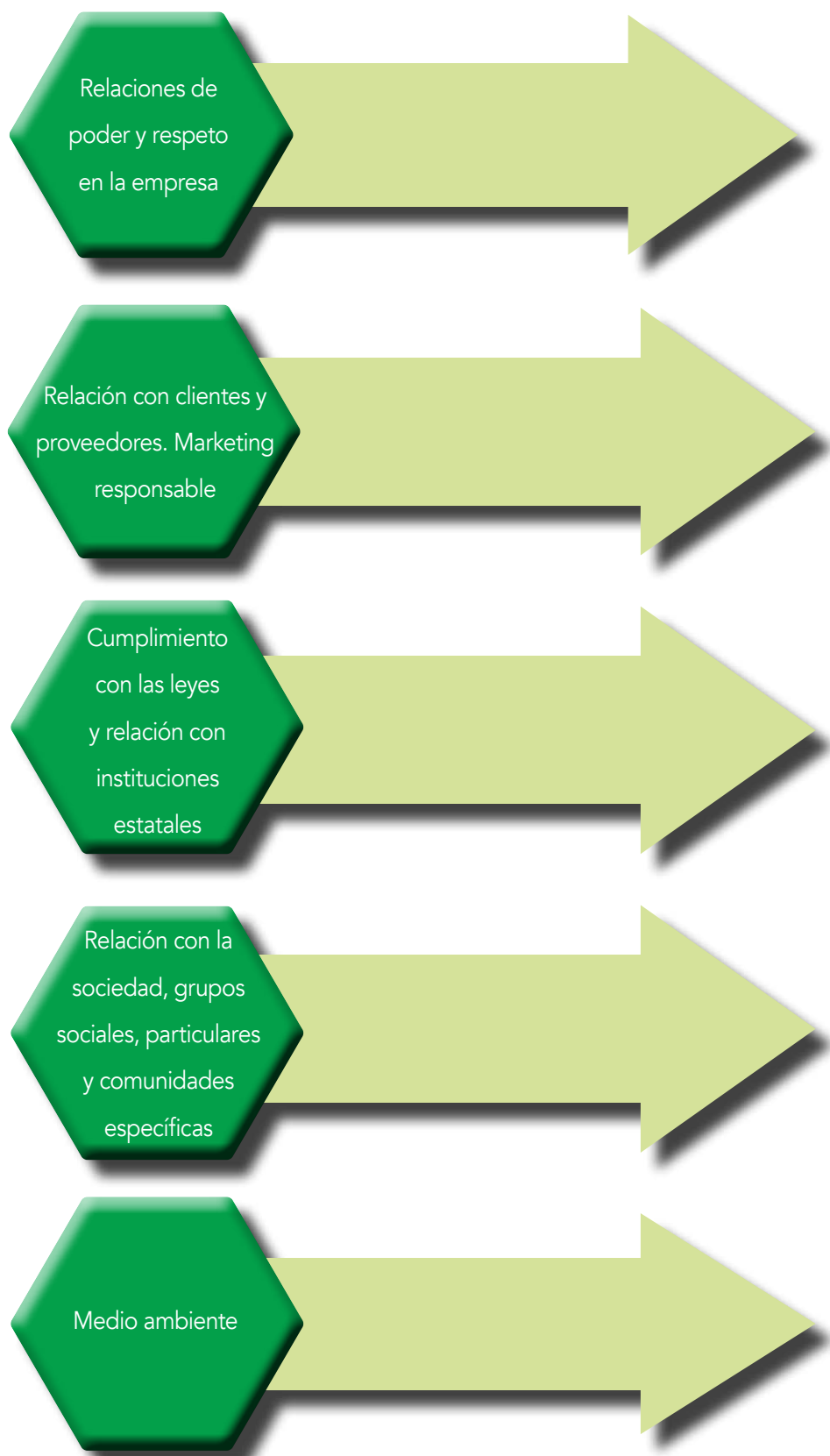
El proyecto inició con tan sólo dos computadoras. Sin embargo, creció tan rápidamente que sobrepasó las expectativas de sus propios creadores. Las películas de “Huevos” en poco tiempo rompieron récord de recaudación en sus primeros fines de semana de exhibición. Tras el éxito, firmaron convenios con diversas compañías de distribución y *marketing*. Introdujeron al mercado tarjetas para regalos, envolturas, peluches, playeras, DVD, tonos para celular, ropa y alimentos.

¿Qué características de emprendedor posee el creador de “Huevos”?

¿Qué tipo de emprendedor es?

Es tiempo de realizar tu propio código de ética para el proyecto integrador. Redáctalo en colaboración con el equipo de trabajo:





Ahora, responde a los siguientes planteamientos:

Menciona las características principales de la Técnica

S
C
A
M
P
E
R

Genera ideas de acuerdo a los enunciados que se te presentan:



[https://mir-s3-cdn-cf.
behance.net/projects/20
2/21960759.54881834cc
e1.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/projects/202/21960759.54881834cce1.jpg)

Hacer inusuales objetos comunes:

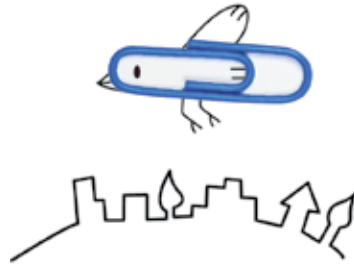


[https://artisticspider.files.
wordpress.com/2014/10/
loveable-creations-made-
of-everyday-objects-
hyemi-jeong-6.jpeg](https://artisticspider.files.wordpress.com/2014/10/loveable-creations-made-of-everyday-objects-hyemi-jeong-6.jpeg)

Reinventar maneras de cómo no perder el tiempo:



Innovar con productos orgánicos:



http://bugaga.me/wp-content/uploads/2015/02/wp-content/uploads_2015_02_hyemi01.jpg

Implementar club de aficionados a:

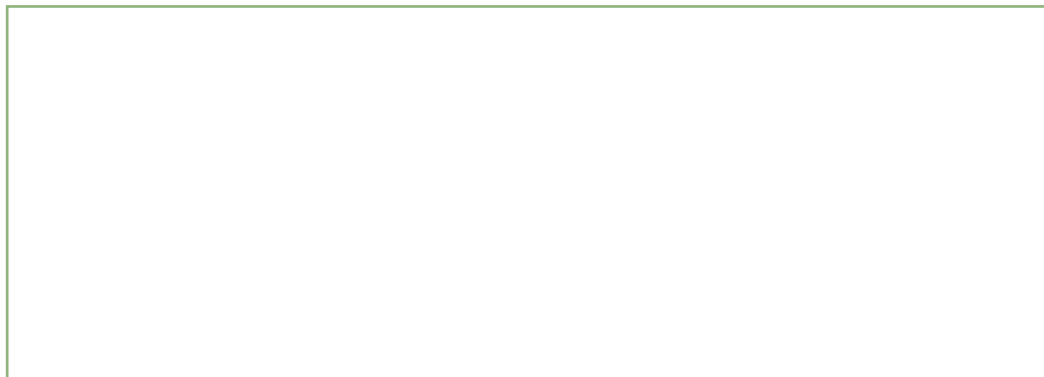
Describe tres cualidades de los niños que te convendría mantener para la generación de grandes ideas:

Escribe la idea de un caso de la aplicación de la técnica analogías que te venga a la mente con el campo semántico de:

Accesorios: sombrilla con botas

Columna clave	Columna de ideas

Después de la aplicación de la generación de ideas la visualización que se obtiene sería:



Investiga la misión y la visión de una empresa en tu localidad.

Escribe el nombre de la empresa _____

¿Consideras que le falta alguna característica a la Misión de esta empresa?

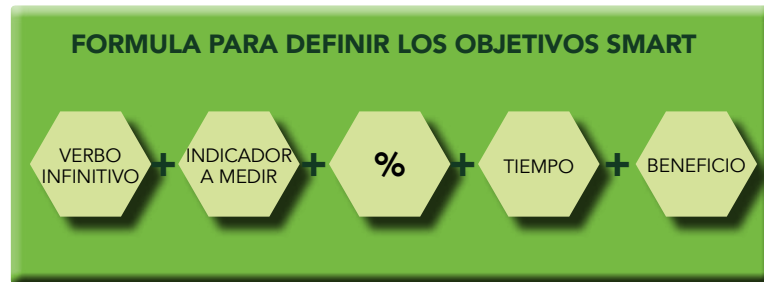
Desde tu óptica, ¿Qué le agregarías a su Visión?

Identifica la clasificación de las siguientes empresas y determina si son ESR.

Empresa	Actividad o giro	Finalidad	Empresa socialmente responsable	Empresa del S. XXI
Coca-cola				
TELETÓN				
Mc Donalds				
Facebook				



Instrucciones: Describe los objetivos para un negocio de gimnasio a domicilio.



Objetivos:



ENJAMBRE

2



Planeando mi empresa

No hay atajos para conseguir el éxito.
Empieza antes, trabaja más duro y
termina más tarde.

Brian Tracy



Enjambre 2: Planeando mi empresa

Echemos un vistazo:

Si las abejas ganaran el salario mínimo un frasco de miel podría costar 182 mil dólares.



Bee Reina:

Si tienes una idea de negocio, ¿para qué pretendes realizar una empresa?, ¿para ganar dinero y hacerte rico o para vender mucho?

Si la respuesta es para hacerte rico, la prioridad como innovador debe ser otra. Primero, tienes que reconocer tus características de emprendedor y orientarlas hacia el tipo de empresa que deseas crear. Si respondiste que para “vender mucho”, entonces tendrás que considerar que la venta tiene que enfocarse a proyectar los deseos o necesidades de la gente.

En el módulo pasado generaste la idea. Ahora, para desarrollar el proyecto tendrás que realizar lo que se conoce como Modelo de Negocios.

No te compliques, aquí encontrarás las características del Modelo de Negocios.

Inicia el camino confiando en tus capacidades para generar ideas transformadoras creativas e innovadoras. Desarrolla competencias desplegando espíritu, habilidad y comportamiento emprendedor. Considera que actualmente vivimos cambios continuos en la manera de relacionarnos y negociar con el mundo. Además, ello demanda aptitudes como el desarrollo y adopción de pensamiento crítico, iniciativa, resolución de problemas y trabajo colaborativo para el campo laboral y social en que te desenvuelvas.



Bee de Limpieza:

Competencias Genéricas:

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
 - 4.1 Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.
 - 4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
 - 5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.
 - 5.3 Identifica los sistemas y reglas o principios medulares que subyacen a una serie de fenómenos.
 - 5.6 Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.
7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.
 - 7.2 Identifica las actividades que le resultan de menor y mayor interés y dificultad, reconociendo y controlando sus reacciones frente a retos y obstáculos.
 - 7.3 Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.
8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
 - 8.1 Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.
 - 8.2 Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.
 - 8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.



11. Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.

11.1 Asume una actitud que favorece la solución de problemas ambientales.

Competencias Disciplinarias Básicas:

6. Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

10. Valora distintas prácticas sociales mediante el reconocimiento de sus significados dentro de un sistema cultural, con una actitud de respeto.

Competencias Disciplinarias Extendidas:

1. Asume un comportamiento ético sustentado en principios de filosofía, para el ejercicio de sus derechos y obligaciones en diferentes escenarios sociales.

3. Propone soluciones a problemas de su entorno con una actitud crítica y reflexiva, creando conciencia de la importancia que tiene el equilibrio en la relación ser humano - naturaleza.

7. Aplica principios y estrategias de administración y economía, de acuerdo con los objetivos y metas de su proyecto de vida.

Colmena 8: Modelo de negocios

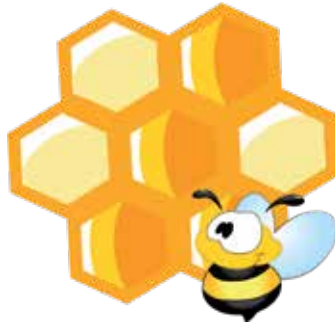


Bee Zángano:

Como buenas emprendedoras, las abejas fabrican panales de cera donde depositan la miel. Pocos saben que la construcción de celdas es la forma más económica de hacer las cosas. Obtienen mayor capacidad de volumen con menor material y comparten con su vecino los muros.

Son, además, excelentes topógrafas, ya que eligen la forma geométrica de prisma hexagonal, que es el de mayor volumen, para no dejar hueco alguno.

¿Cuáles son los otros dos prismas regulares que, superpuestos, no dejan intersticios?



Bee Albañil:

Una vez que aprendiste y reconociste en ti características indispensables para emprender y tienes esbozado el proyecto preliminar, requerirás herramientas para planificar, diseñar y visualizar la idea de negocio. Generalmente, se recurre a la elaboración de modelos, planes y estrategias de negocios. Cada uno precede al otro para obtener una acertada planeación de acciones a desarrollar.



Plan y modelo de negocios

La utilización cotidiana, y hasta indiscriminada, de los dos términos en el mundo de los negocios ha tenido como consecuencia la confusión entre los dos conceptos. Tanto empresas como personas los usan como elementos sustitutos y semejantes, aunque, en esencia no lo son.

El **Plan de Negocios** es un documento extenso y detallado de la empresa. Distingue tres elementos: la organización, la viabilidad y el financiamiento externo. Ellos son utilizados para tener una buena organización de un negocio, conocer sus procesos con recursos y personal involucrado para su desarrollo, así como estar al tanto de su viabilidad previo a la puesta en marcha del proyecto. Asimismo, dentro de su implementación destaca el tener la opción de contar con una propuesta viable conseguir un financiamiento externo.

Los nueve elementos que estructuran un Plan de negocios son: Portada, Índice o tabla de contenidos, Resumen ejecutivo, Definición de negocio, Estudio de mercado, Estudio técnico, Organización del negocio, Estudio de inversión y financiamiento, y Conclusiones y recomendaciones.

Escrito por Shelley Pursell en <https://blog.hubspot.es/marketing/estructura-plan-negocios>

Actualmente se recurre al Modelo de Negocios para plasmar de manera concreta, fácil y rápida quién eres, cómo lo haces, a qué precio, con qué y cuáles medios y fuentes de negocios se utilizarán. En este sentido, es el corazón del Plan de Negocios.

Modelo de negocios o diseño de negocios, es un documento que muestra en un flujo de información el esquema de un negocio. Ordena los diversos elementos en una fórmula para crear, entregar y capturar valor. Es, en otras palabras, el diseño de una empresa con relación a ingresos y beneficios que se pretenden lograr.

Características del Modelo de negocios

- Documento corto, que permite establecer lo que hace la empresa y a quién se dirige, así como las actividades requeridas para producción, en qué gastas y por qué cobras, la forma de vincular el negocio con el mercado, actores aliados, y cómo se gana el dinero.
- Esquematiza la manera en que la empresa crea valor para sí misma y para sus compradores transformando las materias primas en producto terminado y vendiendo al cliente el producto final.

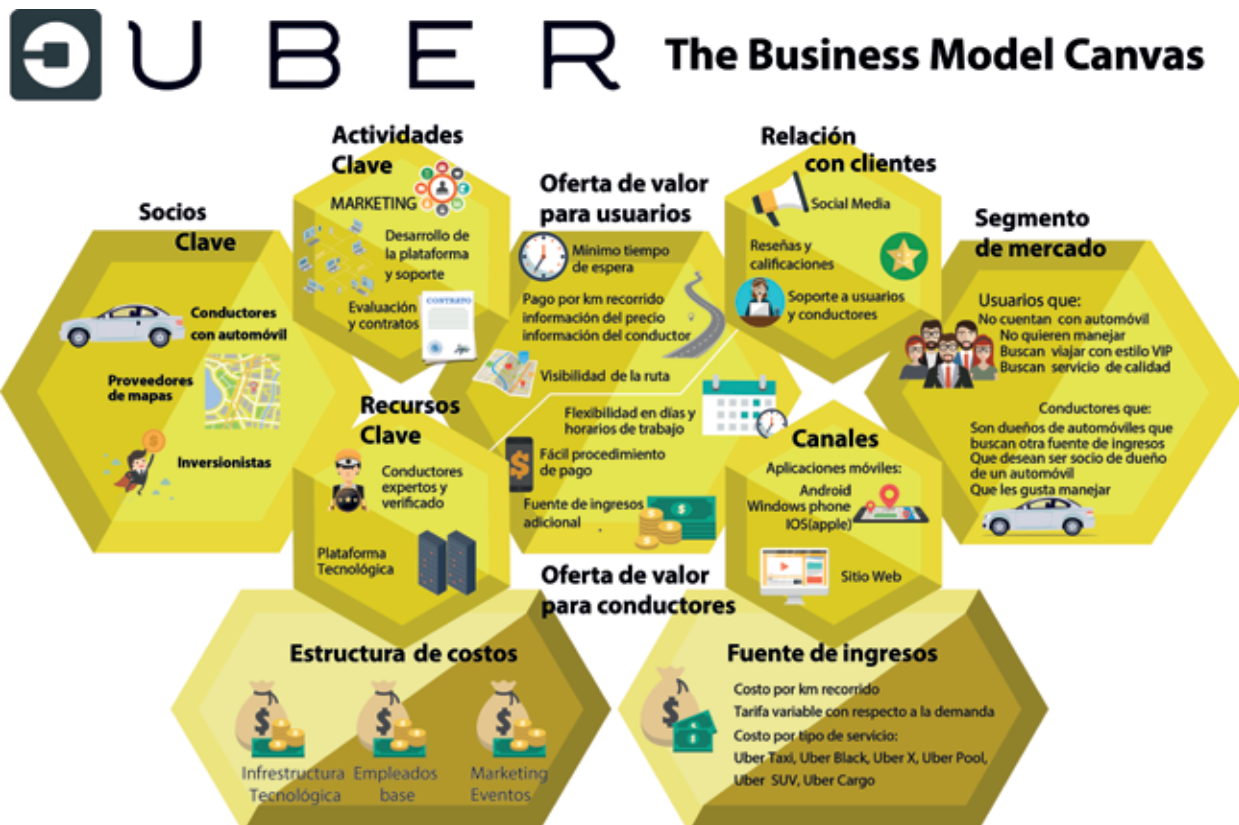
El modelo de negocios permite poder dar un paso subsecuente a un plan de negocios y llevarlo a crear una empresa.

Existen varios tipos de modelos de negocios innovadores que permiten dar a conocer los diversos factores que influyen en su desarrollo, tales como la importancia de conocer el segmento de clientes que va a beneficiarse con nuestros productos o los servicios con un valor agregado a ofrecer, además de establecer los pagos que podemos recibir por ese valor otorgado, es decir diversas alternativas para generar ingresos.

De ellos, el más concreto y útil, previo al desarrollo del Plan de negocios es el Modelo CANVAS, o también conocido como el lienzo para generar un modelo de negocios. Un instrumento muy útil para todos los emprendedores o PyMEs que desarrollaremos en la siguiente colmena.

Bee Nodriz:

Procurando dar claridad al modelo de negocios, te mostramos el siguiente esquema:



<https://i.ytimg.com/vi/HzWNBwrPfGI/hq720.jpg>



Como podrás observar el modelo CANVAS permite establecer las ideas concretas para tu empresa, y el plan de negocios facilita la presentación a socios o instituciones para recibir financiamiento.



Bee Soldado:

Recientemente, solicitaron mi opinión acerca de un servicio de Spa que se pretende establecer en la ciudad. Para conocer el negocio me mostraron un resumen ejecutivo. El documento exponía el hecho de que se identificó la oportunidad de eliminar el estrés que provoca un estilo de vida acelerado por medio de técnicas de relajación, al tiempo que satisface la demanda de cuidado y embellecimiento corporal.

El texto describía, además, un negocio que ofrece tratamientos para relajarse, eliminar el estrés y lograr la renovación de cuerpo, mente y espíritu con sesiones que oscilan entre los 30 minutos y las 6 horas.

De igual forma, mencionaba las características de los paquetes básicos y presentaba un estudio de mercado con la segmentación, el tamaño, los clientes, la competencia, determinación de estrategias, ventajas competitivas, precios, publicidad, promociones, plan de operaciones y proceso....

En fin, se puede decir que era un "resumen", o más bien, un Plan de Negocios con elementos que me cansaron de momento. En un principio, me fue difícil tener objetividad para ofrecer una opinión de manera rápida. Al ver mi confusión y asombro, me comentaron: "para que visualices de manera más general y concreta, observa la hoja que contiene nueve elementos fundamentales de la idea que tenemos para trabajar el negocio". ¡Uff!, ¡Qué alivio! De manera específica y abreviada pude conocer el servicio a través del modelo CANVAS.

Para el caso anterior:

¿Cuál fue la razón de no poder dar una opinión rápida sobre el Plan de Negocios?

¿Qué opinas de la utilidad del Plan de Negocios y la del modelo CANVAS?



Miel Bee:

Te sugerimos que consultes los siguientes videos, para tener más herramientas en el desarrollo de tu idea emprendedora:

<https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZQgXyiozmYY>

Colmena 9: Elementos del modelo de negocios CANVAS

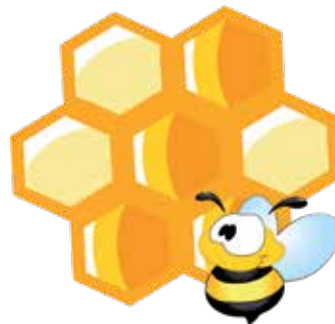


Bee Zángano:

En una colmena pueden alojarse de 15 a 50 mil abejas. ¡Lo sorprendente es su impecable organización!

Cada abeja realiza con eficacia una función. La abeja reina pone huevos, las abejas obreras efectúan diversas actividades; algunas elaboran cera, otras limpian (¡son obsesivas-compulsivas con la limpieza!), las demás ventilan la colmena, alimentan a las crías y construyen el panal.

Por si fuera poco, las exploradoras salen y proveen a la comunidad de polen después de largos viajes. En su sistema establecen acuerdos, aceptan colaborar para la subsistencia, crecimiento y trascendencia de la comunidad.



Si las abejas formaran una empresa ¿cómo venderían su producto?

Si nos zumbaran al oído ¿qué nos dirían de su producto?

¿A quiénes elegirían para susurrarles?



Bee Albañil:

¿Sabías que para que pongas en marcha tu idea de negocios es necesario contemplar una serie de requisitos para que el producto tenga éxito en el mercado como son: ¿a quién, qué, cómo, cuándo y dónde vender?

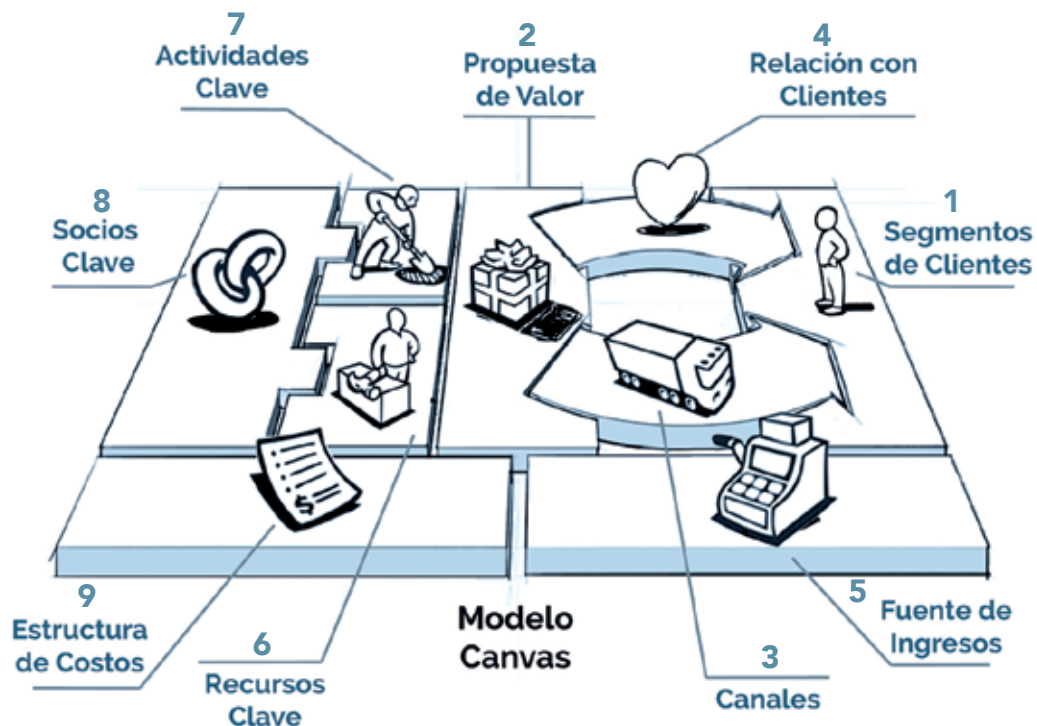
El Modelo de Negocios CANVAS surge a partir de las ideas que Alexander Osterwalder plasmó en su tesis doctoral *Ontología del Modelo de Negocios: Una propuesta en un enfoque de la ciencia del diseño* (2004). Sin embargo, hasta 2010 se publicó en formato que visualiza nueve módulos en solo una 'hoja'.

El modelo estructura acciones clave y genera una propuesta de valor, resultando un documento que ofrece una visión global (helicopter view) de la idea de negocio, y expresa con claridad interconexiones entre diferentes elementos.

El único requisito que necesitas es tener un espíritu reflexivo y una amplia dosis de creatividad al momento de desarrollar la idea, hecho que has trabajado desde las primeras lecciones.

La herramienta primordial del modelo de negocios CANVAS consiste en desarrollar uno a uno nueve módulos que reflejan la lógica que sigue un negocio para obtener ingresos, cubriendo cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

En la siguiente imagen puedes observar el modelo de negocios CANVAS:



<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
Libro de Alexander Oster modelo CANVAS

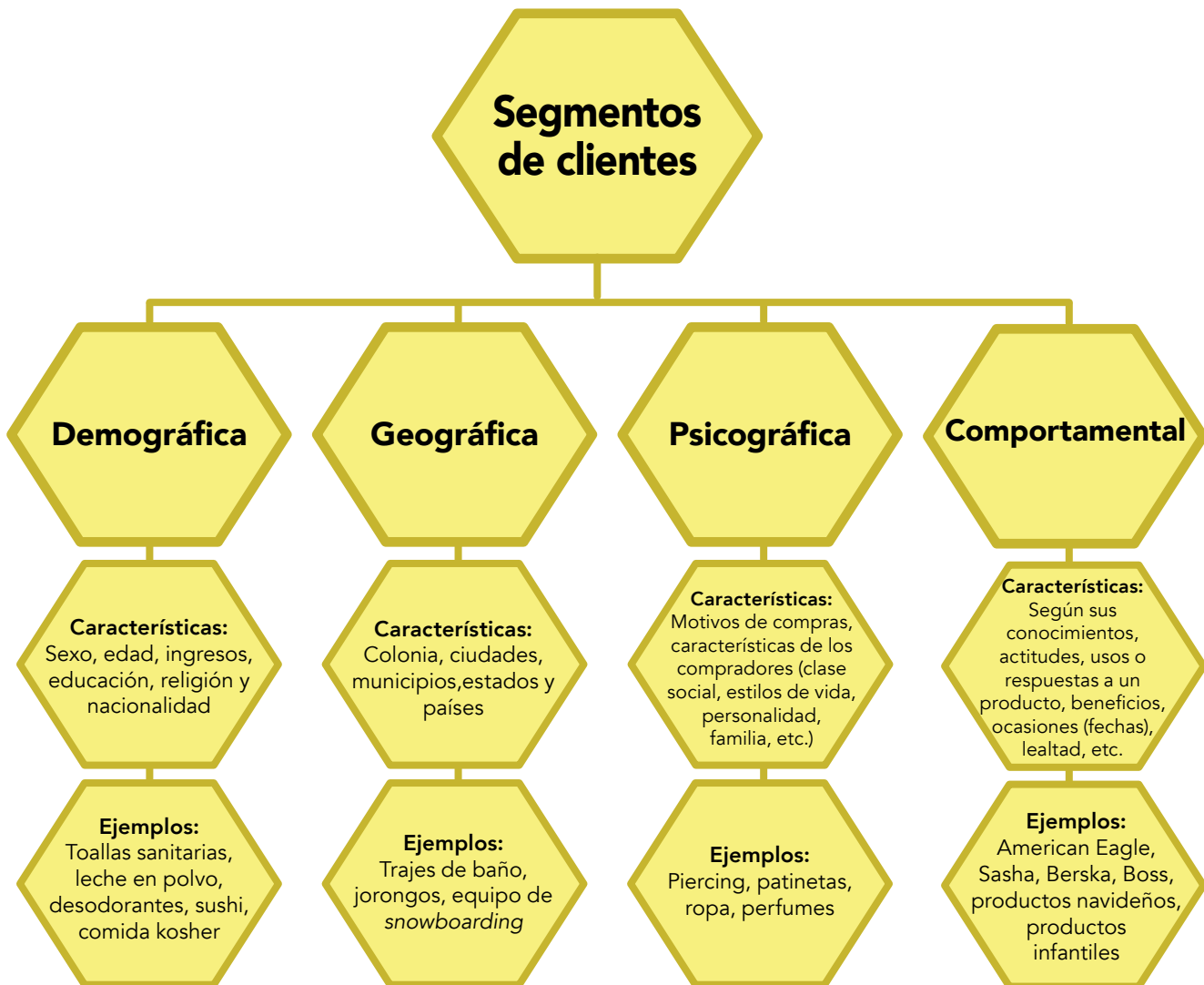
A continuación, te describimos los módulos del modelo CANVAS:

1. Segmentos de clientes o segmento de mercado

Sin clientes, una empresa no es nada, por lo que es esencial identificar cuáles serán tus clientes ¿Quiénes comprarán tu producto o servicio?, para esto deberás agruparlos en segmentos de mercado (grupos de compradores) es decir un grupo de individuos con características semejantes en cuanto a edad, género, necesidades, deseos, ingresos, hábitos de consumo o estilo de vida.

Un ejemplo, si el producto son videojuegos, el segmento de mercado es de tipo comportamental, que comparten la característica del gusto y práctica del uso de videojuegos como respuesta a un producto de este tipo.

Para lo cual te mostramos las siguientes variables que utiliza la segmentación de mercados para que te sea más fácil ubicar a tus clientes:





Ya que identificaste el segmento de mercado y sus características, es necesario especificar el grupo al que en particular está dirigido el producto o servicio, lo que se conoce como **nicho de mercado** (grupo de personas o empresas que cuentan con determinadas necesidades, tienen voluntad y capacidad económica para satisfacerlas).

Visto de otra manera un nicho de mercado es una variable del segmento, con características y necesidades homogéneas que no están del todo cubiertas. Por lo tanto, un segmento de mercado puede contener diversos nichos de mercado.

Continuando con el ejemplo de los videojuegos, el nicho de mercado son los adolescentes y adultos jóvenes de 12 a 35 años con interés por los videojuegos. Al mismo tiempo tienes que saber que existe el **mercado meta**, que es el grupo de clientes que tiene la capacidad para comprar el producto o servicio. En este caso serán los padres de familia con poder adquisitivo mayor al salario mínimo y que apoyen a sus hijos en la adquisición de ese producto.



Bee Nodriz:

Ahora te mostraremos cómo desarrollar el segmento de mercado para el negocio de mermeladas de fresas 100% orgánicas que nombraremos "La Fresita".

Si se plantea como negocio "La venta de mermeladas de fresas 100% orgánicas", éste va dirigido a un segmento de mercado psicográfico determinado, de acuerdo a un estilo de vida saludable; por lo tanto, los clientes potenciales son familias que comen alimentos saludables y orgánicos, es decir, libres de pesticidas, edulcorantes y químicos que afecten la salud.

Dicho producto va dirigido especialmente a los padres de familia que constituyen el mercado meta, debido a que son las personas que cuidan y vigilan la alimentación de los miembros de la misma. El Nicho de Mercado serán los miembros de la familia a quienes les gusta lo dulce y saludable, esto les permitirá tener diferentes beneficios a sus personas, como son: cuidar el exceso de azúcar, mantener un peso adecuado y mantenerse saludables, entre otros.

Nuestro cliente cuenta con liquidez para hacer pago en efectivo y/o tarjeta de crédito, siendo ésta una característica del segmento demográfico.

Cabe destacar que nuestra segmentación de mercado puede combinar uno o más segmentos, de acuerdo a las características de nuestro tipo de clientes.

Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a la segmentación de su proyecto.



¿Qué características tiene el segmento de clientes?



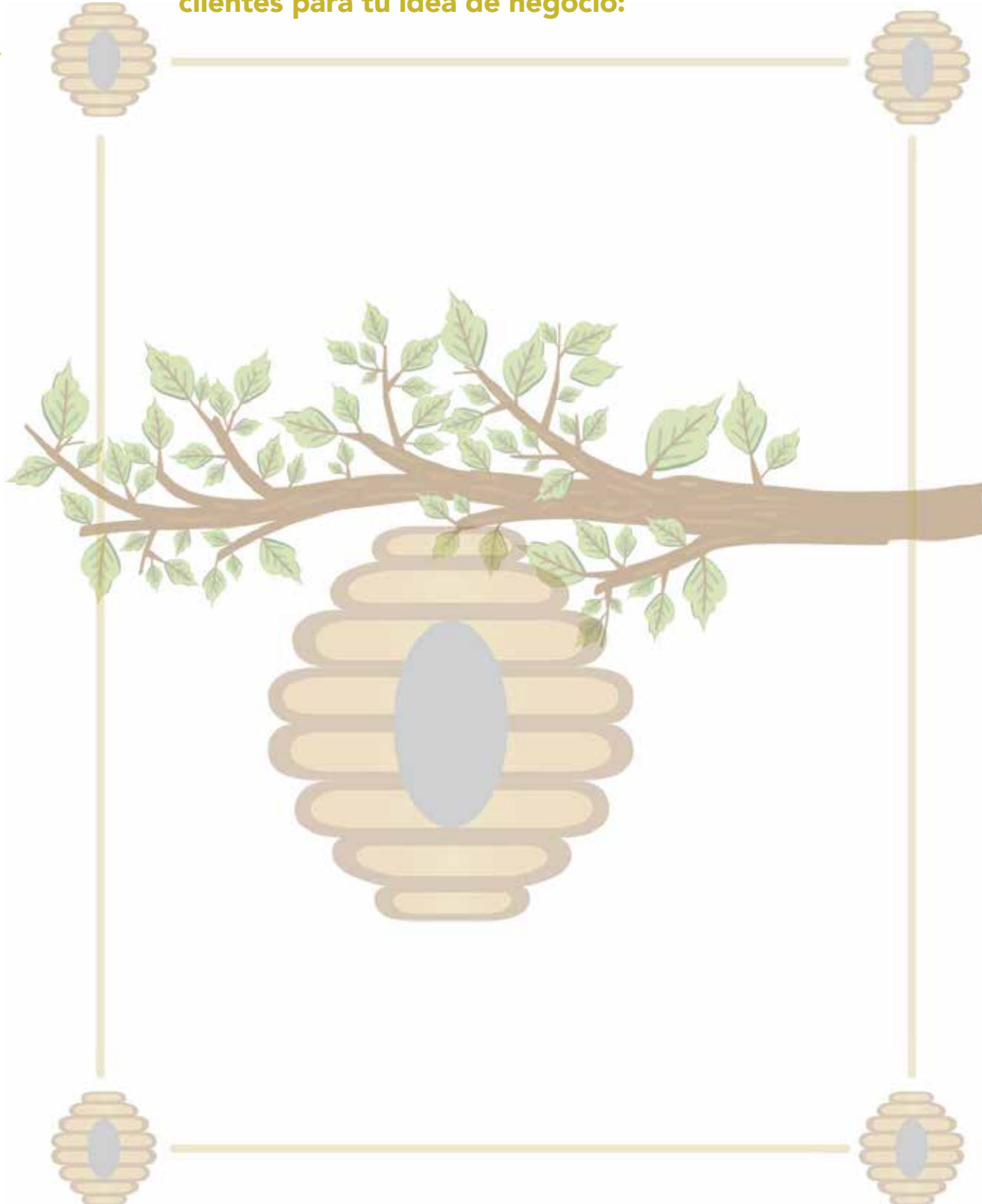
¿Cuáles son las características del nicho de mercado al que le deseo vender?



¿Este segmento de mercado tiene la capacidad económica para adquirir el producto?



Empieza a redactar cómo sería el segmento de clientes para tu idea de negocio:





Bee Albañil: 2. Propuesta de valor

En esta parte del lienzo del modelo de negocios deberás describir la propuesta que ofrecerás a los clientes con el producto o servicio. Deberás encontrar un problema o necesidad que valga la pena solucionar o cubrir, recuerda que es la solución de una problemática o necesidad que presente el cliente. Todas las soluciones suelen estar enfocadas a evitar el dolor y obtener satisfactores.

Para encontrar un problema o necesidad sugerimos:

- Detectar un problema o necesidad propia. Al identificarlo, reflexiona sobre una solución posible con base en ser más felices, más rápidos, más listos. Toma el caso de una madre que gasta dinero en pañales desechables. Al darse cuenta que otras mujeres comparten la misma situación, decide crear su propia empresa de pañales ecológicos y económicos.

- Estudiar nichos de mercado y detectar problemas o necesidades que tienen en común. Puedes pensar, por ejemplo, en snacks saludables. Observa que va dirigido a diferentes nichos: obesidad en niños, población que desea adelgazar, gente mayor que no puede comer grasas saturadas y deportistas.

Ya que identificaste el problema o necesidad, es tiempo de encontrar una solución, que los clientes estén dispuestos a pagar por ella, puedes pensar en:

1. Una solución aceptable, cuando no exista un servicio o producto que ofrezca solución.

2. Una solución mejor, si existe un producto o servicio, podemos mejorar aspectos como diseño, rendimiento y uso.

3. Una solución más barata, como opción más arriesgada, ya que se trata de bajar los costos al producto o servicio existente.

<https://www.emprenderalia.com/modelos-de-negocio-la-propuesta-de-valor/>

Para que el producto o servicio tenga un buen impacto en el segmento de mercado, considera brindar un valor agregado que nadie más brinde, es decir, una serie de ventajas a los clientes, para lo cual toma los siguientes **atributos** o **características**:

Novedad

Si creas un producto o servicio que no existía y cubre necesidades que los clientes no perciben, porque no hay una oferta similar, tu propuesta de valor se sustenta en la novedad. En la telefonía celular podemos encontrar un ejemplo claro, antes de su aparición la gente no sentía la necesidad de comunicarse con otras personas desde cualquier lugar donde se encontraría, hoy en día, los jóvenes como tú no pueden permanecer sin teléfono celular.



Desempeño

Es probable que tu propuesta de valor no siempre tenga la característica de ser algo totalmente nuevo, sino que a partir de lo que ya existe, hayas realizado modificaciones a un producto o servicio para mejorar su desempeño, en este caso, ese es el valor que ofrecerás a tus clientes. Las primeras lavadoras de ropa, únicamente realizaban la función de tallar las prendas, su desempeño fue mejorando y ahora exprimen, tienen alarma de fin de ciclo, se programa el lavado de acuerdo al tipo de ropa, entre otras.

Personalización

Si el valor que deseas ofrecer a tus clientes consiste en ofrecer un bien o servicio hecho a la medida de sus necesidades y deseos, que pueden ser de un cliente individual o de un segmento determinado, a esto se le llama personalización. Como un ejemplo se puede mencionar a la empresa Rigoló que involucra a los niños en la fabricación de sus peluches, permitiéndoles elegir el muñeco (osos, perros, gatos, personas entre otros), los sonidos que hará, su nombre e incluso la ropa y accesorios que llevará puestos.

Facilitar el trabajo

La propuesta de valor puede consistir en ayudar al cliente a realizar ciertas actividades; desde empresas que proporcionan servicios de limpieza y mantenimiento hasta el "renting" de coches para compañías; adquisición, por parte de una empresa, de vehículos por tiempo determinado, mediante el pago de una cuota fija periódica que incluye el alquiler del vehículo, seguro, recambios, reparaciones, mantenimiento.

Diseño

Si creaste algún producto que sobresale en diseño, el cual puede ser una parte fundamental de la propuesta de valor. Entre las empresas que fundamentan el valor que entregan a sus clientes en el diseño, se puede mencionar a Zara, cuya estrategia se basa en captar tendencias de mercado y adaptar los diseños a ellas.

Marca / Status

Para ti como emprendedor es difícil poder ofrecer el valor de la marca a los clientes a menos que obtengas una franquicia, de lo cual te hablaremos más adelante, sin embargo, te podemos mencionar que los clientes pueden encontrar un valor en el simple hecho de usar y desplegar una marca específica, porque representa un status económico. Como ejemplo tenemos aquellos que utilizan artículos de la marca Louis Vuitton.

Para desarrollar tu marca, consulta la colmena núm. 10 del enjambre 3.

Precio

Otra forma de fundamentar tu propuesta de valor, puede consistir en ofertar productos similares a un precio reducido, para cubrir las necesidades de un segmento de clientes que buscan precios bajos. La cadena de tiendas Bershka, centra su propuesta de valor en el precio para un público joven.

Experiencia del cliente

Crear toda una experiencia para el cliente en torno a un producto o servicio, puede ser el valor que ofrezcas a tus clientes, tal es el caso de Starbucks, cuya propuesta de valor se fundamenta en crear una experiencia en torno al consumo del café a través de 3 pilares que son: controlan la mayor parte de la cadena de suministro del café (cultivo, tostado y distribución), trato personalizado e intimidad con el cliente en el servicio, ambiente informal y tranquilo con locales acogedores, música suave y wifi.

Accesibilidad (poder adquirirlo)

Si pretendes ofrecer un producto o servicio que el cliente pueda adquirir, estarás ofreciendo el valor de accesibilidad. La empresa Amazon, por ejemplo, se considera centro comercial virtual ya que ofrece una gran variedad de productos, los clientes realizan compras por internet, sin moverse de casa.

Velocidad del servicio

Otro valor que puedes ofrecer es servicio rápido ya que existen segmentos de clientes que lo requieren y en muchos casos sin importar el pago de un precio mayor. La empresa UBER, sostiene principalmente su propuesta de valor en la rapidez del servicio de transporte.

Reducción de riesgos (por ejemplo la garantía de servicio)

Generalmente, cuando un cliente pretende contratar un servicio, busca que sea seguro. Puedes ofrecer ese valor a tus clientes a través de un servicio garantizado. La empresa PayPal, permite a las personas realizar el pago de sus compras en internet y su propuesta de valor se fundamenta en la protección y seguridad.

Reducción de costos

Otra alternativa para ofrecer valor es la reducción de costos en un producto o servicio, ya que hay consumidores que así lo requieren. Como ejemplo, la empresa Airbnb, que consiste en una plataforma de software dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turísticos, contactando a los clientes con los dueños de casas o departamentos en 192 países alrededor del mundo y el alquiler se realiza únicamente por los días que el usuario requiere; abarata los costos porque en la mayoría de los casos la renta del inmueble se hace por parte de un grupo de personas y es más económico que un hotel.

Calidad del servicio

También puedes ofrecer valor a tus clientes a través de un servicio de calidad. Quick Learning, es una escuela de enseñanza de inglés, ofrece calidad en el servicio a través de métodos que enseña a "pensar" y a "hablar" en inglés; posteriormente se aprende a leer y escribir. Garantiza el dominio de la lengua inglesa en menor tiempo, excelente pronunciación y cuenta con departamento de control de calidad que verifica que los objetivos se cumplan.



Comodidad / calidad

Si pretendes ofrecer un producto o servicio cómodo y útil para tus clientes, ese será el valor que ofrezcas. La marca Whirlpool, por ejemplo, ofrece diversos electrodomésticos de gran utilidad en el hogar, ya que "simplifican las labores domésticas" y "brindan comodidad".

UAEM, Secretaría de Extensión y Vinculación, Dirección de Desarrollo Empresarial, Manual para Desarrollo del Modelo de Negocios, Modelo de Negocios: CANVAS (2014), s/p.



Bee Nodriza:

En este apartado observarás cómo se desarrolla la propuesta de valor para el negocio de mermeladas de fresas orgánicas:

El negocio "La Fresita" de mermeladas de fresas 100% orgánicas, pretende corregir la problemática de no alimentarse sanamente. Las fresas tienen un contenido nutrimental que sirve para estimular el sistema digestivo y el cerebro, así como mejorar el funcionamiento de la memoria debido a las antocianinas que se encuentran en el pigmento de las frutas y funcionan como antioxidantes y como neuroprotector, además de que su composición permanece inalterable por mucho tiempo.

Este tipo de mermelada estará a disposición del cliente en todo tipo de establecimientos, desde la tienda de la esquina hasta las tiendas virtuales, que harán llegar el producto a la comodidad de tu casa, mejorando el precio y el sabor que te oferten otras empresas similares.

Contará con una presentación adecuada que se adaptará a tus necesidades y a tus hábitos de consumo; dependiendo del número de miembros de tu familia, desde 20 g, hasta 1000 g incluso para que puedas llevarla cuando viajes en avión, respetando las normas aéreas.

La marca es tridimensional con envases en forma de fresa que pueden reutilizarse.

Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a la propuesta de valor de su proyecto.



¿Qué problema o necesidad cubriré con mi producto o servicio?



¿Qué beneficio(s) ofrezco que no tiene la competencia (no olvides considerar los atributos y características cualitativas y cuantitativas)?



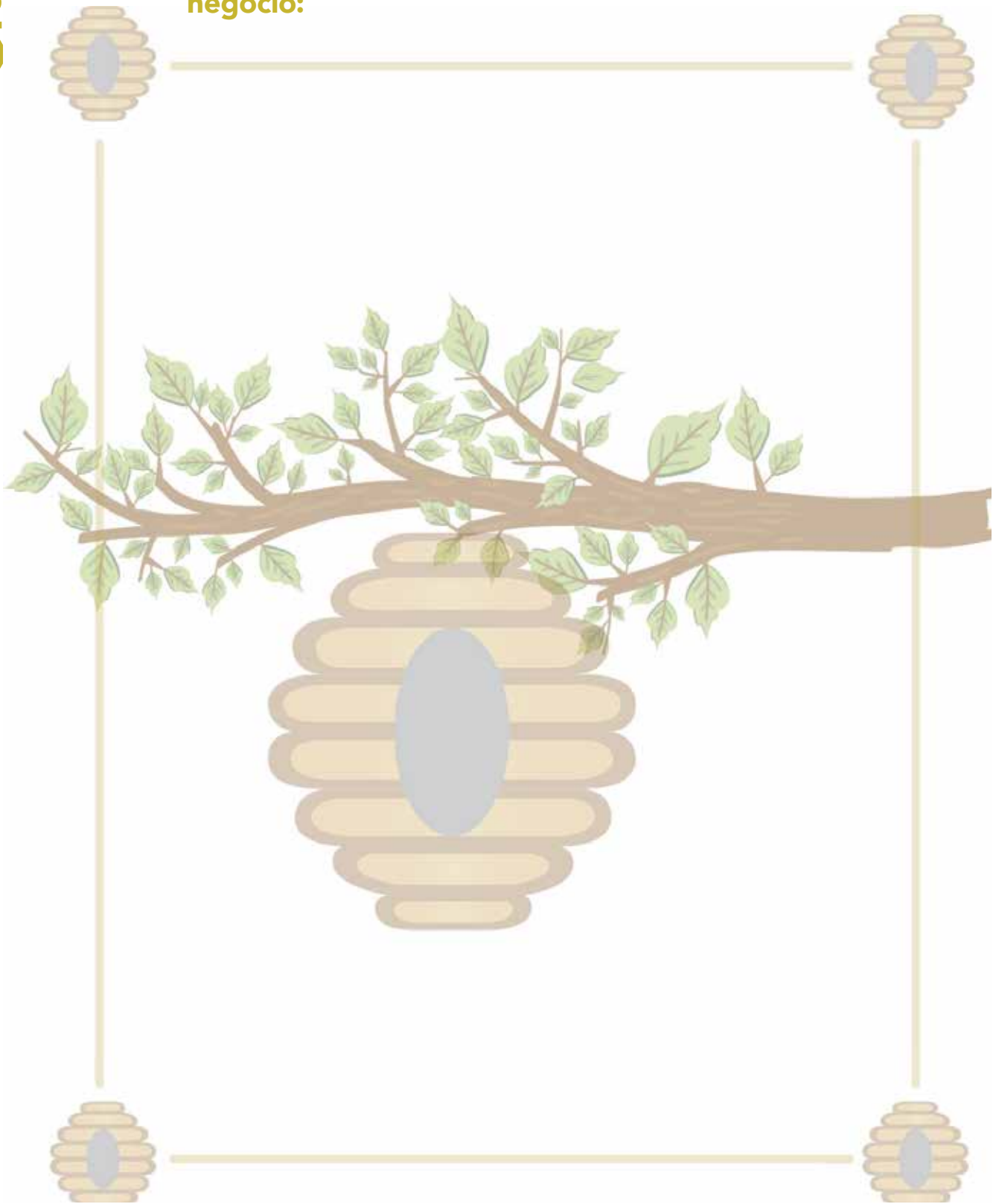
¿Qué valor agregado les dará a tus clientes que compren tu producto o servicio?



¿Qué paquetes de productos o servicios ofreces a cada segmento de clientes?



Redacta la propuesta de valor de tu proyecto de negocio:



Bee Albañil:

3. Canales

Los canales son los medios que nos indican como llegar a los clientes, darnos a conocer y relacionarnos con ellos. Son una guía para promocionar y realizar la entrega de la propuesta de valor, por medio de la comunicación y distribución incluyendo aquí los canales de ventas. Son la clave para la imagen del negocio.



Las etapas que permiten este proceso son las siguientes:

Información. En esta se da a conocer el bien ofertado, ya sea producto o servicio. Mostrar la propuesta de valor.

Evaluación. Permite analizar y conocer como percibe el cliente nuestra oferta, está centrada en los medios de comunicación.

Compra. Describe la manera en la que el cliente puede adquirir nuestro producto o contratar el servicio.

Entrega. Se refiere a la forma en la que el cliente puede recibir o adquirir el producto o servicio.

Post venta. Es una etapa que mantiene el contacto con el cliente posterior a su compra. Puede incluir algunas políticas de atención al cliente y servicio postventa como la asistencia técnica.



Tipos de canales

Los Canales de ventas se pueden dividir en dos, de acuerdo a su función o la pertenencia a la empresa.

De acuerdo a su función

Comunicación. Canales utilizados para vincular la marca con los clientes, ya sea el mercado o los consumidores. Permiten dar a conocer y comunicar la propuesta de valor de los productos o servicios de nuestro negocio, hacer que los clientes se interesen en ellos.

Distribución. Son los medios que se utilizan para hacer llegar los productos o servicios al mercado, ya sea el cliente final o espacios de distribución.

Ventas. En este canal se tiene por propósito informar de las características de la propuesta de valor del producto o servicio a los clientes, y favorecer el incremento en las ventas. Se puede incrementar el interés del cliente por medio de eventos publicitarios, paquetes promocionales o muestras gratuitas.



De acuerdo a la pertenencia de la empresa

Directos. Estos canales permiten tener un sitio de unión inmediato con los clientes, genera gran cantidad de beneficios y la permiten la comunicación a grandes distancias físicas. Por ejemplo: Redes sociales, páginas web, proyectos de promoción, cadenas de tiendas al público.

Indirectos. Para conectar el producto o servicio con el cliente se requiere de intermediarios o terceras partes. Necesitan establecer acuerdos sobre la distribución y las ganancias. Se resaltan los siguientes: Tiendas multimarca, medios de difusión y comunicación, redes de ventas y sitios web de terceros, espacios de venta al por mayor.

Tomado de <https://josedavidfernandez.com/canales-canvas/>

Los diferentes canales de distribución siguen un proceso que se basa en las siguientes etapas:



Bee Nodriz:

Una vez que has conocido los canales de comunicación y distribución y retomando el ejercicio que estamos desarrollando, paso a paso, del negocio La Fresita, consideramos que, para dar a conocer nuestra propuesta a los posibles clientes, es importante utilizar dos de los cuatro canales de comunicación:



1. Como primer apoyo utilizamos **canales de comunicación indirectos**, que son de gran ayuda al establecer una “Tienda propia”, porque de esta manera las mermeladas de fresas orgánicas se pueden vender al menudeo o mayoreo a los consumidores que gustan de cuidar su salud consumiendo productos no industrializados y elaborados de manera artesanal.
2. Para fortalecer los canales de comunicación del negocio La Fresita, utilizamos también los **canales de comunicación directos**, y de ellos preferimos al Equipo comercial interno o sitio web, que nos permitirá establecer comunicación a través de atención telefónica (call center) o Comercio en línea (por medio de web y E-mail), y para que los clientes puedan solicitar los productos con entrega hasta la puerta de su casa o negocio.

Ya que hemos destacado la selección de los canales de comunicación, ahora nos referimos a los canales utilizados para hacerle llegar el producto a nuestros clientes, es decir Los canales de distribución:

Los puntos de venta: se han preferido porque permiten establecer tiendas físicas en diversos puntos de la ciudad, para que los clientes tengan a su alcance fácilmente las mermeladas en sus diversas presentaciones.

La venta directa: permite a los compradores al mayoreo recibir el producto en su domicilio.

Como medio de transporte para llevar las mermeladas La Fresita, a los consumidores se utilizan camiones eléctricos con la finalidad de bajar los costos de combustible y cooperar en el cuidado del ambiente.



Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a los canales de distribución de su proyecto.



¿Qué canales usan o prefieren nuestros clientes, qué ve, qué oye, qué lee?



¿Cómo se hace contacto con los clientes?



¿Qué *mix* de canales vamos a poner en marcha?

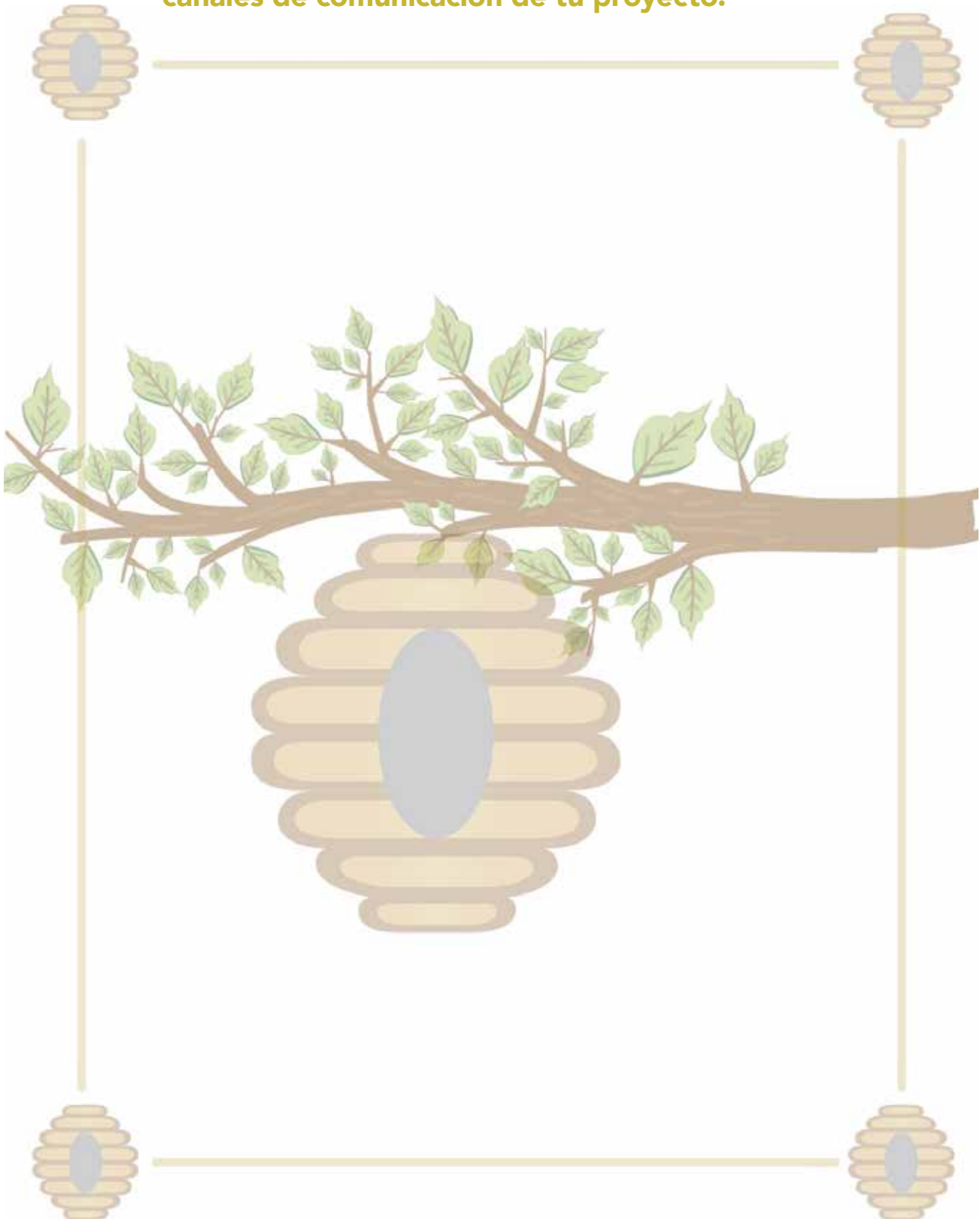


¿Cómo harás llegar el producto al cliente?



¿Cuál es el costo y rentabilidad de los canales de comunicación y de distribución?

Utiliza el siguiente espacio para describir los canales de comunicación de tu proyecto:





Bee Albañil: 4. Relaciones con los clientes

Tipo de relaciones que se establecerán con el cliente al momento que adquieran el producto. Estrategias que utilizarán para precisar cómo los atraen, los enamoran y los conservan como clientes y/o beneficiarios, se fundamenta en la captación de clientes, la fidelidad de los clientes y la estimulación de las ventas.

¿Han vivido la siguiente experiencia? Vas a comprar unos jeans, al llegar a la tienda una joven pregunta: ¿qué deseas? - Respondes. Te ayuda a encontrar la talla y el modelo que necesitas. Evalúas la prenda, sabes que te conviene y queda muy bien. Esto es un ejemplo de la relación con los clientes en estimulación de ventas.

Existen dos tipos de relaciones con los clientes:



- **Personales:** cara a cara, vía telefónica, flyer, asistencia personal (atención al cliente)

- **Automatizadas:** e-mail, buzón, vía telefónica (grabación), autoservicio (bufete), servicio automático (cajero automático), comunidades en línea (facebook), creación colectiva (valoración del servicio o producto a través de comentarios de los clientes y likes)



Bee Nodriz:

En esta sección hablaremos de cómo establecer la relación con los clientes del negocio “La Fresita”. Cuando el consumidor adquiera nuestras mermeladas, es necesario establecer relación con él para saber si ha quedado o no satisfecho con el producto, conocer sus sugerencias y conservarlo como cliente. Las relaciones que podemos establecer son las que se especifican en el siguiente cuadro.



Personales

Cara a cara. Al momento de vender las mermeladas se mostrará el producto al cliente, se explicarán sus beneficios y preguntamos si desearía la mermelada de una fruta diferente a las existentes.

Vía telefónica. Ya que se haya realizado la venta de las mermeladas, obtendremos el contacto telefónico del cliente para preguntarle si está satisfecho con el producto o si sugiere mejoras.

Atención al cliente. Mediante este servicio, los clientes podrán presentar cualquier inconformidad o sugerencia que tengan con respecto al producto, como: sabores diferentes, otro tipo de empaques y distintas formas de distribución, entre otras.

Automatizadas

Páginas de Facebook. Este medio nos permitirá conocer la valoración que los clientes hagan de nuestras mermeladas, a través de comentarios y likes.



Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a la relación con los clientes de su proyecto.

¿Qué tipo de relaciones queremos establecer con nuestro cliente?

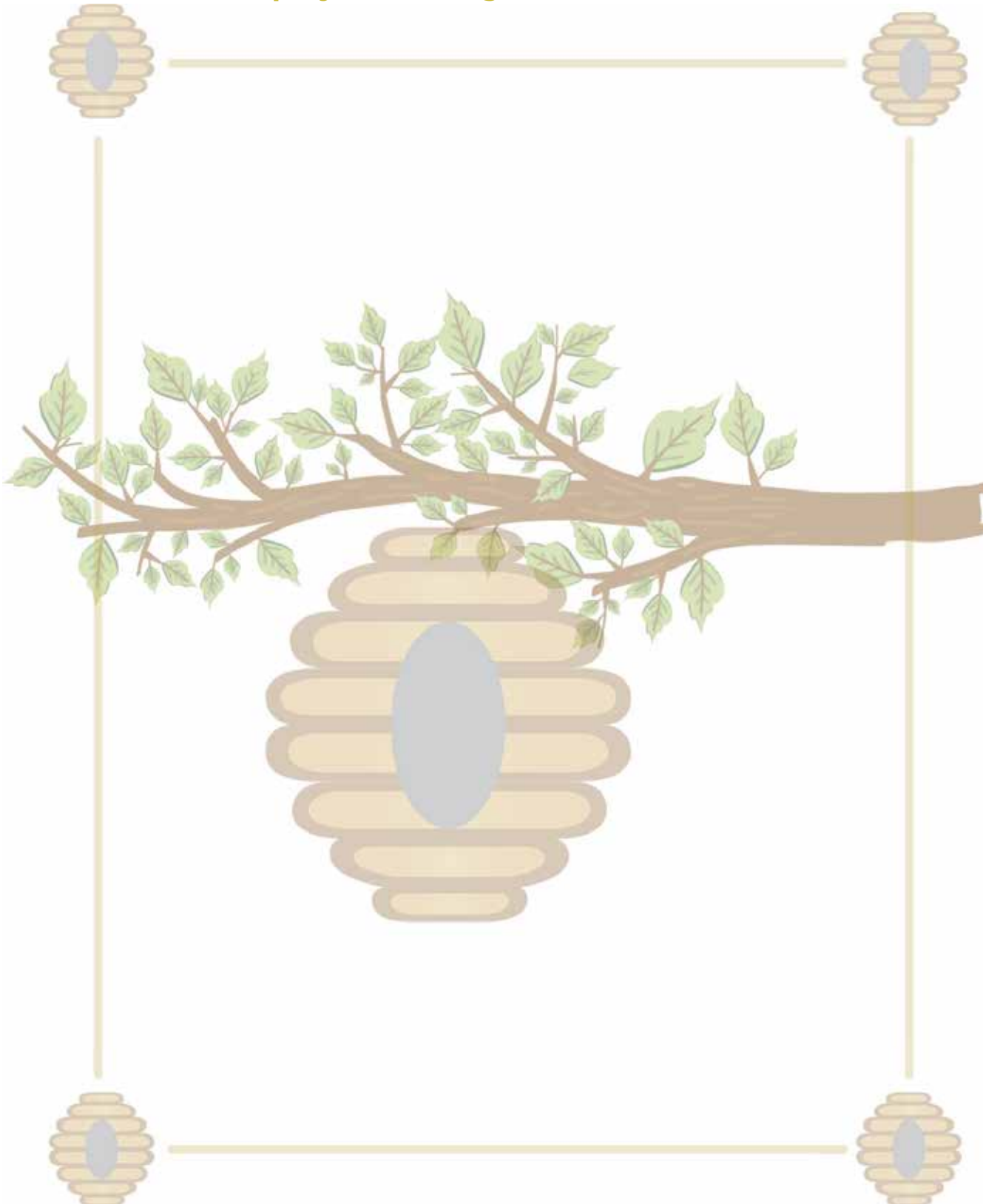


¿Qué características tiene mi segmento de mercado y qué relación puedo mantener?



¿Qué implementarías en el trato con el cliente para mantener su fidelidad y estimulación de la venta?

Describe cómo será la relación con los clientes en tu proyecto de negocios:





Bee Albañil: 5. Fuentes de ingreso

Una empresa que no obtenga fuentes de ingreso está destinada a desaparecer. Razón por la que en esta sección se analiza cuáles son las fuentes de ingreso, es decir, las cantidades que recibe una empresa por las ventas de productos o servicios.

Los ingresos que puede obtener una empresa se dividen en dos:

Tipo fuentes de ingreso	Definición	Diferentes formas de fuentes de ingreso
Transaccionales	Proviene de una compra o pago único, es decir, pago al contado	• Venta de productos: bienes de consumo, autos • Concesión de licencias: permiso para utilizar propiedad intelectual por un periodo de tiempo, por ejemplo Marvel cedió los derechos de algunos personajes a la empresa Fox, mientras que otros los cedió a Disney • Publicidad: servicios que se pagan por la divulgación de un producto o servicio durante un periodo de tiempo
Recurrentes	Proviene de pagos periódicos constantes, es decir, pagos a crédito	• Cobro por uso: uso de un servicio, telefonía, Netflix • Cuota de suscripción: venta de acceso a un servicio, gimnasio, escuelas • Gastos de corretaje: el uso de terminales bancarias en una tienda tienen que pagar un porcentaje al banco en cada ocasión que se use • Cobro por préstamo o arriendo: derecho temporal de acceso y uso, renta de carros

Considera, además, que para mantener una fuente de ingreso hay que tener en cuenta lo que la gente está dispuesta a pagar por el producto o servicio, ya que si no es accesible para adquirirlo se verá afectada tu fuente de ingresos. Recuerda que el ingreso que recibas, dependerá del valor del producto o servicio que ofreces al cliente.

Para determinar el precio (suma de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar (Silva, 2008)) de un producto o servicio considera:

- Los costos de producción
- Porcentaje de utilidad deseado
- El tipo de fuente de ingresos
- El segmento de clientes
- Realizar un análisis de mercado para revisar precios de la competencia
- Revisar beneficios de productos similares
- El costo de los canales de distribución
- Niveles de demanda

- Facilidades anexas (empaques, calidad, tiempo de atención, política de devolución)
- La suma que los clientes están dispuestos a pagar
- Analizar el volumen de unidades que se deben vender para generar utilidades

Para obtener la fuente de ingresos que recibirá la empresa, primero determina el precio de venta por unidad y posteriormente el ingreso total.

Ahora se obtiene el precio de venta por unidad, aplicando la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Costo de producción por unidad}}{1 - (\text{Porcentaje de utilidad} / 100)} = \text{Precio de venta por unidad}$$

Después de obtener el precio de venta por unidad se aplica la siguiente fórmula para determinar el ingreso total.

$$\text{Precio de venta por unidad} \times \text{Número de unidades producidas} = \text{Ingreso total}$$

Bee Nodriz:

Siguiendo con el ejemplo de la empresa “La Fresita” el costo de producción por unidad es de \$15.63 de una mermelada de 250 g.

Nota: para determinar el costo de producción por unidad, ir a la página 113.

Ahora se va a determinar el precio de venta, con un porcentaje de utilidad del 30%, aplicando la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Costo de producción por unidad}}{1 - (\text{Porcentaje de utilidad} / 100)} = \text{Precio de venta por unidad}$$

Donde:
Porcentaje de utilidad = 30%





$$\frac{15.63}{1 - (30 / 100)} =$$

$$\frac{15.63}{1 - .30} =$$

$$\frac{15.63}{.70} = 22.32$$

El precio de venta por unidad de mermelada orgánica de 250g es de \$ 22.32.

Considerando que el negocio La Fresita, produce 2000 unidades de mermeladas mensuales, ahora se va a determinar la fuente de ingresos que recibirá por las unidades producidas, con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de venta por unidad} \times \text{Número de unidades producidas} = \text{Ingreso total}$$

$$22.32 \times 2,000 = 44,640.00$$

La fuente de ingresos que recibe la empresa por la venta de 2,000 mermeladas de 250g es de \$ 44,640.00.

Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a las fuentes de ingreso de su proyecto.



¿Cuáles formas de fuentes de ingreso implementarás en tu empresa?



¿Cuál es el tipo en la que el segmento de mercado prefiere pagar?



¿Qué tienes que considerar para que las fuentes de ingreso sean diversificadas y sostenibles?



¿Cuál será el precio del producto o servicio?



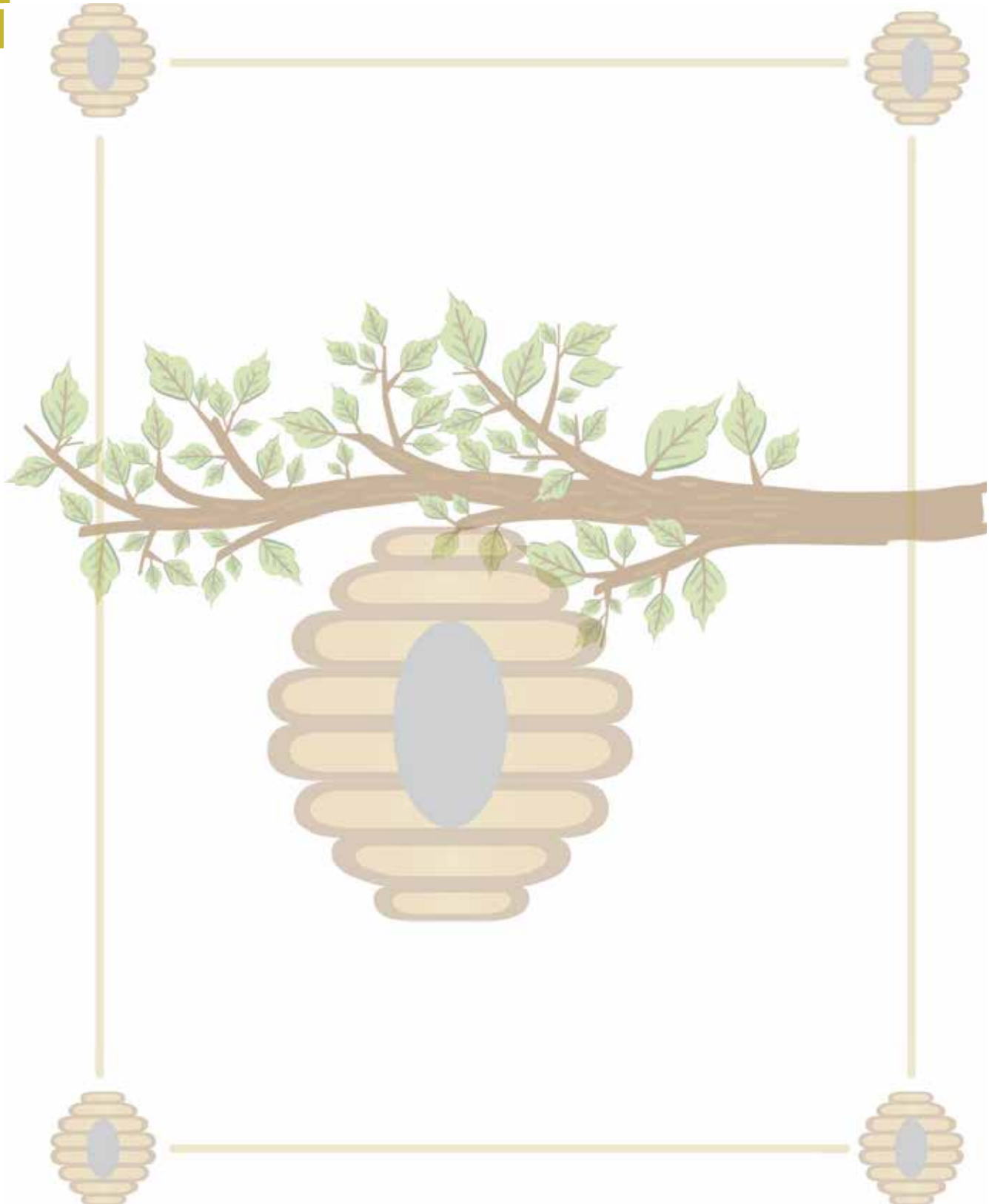
¿De qué depende el precio del producto o servicio?



¿Por cuál valor están dispuestos a pagar los clientes?



Analiza cómo serán las fuentes de ingreso de tu negocio:





Bee Albañil:

6. Recursos clave

Medios que necesitas para llevar a cabo la actividad de la empresa (materia prima, conocimiento, personas, dinero).

Pueden ser:

Recursos físicos. Instalaciones, edificios, vehículos, maquinaria, sistemas, materias primas y canales de distribución.

Recursos intelectuales. Marcas, patentes, derechos de autor, información privada, asociaciones y bases de datos de clientes.

Recursos humanos. Las personas que integran la empresa y que tienen características específicas como conocimientos, ideas, capacidad creativa, entre otras.

Recursos Financieros. Efectivo, líneas de crédito, aliados clave.

Como ya se ha mencionado, para desarrollar tu propuesta de valor debes especificar los recursos que se requieren, por consiguiente, para producir las mermeladas orgánicas se necesita lo que el siguiente cuadro señala.

Recursos físicos	• Materia prima: frutas orgánicas (fresas), azúcar orgánica. • Frascos de vidrio con capacidad para 250 g. • Cajas para empacar frascos de 250 g. • Equipo para la elaboración: cuchillos, estufa, ollas, mesas. • Otros: agua, electricidad, cocina, local o bodega.
Recursos intelectuales	• Registro de la marca: "La Fresita" en su modalidad de tridimensional por cuyo signo distintivo serán envases en forma de fresa. • Base de datos de familias que adquirirán nuestros productos, supermercados, minisúper, entre otros.
Recursos humanos	• Químico en alimentos. En apoyo a la elaboración y conservación de la calidad de la mermelada. • Contador. Para llevar el control de los recursos. • Operarios de producción. Para elaboración del producto. • Operarios de limpieza. Para contribuir a la higiene.
Recursos financieros	• Activo en bancos (dinero para pago de nómina, compra de materia prima, empaques, equipo y pago de gastos fijos como: renta, agua, luz, teléfono, internet, entre otros). • Caja chica (efectivo para gastos inmediatos de operación).



Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a los recursos clave de su proyecto.



¿Cuáles son los recursos físicos que requieres para la empresa?



¿Cuáles son los recursos intelectuales necesarios?

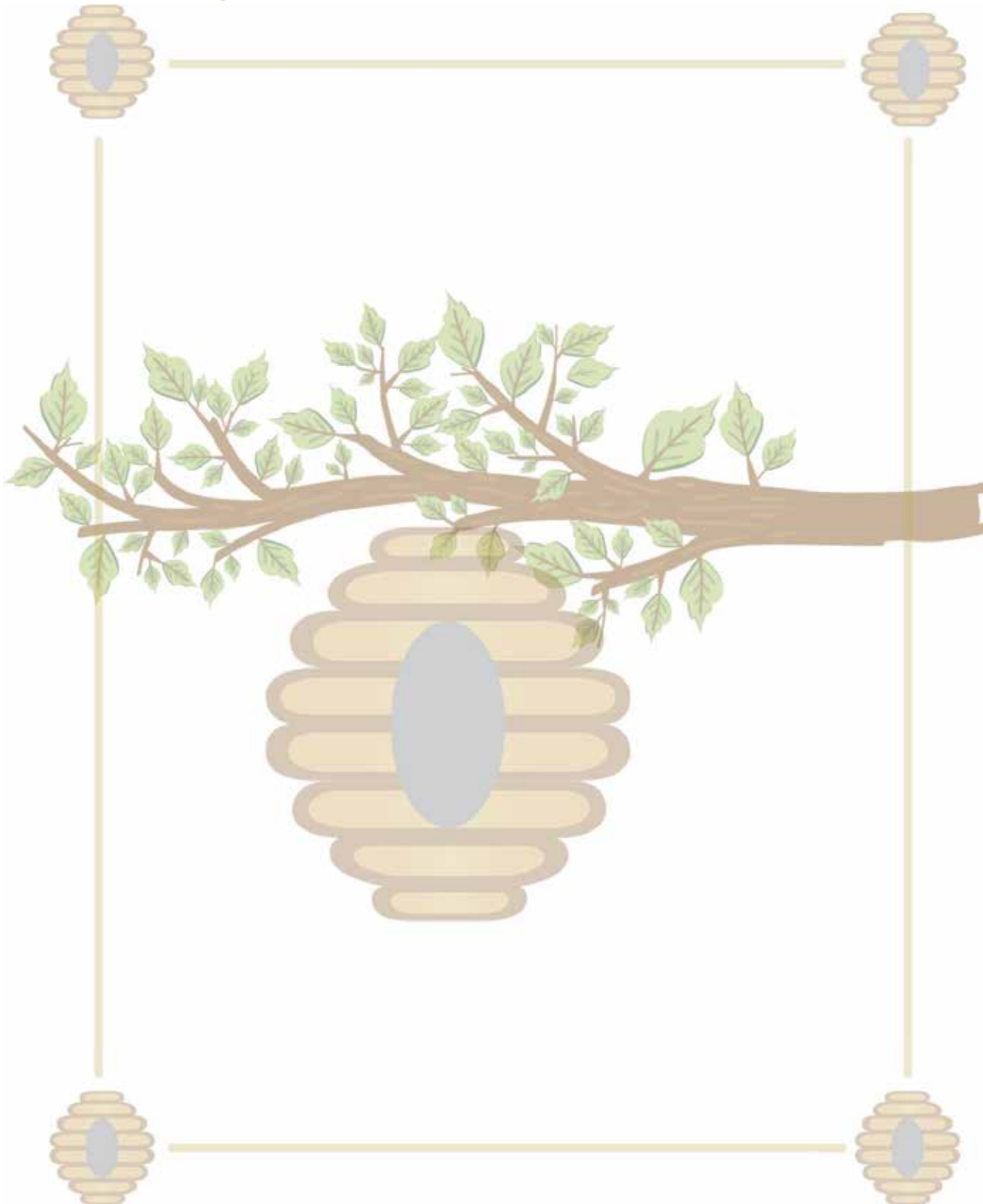


¿Cuáles son los recursos humanos indispensables?



¿Cuáles son los recursos financieros para la empresa?

Desglosa los recursos clave para el proyecto de negocios:





Bee Albañil: 7. Actividades clave

Conjunto de actividades que permite producir, diseñar, vender, comprar y solucionar dificultades, en una propuesta de valor en el producto o servicio; además de identificar los actores que las realizan.

Además responden a las preguntas del modelo CANVAS

¿qué, cómo y con qué lo voy a hacer?

Consideran, así mismo, los aspectos requeridos para la producción del producto o servicio, los canales de distribución, relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave y seguimiento de ventas según sea el caso o proyecto de negocio.

- Cotizar precios
- Elegir proveedores
- Comprar la materia prima
- Solucionar problemas (que el proveedor no tenga la materia prima, que la producción no esté a tiempo, condiciones climáticas, problemas de energía eléctrica)
- Pasos del proceso de producción: elaboración del producto o servicio
- Llevar el producto al punto de venta
- Acondicionar el área de venta
- Realizar el inventario
- Relaciones con los clientes
- Proceso de compra-venta

En caso de que el producto se venda en una plataforma virtual se deben de considerar acciones a realizar, como mantener y desarrollar promociones de venta en la plataforma.

El apartado relaciona a todos los anteriores debido a que determina las actividades específicas que necesita cada apartado.

Bee Nodriz:

Siguiendo con el desarrollo del modelo CANVAS del negocio La Fresita, toca el turno a las actividades clave, que se requieren para la elaboración de la mermelada de fresa orgánica, la empresa realiza diversas acciones, entre las principales se encuentran:



A) Actividades de producción

- Solicitud de la materia prima (fresas, azúcar, ácido cítrico) a los proveedores
- Recepción de materia prima
- Supervisar el estado en que llega la materia prima y hacer el pago
- Seleccionar la fruta para elaboración de la mermelada
- Lavado y escaldado de la fruta
- Despulpado de la fruta
- Inspección de la pulpa
- Preparación de la mezcla (producto)
- Envasado, sellado y etiquetado del producto
- Control de calidad del producto
- Embalaje y almacenamiento del producto
- Comercialización y distribución del producto
- Ajuste al pedido del cliente
- Cobro de pedido

B) En este apartado del Lienzo CANVAS, debes considerar que además de las acciones que se relacionan con el proceso de producción de la mermelada, también hay que considerar las actividades necesarias para mantener los canales de comunicación y distribución del producto, por lo que deberás incluirlas en tu modelo.



Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a las actividades clave de su proyecto.



¿Cuáles son las actividades para llevar a cabo la propuesta de valor del producto o servicio?



¿Cuáles son las actividades para lograr el funcionamiento de canales de distribución?

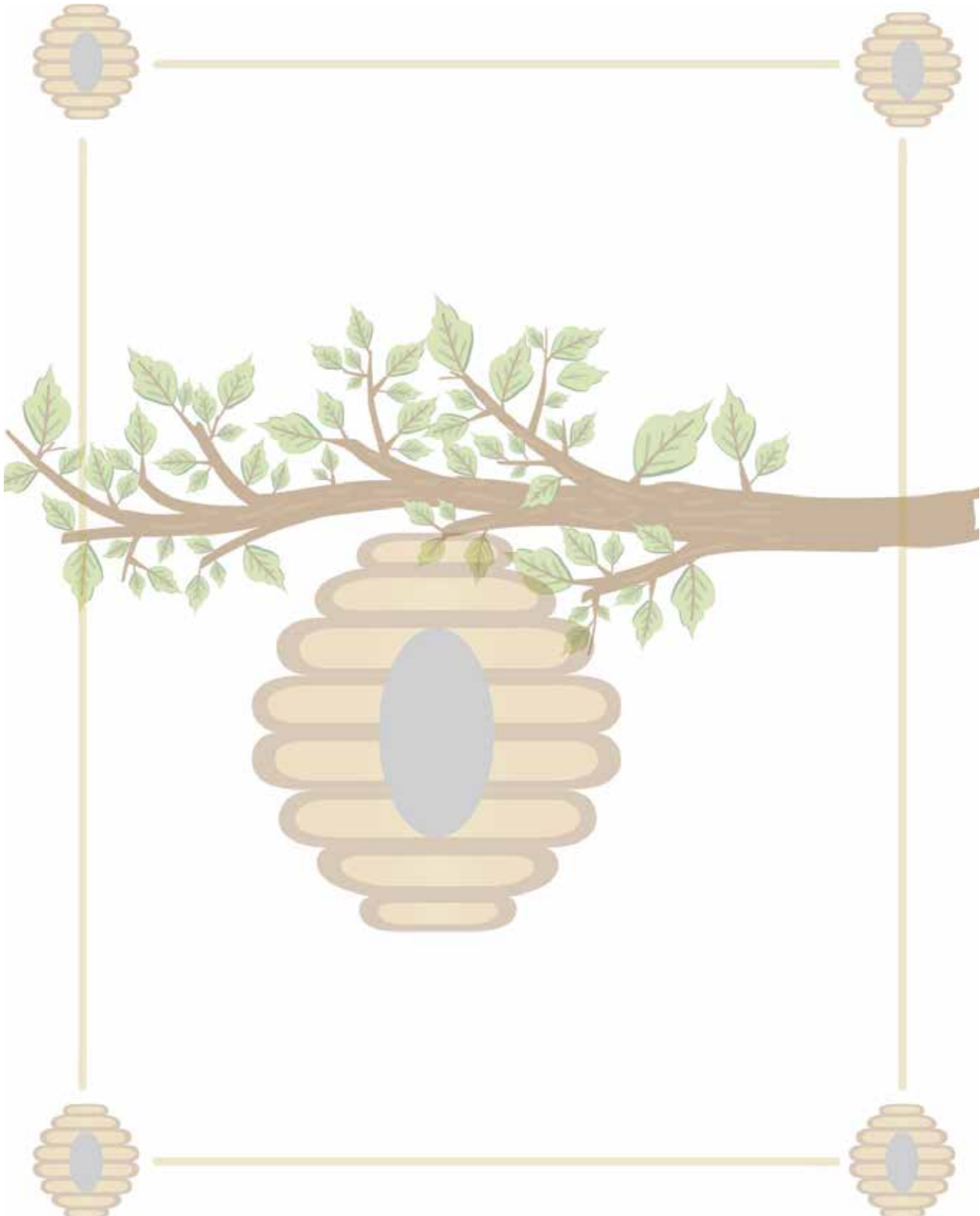


¿Cuáles son las actividades para mantener las relaciones con los clientes?



¿Cuáles son las actividades para obtener fuentes de ingreso?

Define las actividades que requieres para poner en marcha el negocio:





Bee Albañil: 8. Socios o aliados clave

Las alianzas se crean para mejorar o potenciar el modelo de negocios, reducir riesgos y adquirir recursos financieros. En ocasiones el dueño de los recursos podría estar dispuesto a asumir algún riesgo a cambio de una mayor recompensa (comisión o porcentaje de acciones).

Las alianzas se dividen en:

•**Proveedores:** todos aquellos que brindan la materia prima, que pueden o no ser socios de la empresa.

•**Socios:** personas o empresas que se alían estratégicamente para llegar a un segmento de mercado más amplio. Podemos identificar diferentes alianzas como son:

- **Alianzas con no competidores:** empresas cuyos modelos de negocios no compiten con el mismo mercado y su alianza es benéfica. Por ejemplo, McDonalds y Coca-Cola se unieron para ofrecer sus productos en conjunto.

- **Cooperación entre competidores:** empresas que compitiendo en el mismo mercado, negocian y combinan sus acciones para obtener el mayor beneficio posible. Las empresas refresqueras como Coca-Cola y Big Cola que tienen un convenio donde ambas venden un producto similar, etiquetas, colores y sabores, y compiten por el segmento de mercado.

- **Desarrollo de empresas en conjunto (joint-venture):** forma en la que dos o más empresas participan en la creación de un nuevo negocio. La empresa Sony-Ericsson fue creada de la unión de las empresas Sony de Japón y la empresa sueca Ericsson

- **Relación entre el comprador y el proveedor:** alianza que asegura adquisición de recursos necesarios para generar el producto o servicio. Cuando la empresa Bimbo colocó una sucursal en China, se asoció a unos productores de grano específicos de la región.



Bee Nodriza:

Todo negocio requiere que establezcas diversas alianzas para ponerlo a funcionar de forma óptima, y ahora es el momento de determinar los aliados que requiere nuestra empresa "La Fresita", las cuales están detalladas en el siguiente esquema:

Proveedores	• Productores de fruta orgánica. • Productores de fruta por cultivo hidropónico. • Empresas productoras de azúcar orgánica. • Empresas fabricantes de frascos de vidrio. • Empresas fabricantes de cajas.
Socios	• Alianzas con no competidores: Con productores de pan o galletas orgánicas, para ofrecer al consumidor paquetes de ambos productos. • Cooperación entre competidores: Alianzas con productores de productos similares para realizar compras de materia prima, empaques y equipo de mayor volumen y obtener mejores precios de los proveedores. Por otra parte, se pueden establecer canales de comunicación (publicidad) que beneficien a todos los productores de este tipo de productos. • Relación entre el comprador y el vendedor: En el caso de "La fresita", este tipo de alianzas se puede realizar con establecimientos donde se distribuya o consuma nuestro producto (tiendas de productos naturistas, supermercados, restaurantes, entre otros).

Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a los socios o aliados clave de su proyecto.



¿Quiénes son tus proveedores más importantes?



¿Qué recursos son clave para efectuar los procesos del proyecto y quienes te lo proporcionan?

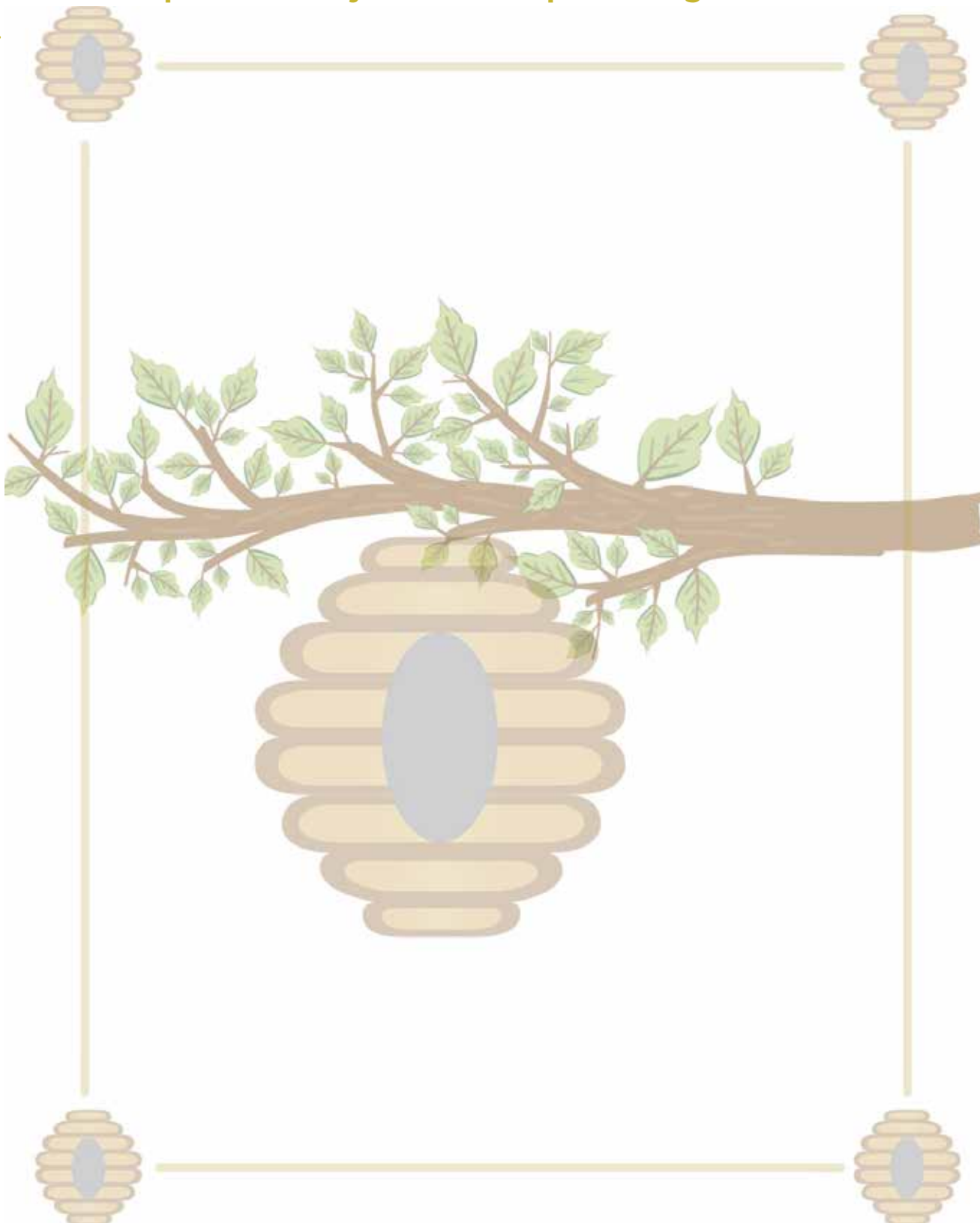


¿Quién puede ayudar a desempeñar de manera eficiente la actividad en el negocio?





Es momento de que analices cuáles serán los proveedores y socios clave para el negocio:



Bee Albañil:

9. Estructura de costos



Llegamos al último punto, donde defines la estrategia que deberá seguir el modelo de negocio para mantener la estructura de costos de empresa, es decir, los principales gastos que se tienen como son la creación del producto o servicio, entrega de valor, el mantenimiento de las relaciones con los clientes y generación de ingresos.

Deberás decidir entre tener una empresa enfocada en mantener costos bajos o crear valor a un precio más alto.

Por lo tanto, se entiende que el costo es lo que la empresa invierte para producir un determinado producto o servicio. Alcaraz (2015), lo define como cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa.

El costo de producción representa las erogaciones o gastos realizados desde la adquisición de la materia prima hasta la transformación en productos de consumo o servicios, se divide en costo directo o variable y costo indirecto o fijo, la suma de ambos, representa el costo de producción.

Cabe mencionar que el costo total está formado por costo de producción, gastos de venta, de administración y financieros, los cuales pueden ser fijos o variables. Recuerda que el costo no solo es tangible, sino también todo aquello que implica gasto que no es observable en un primer momento.

En el esquema siguiente, se realiza la clasificación de los diferentes tipos de costos que llevará a cabo el negocio, para determinar el costo de producción.



(Morales, J.A. y Morales A. 2004 y Alcaraz, 2015)



Bee Nodriz:

Analicemos ahora los costos que presenta el negocio "La Fresita" que realiza una producción mensual de 2,000 mermeladas orgánicas de 250 g.

Para determinar el costo de producción, es importante identificar las actividades que realiza el negocio en su proceso de producción. Para ello se identifican tres elementos clave que son: entrada, proceso y salida.

Entrada	Proceso	Salida
Todo lo que se necesita para la elaboración del producto. (2000 unidades mensuales) (gastos mensuales)	Todas actividades clave que llevan a cabo en el proceso de producción	El producto terminado
- Materia prima: (fresas orgánicas) - Azúcar orgánica - Frascos de vidrio - Cajas para empacar. - Útiles de aseo - Obreros - Supervisor - Equipo para la elaboración: cuchillos, estufa, ollas, mesas. - Otros: agua, electricidad, cocina, local o bodega	1) Almacenar la materia 2) Lavar 3) Cortar 4) Licuar 5) Cocinar 6) Empacar	- Mermeladas de fresas orgánicas - Empacadas, distribuidas y colocadas en el punto de ventas.

(Hilarión, 2014).

Una vez identificado el proceso, se realiza una tabla para determinar el costo de producción, identificando los costos fijos y variables.

Requerimientos de costo		Costo fijo o indirecto	Costo variable o directo
Costos directos			
Materia prima	Fresas orgánicas (400 kg de fresa para elaborar 2000 frascos de 250 g. considerando que cada mermelada lleva 200 g. de fresas orgánicas)		2,000.00
	Azúcar orgánica (20 kg. Cada mermelada llevará 10 g. de azúcar)		500.00
Materiales directos	Frascos 2000		4,000.00
	Cajas 100 (en cada caja se guardan 20 mermeladas)		400.00
Sueldos y salarios	1 persona que lava la fresa y realiza el proceso		8,160.00

Costos indirectos			
Materiales indirectos	Útiles de aseo para la producción (escoba trapeador, jabón)	500.00	
Sueldos y honorarios	un supervisor (realiza la supervisión del producto antes de ser empacado)	5,000.00	
Otros gastos	1 juego de cuchillos	500.00	
	2 ollas	1,000.00	
	mesa	2,000.00	
	Agua (mensual)	400.00	
	Electricidad (mensual)	600.00	
	Renta para producir y bodega. (mensual)	3,000.00	
	Impuesto (permisos)	900.00	
	Depreciación de la estufa 10% mensual durante 5 años)	300.00	
	Renta mensual de un camión para repartir la mercancía	2,000.00	
Total		16,200.00	15,060.00

El costo de producción para realizar 2000 frascos de mermeladas orgánicas de 250 gramos es de \$31,260.00 mensuales, para obtener esta cantidad, se sumaron el total de los costos fijos y los costos variables

Ahora se determina el costo de producción por unidad de mermeladas orgánicas del negocio "La Fresita".

$$\frac{\text{Costo de producción}}{\text{Producción esperada}} = \text{Costo de producción por unidad}$$

Dónde:

2,000 unidades = Producción esperada

$$\frac{31,260.00}{2,000} = \$ 15.63$$

El costo de producción por unidad de las mermeladas orgánicas de 250 g. es de **\$15.63.**



Bee Soldado:

Es momento de trabajar en equipo. Inicien contestando las preguntas que están planteadas en cada olla de miel, de acuerdo a la estructura de costos de su proyecto.

¿Cuáles son los recursos, alianzas y actividades clave más costosas?



¿Cuáles son los costos más importantes inherentes al modelo de negocios?

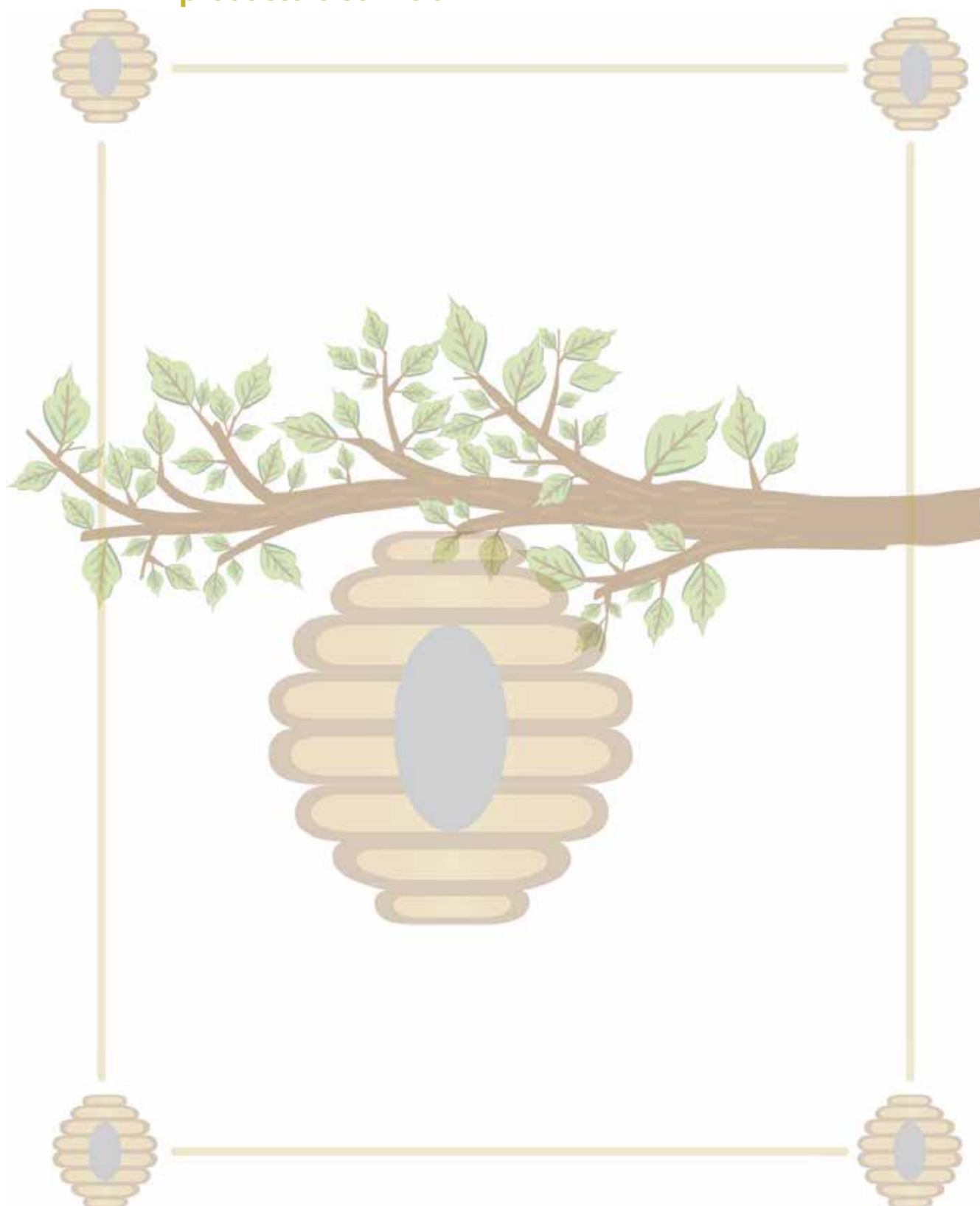


¿Cuáles son recursos clave más caros?



¿Cuáles son las actividades clave más caras? y ¿Cómo podría reducirlos?

Analiza cómo será la estructura de costos del producto o servicio:





Bee Nodriz:

Como hemos visto, el Modelo CANVAS, es un modelo de negocios que se puede aplicar para cualquier tipo de organización empresarial. Al estar constituido por nueve módulos o apartados vinculados y creados en forma resumida permiten desarrollar un negocio de manera gráfica y concreta.

Las empresas que procesan alimentos saludables actualmente son bien recibidas, ya que los consumidores que gustan de cuidar su salud prefieren productos orgánicos elaborados de forma natural y sin conservadores ni aditivos químicos. Hay emprendedores que identifican la oportunidad para desarrollar productos en este mercado, obteniendo beneficios económicos y favoreciendo el desarrollo de fuentes de trabajo en algunas zonas rurales del país.

Este es el caso del negocio La Fresita, que produce mermeladas de fresas orgánicas sin aditivos ni edulcorantes artificiales. Te mostramos enseguida el Lienzo CANVAS de su empresa:

Modelo de negocio CANVAS				
EMPRESA: "La Fresita"				
Producto: mermelada de fresa orgánica				
Socios clave/alianzas estratégicas	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Segmento de clientes
Proveedores – de materia prima, de maquinaria y equipo. Socios – alianzas con no competidores, Cooperación entre competidores, relación entre el comprador y el vendedor.	Orden y recepción de materia prima. Pesaje y pago de materia prima. Selección de fruta. Lavado de fruta. Picado de fruta. Cocinado de fruta. Empacado y envasado, sellado, etiquetado. Embalaje y almacenamiento. Comercialización y distribución de producto. Cobro de la venta de producto.	Mermeladas de fruta 100% de fresa orgánica, nutritiva, fuente de antioxidantes naturales y neuroprotectores. Sin aditivos o conservadores. Venta directa en tienditas de la esquina. Venta en tiendas virtuales que entregan el producto a domicilio.	Personales – cara a cara, por vía telefónica, servicio y atención al cliente. Automatizada – por Facebook (valoración de los clientes por comentarios y likes).	Clientes con estilo de vida saludable. Familias que consumen alimentos orgánicos saludables; libres de pesticidas, edulcorantes y químicos (segmento de mercado psicográfico). Padres de familia (mercado meta). Consumidores de postres dulces saludables que cuidan su consumo de azúcar, peso corporal y salud (nicho de mercado).
	Recursos clave	Presentación en envases de contenido diverso: 20, 100, 250, 500 y 1000 gamos. Marca tridimensional con envase en forma de fresa.	Canales de comunicación y distribución Canales de comunicación: Indirectos – tienda propia Directos – equipo comercial interno o sitio web, a través de atención telefónica y comercio y publicidad en línea, por medio de web y E-mail. Entrega directa a tiendas de abarrotes, restaurantes, pasteleros y amas de casa.	Consumidores con liquidez, pago en efectivo y tarjeta de crédito (segmento demográfico).
	Recursos físicos – materia prima: Fresas cultivadas de forma orgánica, Azúcar morena sin refinar, Agua, Clavo de olor, Jugo de limón. Envases de vidrio. Maquinaria y equipo: Lavadora de fresas, Picadora, Báscula, Recipientes diversos, Pala para mover la mezcla, Etiquetadora, Embalaje. Recursos intelectuales – registro de marca La fresita. Base de datos de clientes del nicho de mercado Recursos humanos – químico en alimentos, contador, operarios. Recursos financieros – activo en bancos, caja chica.		Canales de distribución: Puntos de venta con tiendas físicas. Venta directa Utilización camiones eléctricos para la venta local.	
Estructura de costos			Fuentes de ingresos	
Costos variables o directos: Materia prima, materiales directos (maquinaria y equipo), Sueldos y salarios, Costo fijo o indirecto: materiales indirectos, sueldos y honorarios, otros gastos (para el proceso de producción)			Venta al mayoreo. Venta al menudeo. Producto ofrecido: mermelada de fresas orgánicas.	



Bee Soldado:

Coloca las palabras clave que dan una visión global a tu proyecto de negocio en el siguiente lienzo CANVAS:

 8. Socios o aliados clave	 7. Actividades clave	 2. Propuesta de valor	 4. Relación con los clientes	 1. Segmento de mercado
	 6. Recursos clave		 3. Canales	
 9. Estructura de costos	 5. Fuente de ingresos			



Miel Bee:

Raúl de Anda y José Medina cofundadores del *Unreasonable Institute México*, creen que el emprendimiento es el vehículo que definirá el curso de la historia y que el éxito se define por cuánto das, no por cuanto recibes. Por este motivo, en la dinámica de establecer proyectos emprendedores se requiere mantenernos al tanto de las necesidades de la sociedad actual, a través de estructuras abiertas de innovación, producción y convivencia para poder ejercer nuestras características como emprendedores brindando soluciones a las necesidades actuales.



Bee Pecoreadora

Enjambre 2:

Nombre del alumno:

Nombre del Plantel:

Grupo: Fecha de Entrega:

Contesta las siguientes preguntas:

1. Para hacer posible la idea del proyecto y que aporte valor a la sociedad, es necesario contestar lo siguiente:

a.¿Qué tipo de productos voy a vender? _____

b.¿A qué tipo de clientes se pretende satisfacer? _____

c.¿Qué modelo de negocios me convendría utilizar para hacer posible mi idea?

d.¿En qué casos tendría que realizar un plan de negocios?

Los siguientes elementos forman parte de un Modelo de Negocio CANVAS de una chocolatería, Chocolate Arte Sano.

De los cuadros ubicados en la parte inferior al modelo, selecciona el correcto y conveniente para complementar cada uno de los módulos, previamente ya fueron realizados en el segmento de clientes y la propuesta de valor.





Socios clave -	Actividades clave	Propuesta de valor Chocolates artesanales finos elaborados con cacao de la región	Relación con los clientes	Segmento de clientes Personas que gustan de consumir chocolate artesanal fino
	Recursos clave	Variedad de formas y condimentos naturales Elaborados por personas de la región de cultivo Ventas para exportación	Canales de distribución y comunicación	Personas que gustan de regalar chocolate artesanal fino Empresas extranjeras que quieran vender chocolate artesanal fino mexicano Dulcerías Pastelerías Cafeterías

Estructura de costos	Fuente de ingresos

Proveedores, embajadas, empresas, medios de comunicación	Redes sociales, blog con información de la tienda "Chocolate Arte Sano", embajadas para establecer convenios, tienda en línea	
Atención al cliente, proceso del cacao con personal de la región de cultivo, empaquetado para venta local y para venta de exportación	Local de trabajo y venta, equipamiento de proceso de chocolate, mobiliario y decoración, equipos de cómputo. Proveedores de cacao, personal –pagos de salarios, gastos de funcionamiento– permisos, licencias, etc.	
Local, equipamiento, mobiliario y decoración, personal, equipos de cómputo, Proveedores de cacao	Promociones especiales por temporadas, atención personal, visita a su fábrica	Pago en línea, puntos de venta, pago en efectivo, pago con tarjetas de débito o crédito

ENJAMBRE

3



Dando a conocer mi empresa

Habrá dos tipos de negocios en el siglo XXI:
aquellos que est n en el internet y aquellos
que ya no existan.

Bill Gates



Enjambre 3: Dando a conocer mi empresa

Las abejas duermen un sueño soporoso durante la noche, que les ayuda a reducir su metabolismo, recuperar energías y conservar en la memoria los lugares visitados en días anteriores. La mayoría se adormecen dentro de la colmena y pocas lo hacen fuera.

Bee Reina:



Avanzamos. Ya progresamos en la elaboración del proyecto de empresa. Sin embargo, necesitas saber estrategias para dar a conocer el negocio, vender el producto o servicio, diseñar el prototipo y la forma en que puedes promocionarlo por medio de publicidad específica y los objetivos que persigan. Para llegar a los clientes potenciales, es indispensable elaborar un *stand* que exhiba el producto o servicio.

Aunado a ello, es importante que diseñes una campaña publicitaria y estrategia de ventas. Recuerda, el producto debe poseer una marca y logo que permita reconocerlo entre otros de su tipo.



Bee de Limpieza:

Competencias Genéricas:

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
 - 4.1 Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.
 - 4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
 - 5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.
 - 5.6 Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.

8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

8.1 Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.

Competencias Disciplinarias Básicas:

6. Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

7. Aplica principios y estrategias de administración y economía, de acuerdo con los objetivos y metas de su proyecto de vida.

Competencias Disciplinarias Extendidas:

7. Aplica principios y estrategias de administración y economía, de acuerdo con los objetivos y metas de su proyecto de vida.



Colmena 10: Marcas



Bee Zángano:

Nos introduciremos a esta colmena observando la siguiente imagen.



Responde a las siguientes preguntas:

¿Qué observas?

¿Alguno de los individuos de la imagen se distingue de los demás?

Si la respuesta es afirmativa ¿Qué lo hace diferente?



Bee Albañil:

En el ejercicio anterior encontraron características que hacen diferente al personaje vestido de rojo, la imagen proyecta lo que se conoce como marca.

La marca es una modalidad de la propiedad industrial. "Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado". (*Ley de Propiedad Industrial*, Citado en Jalife, 2014)

Desde el punto de vista de la mercadotecnia, el concepto es más que un signo distintivo, "es una suma de los esfuerzos de una empresa, vivencias de los clientes, el impacto emocional y la forma en que se coloca en una cultura determinada. Implica un grado de calidad y estatus social. Es la razón

por la que una compañía tiene éxito o fracasa" (Antúnez, 2014).

Se puede afirmar, entonces, que la marca no nace de la publicidad sino del modelo de negocios. Ello, en la medida en que la propuesta de valor esté acorde a las expectativas de los clientes y permita tener una experiencia memorable al otorgar un producto que satisfaga necesidad, calidad y precio.

En este momento definieron en qué consiste la propuesta de valor y quiénes serán sus clientes. En virtud de ello, pueden determinar la relación que guardarán con la marca.

Los tipos de marcas se clasifican de la siguiente manera:





Ya hemos hablado de los aspectos que se encuentran involucrados en la marca, sin embargo, como habrás notado, existe un elemento visual y conceptual que distingue a cada una y que permite diferenciarla e identificarla, a esto se le denomina logo; el cual es un sello equivalente a la firma.

El logo contribuye a la construcción del valor que distingue a la empresa en un aspecto de corroboración del nombre.

Finalmente se puede afirmar que lo que nutre la memoria del consumidor, es la experiencia de la marca, y el logo la certifica y da referencia práctica.

Pasos para realizar el logo de la marca



Consultado en: <https://es.wikihow.com/mandar-a-hacer-un-prototipo>

Bee Nodriz:



La pastelería “La abejita” lleva 10 años en el mercado ofreciendo productos de la más alta calidad, entre los cuales están los pasteles, gelatinas y galletas que venden, están hechos principalmente a base de frutas naturales, avena, amaranto, linaza y chía, utilizan como endulzante stevia natural. El diseño de su local es muy bonito y acogedor, donde cada producto tiene una presentación agradable y especial. Desde el momento que el cliente entra puede percibir un olor exquisito a pan o galletas caseras, mismas que puede degustar y disfrutar. Un exquisito café que como cortesía la empresa ofrece. En resumen puede decirse que la lealtad de los clientes se debe a que visitar “La abejita” constituye toda una experiencia de sabor y agradable ambiente.



<https://i.pinimg.com/originals/f2/d7/9d/f2d79d7f2e7ab7f9ab13ec6acf1ebcba.jpg>

¿Cuál es la marca de la empresa?
“La abejita”

¿A qué tipo de marca pertenece?

Es nominativa porque sólo implica palabras que designan a un producto o servicio, es decir, está compuesta por un sustantivo.

¿Cuál es la propuesta de valor en la que “La abejita” sustenta su marca?

- El uso de productos naturales y el bajo contenido de azúcar en sus productos.
- El ambiente casero y acogedor que el cliente percibe al entrar a la pastelería.
- El poder disfrutar ahí mismo el producto y la cortesía de café que ofrece la pastelería.

¿Cuál es su logo?

Un pastel decorado con abejas.

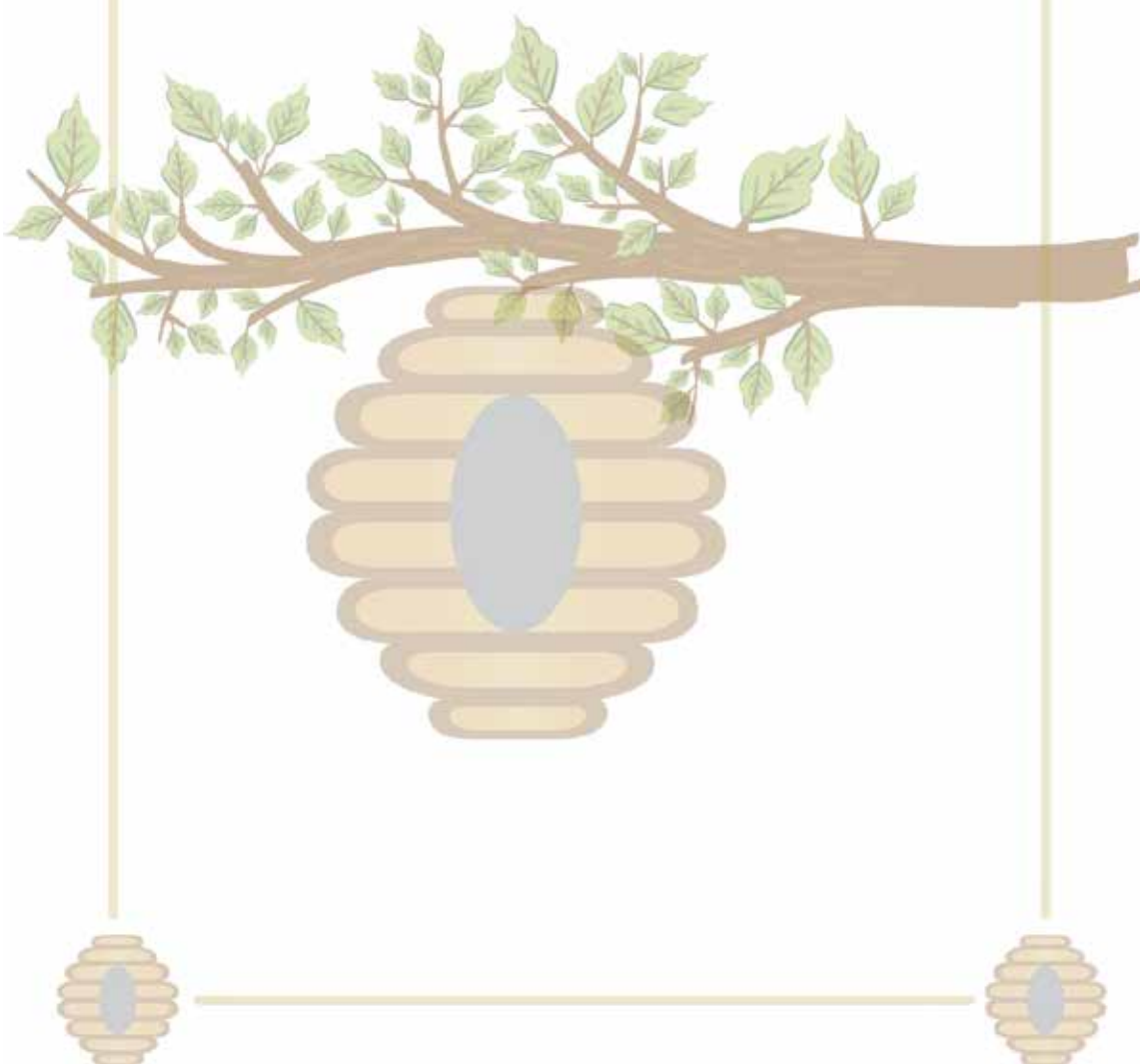
¿Cómo sustenta la marca?

Con la imagen visual de un pastel y la visualización de un producto natural. La propuesta de valor denota que los productos se elaboran con ingredientes naturales.



Bee Soldado:

Menciona elementos de valor que respaldarán la marca y elabora el logo de la empresa, de acuerdo al modelo de negocios que propones.



Miel Bee:

Para cerrar nuestra estancia dentro de esta colmena, te invitamos a ver el video *Marcas*, en <https://www.youtube.com/watch?v=ElilnK2-7rA> y *La importancia de tu marca*, en <https://www.youtube.com/watch?v=Q4w-fNgWwVw>

Colmena 11: Diseño y elaboración de prototipo

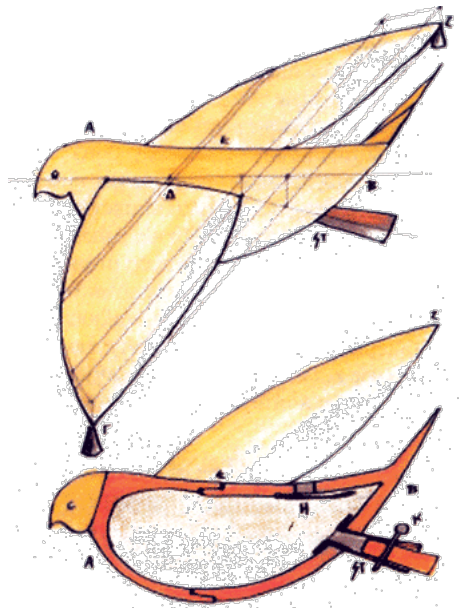


Bee Zángano:

Observa la siguiente imagen y responde las preguntas.

¿Sabes el nombre de la imagen?

¿Conoces a qué precedió?



Paloma de Arquitas



Bee Albañil:

En el año 1420, el ingeniero y médico Giovanni Fontana diseñó *La paloma de Arquitas*, un pájaro capaz de volar impulsado por un cohete oculto entre sus plumas artificiales. Se trató de un uso primitivo de la propulsión a reacción y fue un ingenio que causó gran sensación entre los espectadores de aquella época.



Aunque quedó en mero esfuerzo, y raro experimento, dentro de la historia de la aeronáutica, hoy tenemos constancia del suceso gracias a que las aspiraciones y sueños de Fontana fueron plasmados en dibujos y formulaciones teóricas que perviven en manuscritos.

Como se pueden dar cuenta, existieron diseños de artefactos más pesados que el aire impulsados por motores, previos a los aviones que conocemos. Para hacerlos realidad, sus inventores elaboraron prototipos de la idea con base en bosquejos y proyectos preconcebidos.

¿Qué es un prototipo?

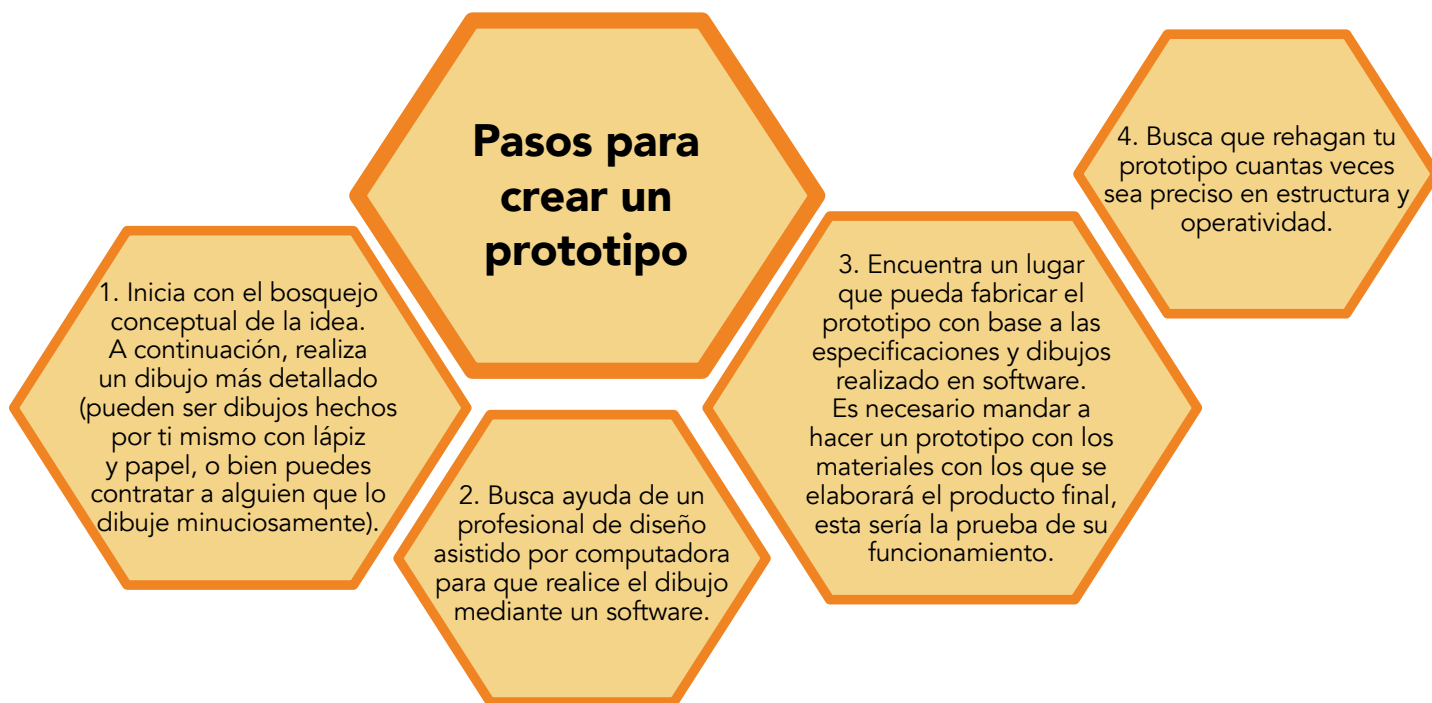
Es la visión preliminar del sistema futuro que se implantará. Se lleva a cabo a través de un modelo o molde de una figura, invento u otra cosa, que se utilizará como guía para realizar otras iguales en casos de producción en serie.

Finalidad de los prototipos

Diseñar un modelo del proyecto o idea en estado operativo para probar suposiciones formuladas por creadores, analistas y usuarios. El test que se lleva a cabo es reiterativo hasta que los usuarios quedan satisfechos. Los resultados determinan la mejora a realizar en el producto o servicio.

Durante la fase de prototipo se lleva a cabo un examen exhaustivo de las características, ideas, viabilidad, funcionalidad, rendimiento, y producción.

Hacer un modelo de tu idea de invención, negocio, producto o servicio, es un paso necesario antes de invertir recursos humanos, económicos o materiales en su producción.

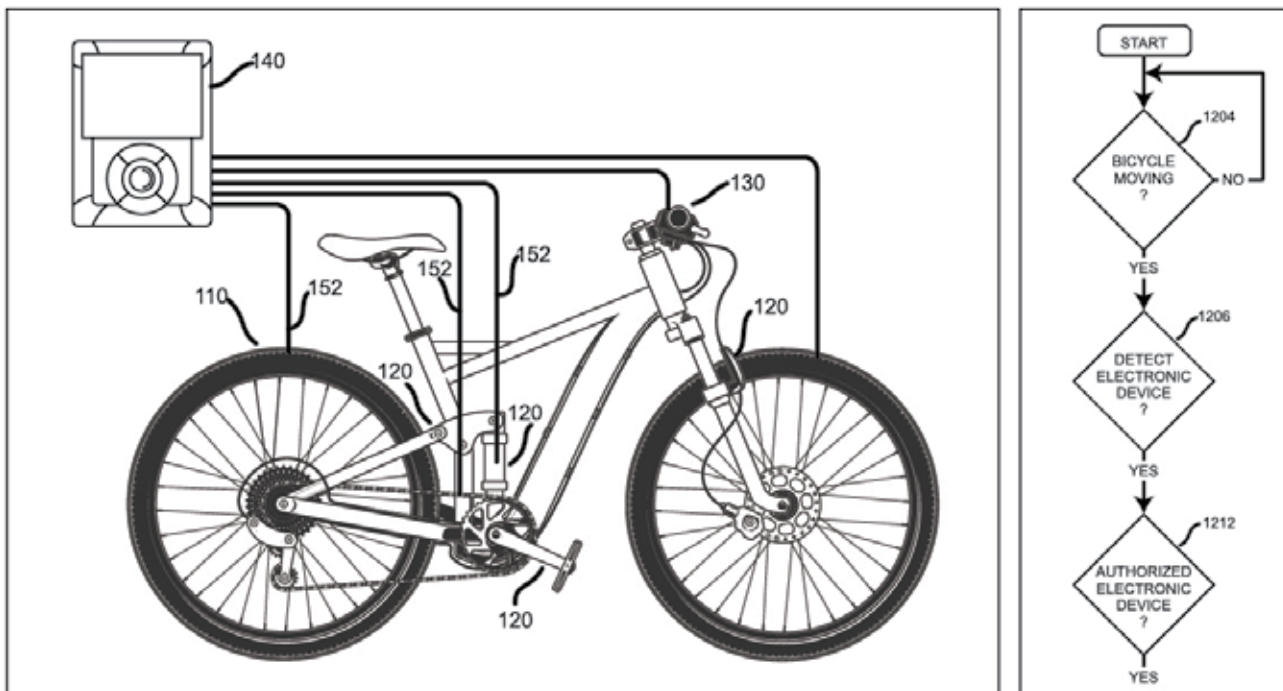




Bee Nodriz:

Presentamos un ejemplo de prototipo de una bicicleta eléctrica

INTRODUCING THE SMART BIKE

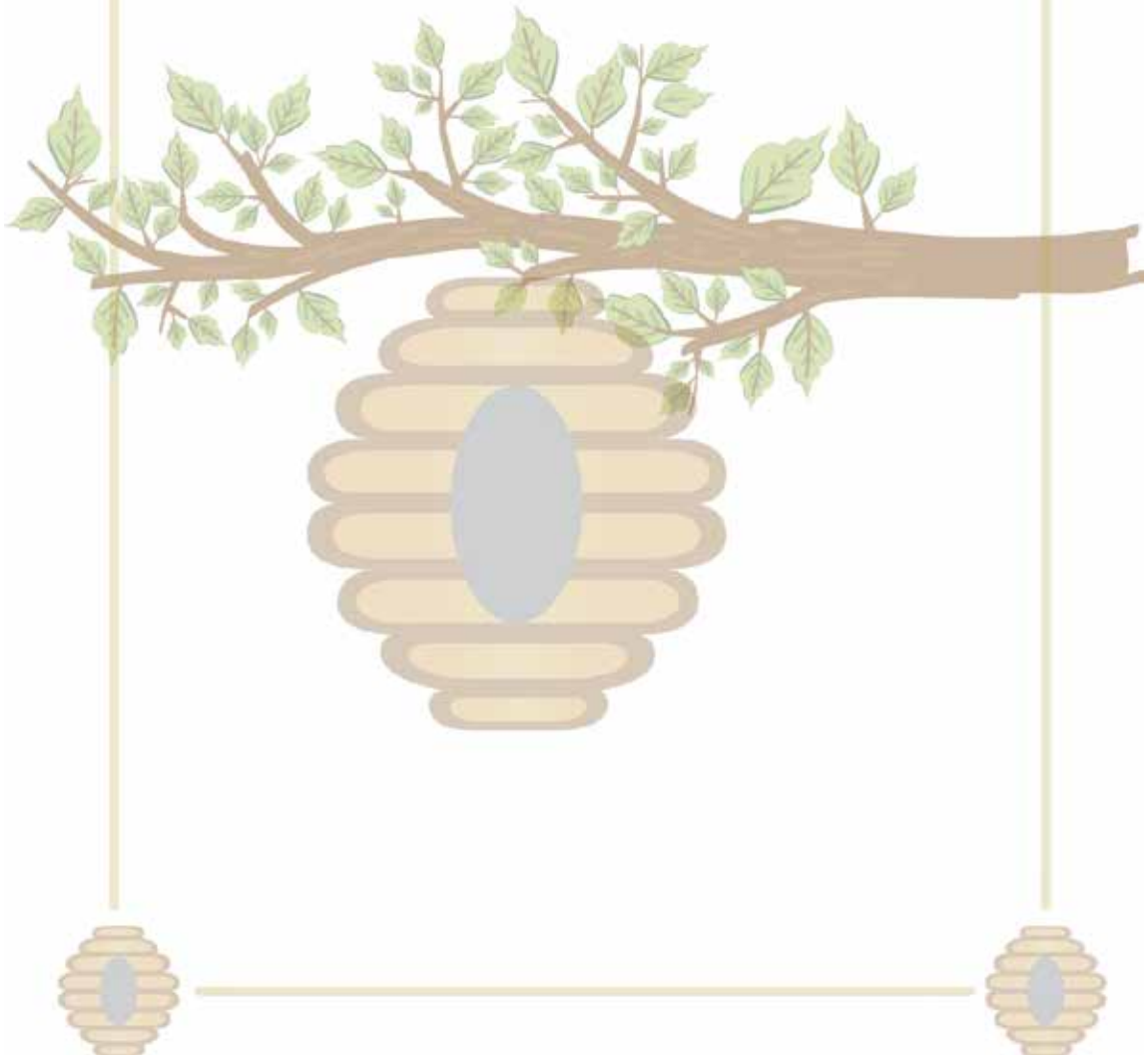


<https://i1.wp.com/hipertextual.com/files/2010/08/Apple-Smart-Bike.jpg?resize=670%2C413&ssl=1>



Bee Soldado:

Realiza el diseño de prototipo de tu proyecto de negocios.



Miel Bee:

Te invitamos a observar el *simulador de bicicletas eléctricas*
<https://www.youtube.com/watch?v=MlxsdwJsKA4>

Colmena 12: Plan de comercialización

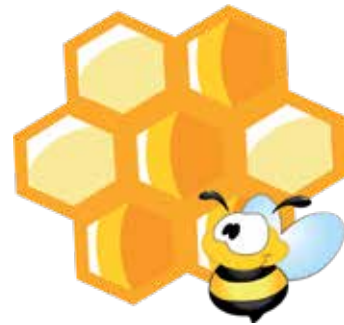


Bee Zángano:

Mal vendedor, ¿Yo?

Los pequeños y medianos empresarios suelen saber mucho de su producto o servicio: especificaciones, forma en que se construye, o para qué sirve. Ante los cuestionamientos de clientes usualmente responden con autoridad y conocimiento, sin embargo, no es suficiente.

Es un hecho que los productos y servicios, por más alta calidad y buen precio que posean, no se venden solos. También la oferta y variedad de productos es extensa, lo cual redundo en que el comprador es quien tiene la última palabra sobre el consumo y no el producto. Además, hay artículos que son muy semejantes entre sí, lo que dificulta la labor del vendedor para una venta exitosa.



¿Qué pasa si no planeas tu venta?

Lejos de vender de manera sofisticada, concentrarás esfuerzos en la venta tradicional, es decir, centrada en el producto y no en el cliente, negociarás a corto plazo y no crearás relaciones a largo plazo que te permitan conservar clientes.

Es importante tomar conciencia de la planeación. La empresa debe crear un área dedicada exclusivamente a ventas, tener vendedores capacitados y profesionales alineados con las metas de la empresa, y sistematizar la información de ventas, como un activo de la compañía y no solo del vendedor.



Bee Albañil:

El proceso que has seguido hasta este momento te permite contar con la idea de negocio CANVAS, crear o diseñar un prototipo del bien o servicio que elegiste y asignarle marca propia. ¿Cuánto tiempo te llevó? ¿Será el mismo tiempo que tarda la abeja para elaborar un litro de miel?

Recuerda, el producto es el punto final de la oferta a un mercado meta, o segmento de clientes, con intención de satisfacer sus deseos, necesidades o gustos. Puede ser un bien (tangibles), un servicio (intangibles) o una idea, para que esto se pueda llevar a cabo, es necesario contar con un producto terminado.

Ten en cuenta, además, que para lograr metas de venta es indispensable contar con una estrategia comercial, o Plan de Ventas, que describa actividades específicas a realizar como son el diseño de campañas de publicidad y promoción.

Finalmente, considera en la estrategia que si bien el consumidor identifica el producto por atributos tangibles como son el empaque, color, precio, calidad y marca, también lo hace pensando en el valor que significa adquirir el bien o servicio.

Ahora, piensa en aspectos que favorezcan la estrategia de venta del producto o servicio que tienes en mente. Considera necesidades y deseos del mercado consumidor.

¿Te das cuenta? Estamos a punto de precisar los elementos que intervienen en el plan comercial.

Plan de comercialización

Es la fase del Plan de Negocio donde se concretan objetivos de ventas cuantificándolos en un presupuesto y se especifica cómo lograrlos. Requiere acciones determinadas para que el producto llegue al consumidor en tiempo y forma.

Los canales de distribución permiten establecer rutas que sigue el producto desde el fabricante hasta el consumidor final. Sin embargo, tales recorridos pasan en ocasiones por intermediarios que provocan un incremento especulativo en el valor del producto para obtener porcentajes de ganancia.

Los contenidos del Plan de Comercialización obedecerán a las condiciones de la organización. Una empresa, por ejemplo, situada en un ramo económico, industrial o de servicio fuertemente competitivo tendrá que evaluar las características de sus rivales en apartado anexo. Por otra parte, si el caso es de una empresa que domine el sector, incluirá la misma valoración como parte del análisis de situación. Cabe mencionar que algunas organizaciones incluyen planes alternos, o de contingencia, y otras no lo hacen.

Para desarrollar un buen plan se requiere considerar plazos temporales (de 6 meses como mínimo a un máximo de 5 años). Se puede iniciar por un año, realizando tres revisiones durante el plazo.

En la redacción del Plan Comercial usualmente se incluyen secciones y apartados dependiendo de la naturaleza del proyecto, ya sea de bienes o servicios, con los siguientes elementos:

Resumen ejecutivo, Análisis de la situación (Historial comercial), Objetivos, Estrategias, Tácticas, Plan de marketing MKT, Planes de acción, Proyecciones financieras, Procedimientos de evaluación (Stanton, 1995).

El apartado del Plan de Comercialización con mayor utilidad para llevar a cabo la venta del producto o servicio es el de mercadotecnia, donde se intercambian bienes y servicios a través de una relación entre vendedor y comprador.

Es determinante para el éxito del producto promoverlo con el potencial consumidor; si no se da a conocer, no se adquirirá. Nos apoyaremos, en esta etapa, en aspectos relevantes de la mercadotecnia que permitirán cumplir objetivos al utilizar diversas estrategias, como es el caso del Plan de Marketing.

El Plan de Marketing contiene acciones y elementos que permitirán alcanzar resultados establecidos en el

Plan Comercial. Involucra a las áreas comerciales al ocuparse de analizar la competitividad en el mercado.

La American Marketing Association (AMA), define al Marketing como “el proceso de planear y ejecutar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”. Lo que activa el interés del empresario para identificar los procesos de intercambio que permitan llegar al consumidor y satisfacer tanto demandas como deseos. Lograr, finalmente, una operación de compra – venta, considerando el entorno competitivo.

En tal sentido, podemos observar que el marketing trata sencillamente del cliente; empresa o persona, como principio general de la actividad económica. (Adan y González, 2015)

La mezcla de mercadotecnia también denominada marketing mix, ha relacionado a la empresa con las 4P: el producto, el precio, la plaza y la promoción hacia el bien o servicio que se ofrece al cliente potencial o consumidor final, situando al producto en el centro de los procesos de comercialización. Actualmente, este modelo se ha ampliado por Robert F. Lauterborn a las 4 C: cliente o consumidor, costo al cliente o comercialización, conveniencia y comunicación, ubicando al Cliente en el eje principal, prestando importancia a los trabajadores, accionistas, proveedores, acreedores, etc. Es el nuevo modelo de las 4C del marketing mix que enfatiza la orientación de la empresa hacia el cliente.

Sin embargo, es conveniente considerar que los modelos 4Ps y 4Cs son complementarios.



Evolución de la mezcla de Mercadotecnia de "4P" a "4C"



Tomado de <https://miguelangeltrabado.es/marketing-mix-4-cs/>

<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/3/1346.pdf>

Bien, en este momento ya que tienes el producto, sabes en qué precio y dónde venderlo, ahora es necesario saber qué promociones ofrecer, ahora requieres generar una Campaña Publicitaria, definida como el conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer a través de anuncios distintos, pero relacionados, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado. Es un plan a corto plazo, por lo general un año o menos.

En la planeación de las actividades, para armar tu campaña publicitaria, es importante que consideres algunos aspectos:

Publicidad

La publicidad es un elemento de la comunicación que tiene como objetivo crear impacto directo sobre el cliente a fin de que conozca y adquiera un producto, servicio, o idea. Su intención es captar la atención del potencial consumidor para incrementar las ventas, se realiza a través de un mensaje específico transmitido por páginas web, blogs, redes sociales, radio, televisión, anuncios, carteles, periódicos, o volantes.



Comunicación

La publicidad como proceso de comunicación

En el proceso de publicidad, es importante que el receptor (cliente) decodifique correctamente el mensaje transmitido. Una comunicación escrita en la actividad mercantil transmite la imagen de la empresa, por lo que debe cuidarse su presentación y el lenguaje. (Sance, 2015)

La comunicación oral para que sea eficaz deber ser:

- Cortés: saludar y despedirse con educación.
- Claro: con expresiones claras para que el receptor pueda captar correctamente.
- Cercano: utilizar un lenguaje en primera persona que sea cómodo para el receptor.
- Breve y preciso: no hablar más que lo necesario e intentar ser franco y concreto.
- La mirada: debe ser sincera y orientada a los ojos del interlocutor.
- El tono de voz y los gestos: deben servir de apoyo a nuestras palabras.

En el mensaje, el lenguaje escrito tiene tres principios:

- Claridad: no debe ofrecer dudas sobre el significado.
- Concisión: breve y directo, frases cortas y párrafos breves.
- Sencillez: explicar con precisión, sin frases complejas.



La promoción

Se establece con la posibilidad de atraer nuevos clientes potenciales y conservar la fidelidad del consumidor que ya conoce el producto. Las campañas promocionales solucionan algunas necesidades de las empresas como dar a conocer nuevos productos y favorecer su introducción en el mercado, así como facilitar la salida de almacenamientos acumulados por escases de demanda o permitir al cliente conocer la diferencia del producto en la competencia.



Muestra publicitaria o Merchandising

Es un tipo de promoción comercial gratuito. Son "muestras" que las empresas obsequian a fin de dar a conocer sus productos, esperando que el cliente potencial recuerde el producto en consumos posteriores. En ocasiones las muestras gratuitas son enviadas a los domicilios de los clientes, intentando que lo recomiende a familiares o vecinos.

Diseño de stand

El contacto con los clientes es la estrategia más efectiva de ventas. Donde haya un evento o feria comercial el empresario o negociante debe estar presente con su producto. Destacando y llamando la atención a través de la imagen, por medio de un stand.

El stand es un espacio identificativo de cada empresa en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales, dentro de un mercado o feria, para la exposición o venta de productos.

El propósito principal de un stand en una feria es ayudar en la estrategia comercial de la empresa, así como optimizar las comunicaciones verbales y visuales con los transeúntes, mediante la creación de un ambiente atractivo. Considerando siempre que, la imagen exterior se asocia de forma instantánea e inconsciente con lo que se hace y cómo se hace, por lo tanto, hay que destacar.

Pasos para el diseño de un stand:

1. Ubícate estratégicamente.
2. Elige el tipo de stand.
3. Verifica las instalaciones.
4. Arma tu stand.
5. Genera espacios abiertos.
6. La atención del stand.
7. Comunicar lo esencial.
8. Mostrar más que contar.
9. Opta por la novedad y creatividad.
10. Lleva los materiales necesarios.

Claves para que el diseño de un stand funcione:

1. Establecer objetivos de la feria para el diseño de stand.
2. Diseño de stand para público objetivo.
3. Aprovechamiento del espacio del stand de feria.
4. El diseño del stand y los textos.
5. Gráficos e imágenes en tu stand.
6. Iluminación del stand.
7. El diseño del stand y los materiales constructivos.



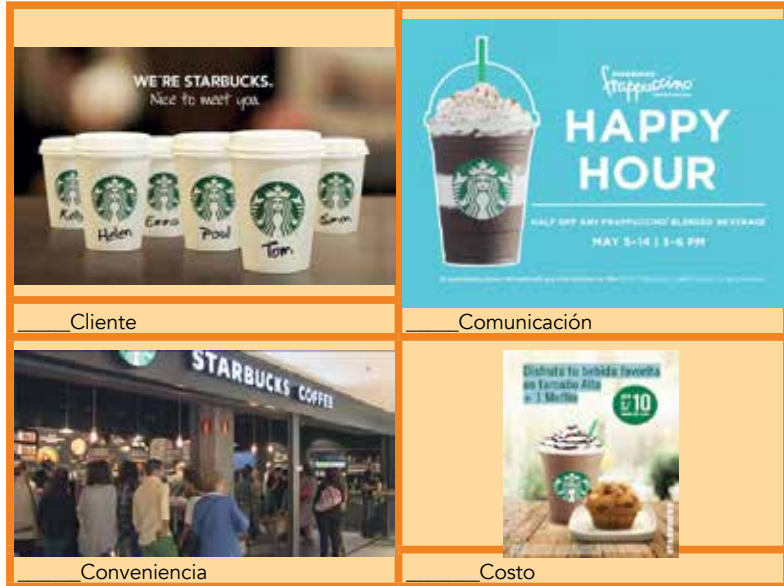
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/f/f6/Embedded_World%2C_Microchip_21.jpg/1200px-Embedded_World%2C_Microchip_21.jpg

Indiscutiblemente, un stand debe reflejar fielmente la filosofía e imagen corporativa, constituyendo un entorno agradable, interesante, llamativo y de impacto visual.



Bee Nodriz:

En las siguientes imágenes te mostramos las cuatro C de Starbucks:



Bee Soldado:

Conozcamos los avances en la mezcla de la mercadotecnia de tu proyecto de negocio:

Haz una descripción de tu producto _____

Describe cuál será el precio que fijarás para él _____

¿Cuál será la plaza en donde lo ubicarás y cómo lo distribuirás? _____

¿Qué tipo de promociones pretendes realizar para la venta de tu producto? _____

Elabora una campaña publicitaria para tu producto que incluya un tríptico, un video comercial y el diseño de stand.



Miel Bee:

Observa el video de la mezcla de la mercadotecnia en el siguiente sitio:
<https://www.youtube.com/watch?v=CGyb5X3Jc9g>

Colmena 13: Estrategia de venta

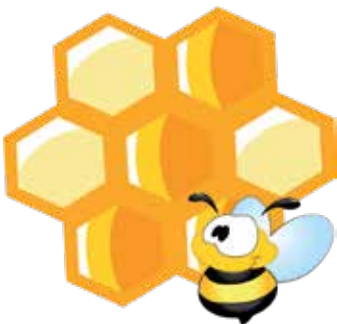


Bee Zángano:

Un vendedor ambulante
ofrece un reloj a un hombre:
- Pero, ¿qué tal es el reloj?
- Es de primera calidad,
imagínese
- ¿Y qué marca?
- Pues las horas...
¡como todos!



<http://yalose.net/upload/media/entries/2016-08/09/11836-1-aa61e9d6848092d6708724715e1bb23c.jpg>



¿Qué características tiene el vendedor de la imagen?

¿Lo consideras un buen vendedor?

¿Para ti cómo sería un excelente vendedor?

¿Qué tiene que hacer un vendedor para captar clientes?



Bee Albañil:

Para iniciar el proceso de venta surge esta pregunta: ¿Por qué la gente compra? Marca la respuesta correcta.

- Como reacción a un estado de ánimo.
- Por pertenecer y ser aceptado en un grupo de personas.
- Porque el vendedor tiene la habilidad de identificar las necesidades de su cliente.
- Por las características, ventajas y beneficios de sus productos.
- Por temor y necesidad de adquirir seguridad.
- Para pasar de un estado de insatisfacción a otro de mayor satisfacción.

Qué son las ventas.

Vender es intercambiar un bien o servicio por un precio establecido, con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo de una empresa y por otro, en la satisfacción del cliente.

La venta consiste en convencer a una persona respecto a las cualidades, características y beneficios de un producto o servicio. De manera tal, que la persona acceda a realizar voluntariamente la entrega de una determinada cantidad de dinero para lograr la posesión o uso de producto o servicios, al cual tiende a satisfacer sus necesidades.

Estrategia de venta:

Es la forma en la que se oferta el producto para atraer clientes. Una estrategia utilizada es la diferenciación, la cual consiste en marcar detalles en el empaque, en el precio, en las facilidades para adquirirlo, o en la ubicación del negocio. Te puedes enfocar en dar un toque personal al negocio para atraer clientes, a través de tu forma de ser, color, olor y sabor de la tienda, con los aspectos objetivos y subjetivos que se manifiestan en el trato al cliente, en el servicio de postventa, en la asesoría que le puedas dar al cliente e incluso una sonrisa o el servicio a domicilio.

Recuerda, existen dos estrategias de ventas:

Estrategia de ventas directa

En este tipo de estrategia se tiene contacto personal con el cliente, se realiza en función de sus necesidades, anhelos, etc.

Tipos de estrategias:

Por internet. La venta puede ser a través de la comercialización por e-mail, en un sitio web o sin un propio sitio. Ejemplos: Amazon, librería Gandhi.

Persona a persona. Se realiza en centros de trabajo, domicilio del cliente, cafeterías. Se apoya de folletos para facilitar la explicación o demostración del producto.

Reunión en grupo. Estrategia en la que se reúne a posibles compradores en el domicilio de un anfitrión, quien ofrece y realiza la demostración del producto; basada en un folleto soporte. El anfitrión normalmente recibe un premio o incentivo por cada recomendación y compra. Ejemplo: Royal Prestige.

Beneficio de la estrategia. Se tiene un alto grado de influencia en el cliente y se conoce acerca del producto o servicio debido a la comunicación directa.

Estrategia de ventas indirecta

En este tipo de estrategia no se tiene contacto directo con el cliente, la venta se realiza a través de un intermediario.

El intermediario puede ser un distribuidor, un organismo o un encargado de ventas; son utilizados canales de distribución como mayoristas, detallistas, comisionistas, distribuidores, para hacer llegar el producto.

Ejemplo: Avon o cualquier producto en el supermercado.

Beneficio de la estrategia. Se puede ampliar el alcance geográfico sin tener que contratar a representantes de ventas.



Bee Nodriz:

Revisa la estrategia de ventas con el siguiente negocio.

Una persona comenta que tiene dos tiendas a la misma distancia para realizar compras. Sin embargo, prefiere el negocio de "Don Paco" ya que todo "está siempre bien acomodado, siempre atiende con una sonrisa, ofrece un servicio rápido, abre temprano, cierra tarde y se encuentra todo lo que uno necesita".

¿Cuál es la estrategia de ventas de "Don Paco"?

- Buena presentación de su negocio
- Trato amable
- Horarios accesibles
- Servicio rápido
- Variedad de productos



Bee Soldado:

¿Qué estrategias de ventas propones para tu negocio?





Miel Bee:



¿Sabes cuáles son los errores más comunes en el proceso de venta?

- 1 Interrumpir a tus clientes
- 2 No haberles investigado antes
- 3 No escucharles
- 4 Ser demasiado agresivo



Bee Pecoreadora

Enjambre 3:

Nombre del alumno: _____

Nombre del Plantel: _____

Grupo: _____ Fecha de Entrega: _____

Contesta las preguntas acerca de la empresa de la manzana mordida.

(Pineda, 2014, 26,28)



Su distintivo: diseño y fabricación de productos agradables, que amalgaman lo mejor de software y hardware, capaces de encajar perfectamente en la vida y los bolsillos de la gente. Es esa promesa que aún conduce el amor de Apple y el fanatismo. Innovaciones como iCloud ayudan a la gente a mantener sus datos, fotos y música sincronizados entre varios dispositivos y muestran que la compañía sigue centrada en su consigna fundamental: diseño de productos que mejoren las vidas de los usuarios. Sus tiendas son ese espacio donde el universo creado por la marca encuentra el modo estéticamente apropiado para comunicarse.

¿Cuál es la marca de esta empresa?

¿A qué tipo de marca pertenece?

¿Cuál es la propuesta de valor en la que esta empresa sustenta su marca?

¿Cuál es su logo?

¿De acuerdo al logo que representa esta empresa cómo sustenta esta marca?





Llegó el momento de trabajar con imaginación.
De la siguiente idea de negocio bosqueja un prototipo.

Juan y Rogelio tienen en mente diseñar vasos portátiles de plástico para evitar accidentes. El proyecto cuenta con diseños atractivos y la idea de contenedores no “engorrosos” al momento de su transportación.

Responde y valora tu avance.

¿Qué diferencia hay entre un plan de comercialización y un plan de mercadotecnia?

¿Cuál es la importancia de la mezcla de la mercadotecnia para dar a conocer tu producto o servicio?

Menciona una ventaja de cada una de las 4P.

¿Cómo realizarías el diseño de tu stand y en dónde lo ubicarías para dar a conocer tu producto o servicio?

Instrucciones: investiga la estrategia de venta según el comentario siguiente:

Una investigación realizada por Nacional Financiera sobre el por qué la gente prefiere comprar en las tiendas OXXO en lugar de la “tienda de la esquina” a pesar de que sabían que los precios eran más altos.

¿Cuáles son los resultados que arrojó la investigación?

¿Cuál es la estrategia de ventas de OXXO?

¿Cuál es la estrategia de ventas de la “tienda de la esquina”?

ENJAMBRE

4



Alternativas para mi empresa

El pesimista ve el vaso medio vacío,
el optimista ve el vaso lleno y
el emprendedor va en búsqueda
de más agua.



Enjambre 4: Alternativas para mi empresa

Echemos un vistazo:

Una colmena puede polinizar 250 mil flores, más del 70 por ciento de las especies que abastecen el 90 por ciento de los alimentos del mundo.

Bee Reina:



En el Enjambre 2 aprendiste a desarrollar el modelo de negocios, mientras que en el Enjambre 3 la forma en que puedes dar a conocer tu propuesta empresarial a diversos segmentos de clientes.

Seguramente te preguntarás ¿Qué más requiero para poner a funcionar una empresa? La respuesta es que hay diversas alternativas a considerar para cristalizar la idea. Y, precisamente, de ellas nos ocuparemos en el presente enjambre.

En primer lugar, si tu propuesta es un invento original, debes saber la forma en que puedes registrar la marca de empresa y protegerlo de un posible plagio. Para ello, el primer tema que desarrollaremos es el de patentes, donde se hará mención de la dependencia gubernamental a la que debes acudir y los trámites requeridos.

Por otra parte, es necesario mencionar que para que tu producto logre un posicionamiento en el segmento de clientes deseado, es indispensable todo un proceso que puede llegar a ser muy prolongado. Sin embargo, hay una manera de abreviar el trayecto, mediante la adquisición de una franquicia. El tema dos de este apartado tendrá la intención de explicarte en qué consiste tal modalidad de negocio y cuáles son sus variantes.

¿Dónde obtener financiamiento para poner a funcionar la empresa? es una de las principales interrogantes planteadas por los emprendedores que inician, en muchos casos es la limitante fundamental por la que los proyectos no lleguen a concretarse. Si bien es cierto que la primera fuente de financiamiento de carácter interno es la aportación de los socios, también existen fuentes externas a las que puedes acudir, de ellas nos ocuparemos en el tema tres.

Finalmente, plantearemos, a partir de las diversas alternativas que se te presentan para poner a funcionar tu empresa, aquella que más te convenga implementar en una planeación estratégica y toma de decisiones, lo cual habremos de considerar en el tema cuatro.



Bee de Limpieza:

Competencias Genéricas:

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.

4.1 Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.

- 4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
- 5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
 - 5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.
 - 5.3 Identifica los sistemas y reglas o principios medulares que subyacen a una serie de fenómenos.
 - 5.6 Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.
- 7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.
 - 7.2 Identifica las actividades que le resultan de menor y mayor interés y dificultad, reconociendo y controlando sus reacciones frente a retos y obstáculos.
- 8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
 - 8.1 Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.

Competencias Disciplinarias Básicas:

- 6. Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

Competencias Disciplinarias Extendidas:

- 1. Asume un comportamiento ético sustentado en principios de filosofía, para el ejercicio de sus derechos y obligaciones en diferentes escenarios sociales.
- 3. Propone soluciones a problemas de su entorno con una actitud crítica y reflexiva, creando conciencia de la importancia que tiene el equilibrio en la relación ser humano - naturaleza.
- 7. Aplica principios y estrategias de administración y economía, de acuerdo con los objetivos y metas de su proyecto de vida.



Colmena 14: Patente



Bee Zángano:

Inicia la colmena con la siguiente frase:

**Si vas a ser original...
prepárate para ser
copiado**

¿Qué significa ser original?

¿Qué consideras que los demás podrían copiarte?

¿Puedes evitar que te copien?



Bee Albañil:

¿Sabías que existe una manera para que no te copien, ni se apropien de tus ideas originales? ¿Habías oído hablar de la propiedad industrial?

En el enjambre dos elaboraste una propuesta de valor. Es muy probable que se sustente en una invención tuya, por tal motivo te daremos a conocer las formas en que puedes proteger tus ideas innovadoras. Antes de conocer los aspectos relevantes sobre patentes, veamos las preguntas más comunes sobre el tema.

¿Qué es la propiedad intelectual?

Es un conjunto de derechos patrimoniales de carácter exclusivo que otorga el Estado por un tiempo determinado a personas físicas o morales, mismas que llevan a cabo creaciones artísticas o que realizan invenciones e innovaciones susceptibles de ser objetos de comercio.

La propiedad intelectual se clasifica en:

Propiedad industrial	Invenciones, signos distintivos
Derechos de autor	Obras autorales que pueden ser: literarias, musicales, plásticas, artísticas, cinematográficas y otras obras que incluyen: programas de cómputo (software y bases de datos), audiovisuales, símbolos patrios, expresiones culturales y populares
Derecho de obtentor	Variedades vegetales, mejoramiento de semillas

(Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología, s.f.)

Por lo general, la mayor parte de proyectos de negocios se inscribe en el apartado de invenciones o signos distintivos.

¿Qué es la propiedad industrial?

Es el derecho exclusivo que otorga el Estado para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones que realizan individuos o empresas para distinguir sus productos o servicios en el mercado.

Este derecho otorga a su titular la facultad de excluir a otros del uso o explotación comercial del mismo si no cuenta con su autorización.



¿A dónde puedo acudir para registrar mi invento?

Existen leyes, reglamentos, decretos y ordenamientos administrativos que el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) aplica con el propósito de proteger las invenciones e innovaciones, indicaciones comerciales a través de patentes, registros de modelos de utilidad y diseños industriales (dibujos y modelos), así como los esquemas de trazado de circuitos integrados, registro de marcas, avisos comerciales y publicaciones de nombres comerciales, incluidas las denominaciones de origen.

¿Cómo se protege una invención?

Existen diferentes formas de proteger una invención mediante el registro de: patentes, modelos de utilidad, diseños industriales (dibujos y modelos industriales), esquema de trazado de circuitos integrados, secretos industriales.

¿Qué es patente, modelos de utilidad, diseños industriales, esquema de trazado de circuitos integrados y secretos industriales?

Patente. Es el privilegio que concede el Estado a una persona física o moral para utilizar en forma exclusiva y durante 20 años una invención (producto o proceso) que haya sido desarrollado por dicha persona.

Modelo de utilidad. Son los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presentan una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su uso.

Diseño industrial. Cualquier dibujo o forma para decorar un producto a fin de darle una apariencia o imagen propia. Debe ser novedoso, de creación independiente y que difiera en grado significativo de diseños conocidos y de explotación industrial; que sea utilizado o producido en la industria. Sus modalidades son:

a) Dibujo industrial: Si el diseño es bidimensional y se refiere a toda combinación de figuras, líneas o colores que se incorporan a un producto industrial.

b) Modelo industrial: Si el diseño es de forma tridimensional y sirve de patrón para la fabricación de un producto.

Esquema de trazado de circuitos integrados. Protección del diseño a efecto de tener la exclusividad en la

explotación comercial. El trazado de circuitos integrados es susceptible de ser protegido por patente siempre y cuando cumpla con los requisitos de patentabilidad.

Secreto industrial. Toda información de aplicación industrial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial que signifique obtener una ventaja competitiva o económica y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma. La información confidencial deberá constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros.

Ahora que tus dudas con respecto a qué es una patente han sido resueltas, es momento de hacer un ejercicio práctico a partir de las siguientes preguntas: ¿Cuál es el primer paso que debes dar para registrar tu patente? ¿Qué procedimiento debes seguir? A continuación, podrás conocer la ruta para patentar un invento ante el IMPI.



Bee Nodriz:

Ana Sofía y Montserrat desarrollaron la idea de una rodillera ortopédica de silicona que podrá ser utilizada por deportistas, bailarines, adultos mayores y personas que sufrieron alguna lesión. La función de las rodilleras es proteger, en caso de caídas o golpes, y evitar movimientos innecesarios y perjudiciales.



Existen en el mercado otros tipos de rodilleras como las mecánicas y las de neopreno. Sin embargo, pueden ser incómodas porque limitan los movimientos laterales de las rodillas y las órtesis son muy rígidas, poco prácticas y de costo elevado.

La rodillera que Ana Sofía y Monserrat crearon está hecha a base de silicona que ofrece un fácil movimiento de las piernas, ayuda a la curación de lesiones y evita movimientos innecesarios y perjudiciales que pueden empeorarla. Reducen el alcance de la lesión, brindan confianza al deportista o a la persona que las utilice y ayudan a cicatrizar en caso de intervención quirúrgica.

El material con el cual han ideado el proyecto está constituido por una serie de átomos de silicio y oxígeno alternados, resistente a temperaturas extremas (-60 a 250 grados centígrados), resistente a la intemperie, el ozono, la radiación y la humedad. Excelente resistencia al fuego, capacidad de repeler el agua y formar juntas de estanqueidad, aunque las siliconas no son hidrófobas.

La rodillera ofrece comodidad, al ser moldeable y flexible, se adapta a la forma de las rodillas de las personas, evitando molestias al caminar o realizar otra actividad. La silicona es antibacterial, repele el agua evitando el sudor y el mal olor que se puede presentar.



La rodillera ofrece diferentes niveles de presión: baja, media y alta, dependiendo de las necesidades del usuario.

Ana Sofía y Monserrat, desean proteger su producto de un posible plagio, para ello deben resolver las siguientes preguntas.

¿En cuál de las modalidades de propiedad industrial se ubica su producto?
La respuesta es: en un modelo de utilidad, debido a que las rodilleras ya existen, pero se realizó una modificación, misma que ofrece diversas ventajas.

¿A qué institución deben acudir para realizar los trámites de registro de su rodillera?
Al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)

¿Por qué su rodillera no fue registrada como patente?
Porque no cumple con el requisito de novedad, ya que las rodilleras existen y únicamente hicieron una modificación.

Aceite De Silicona Puro Usa Dow Corning 200-300 Cts 1 Litro – IDSA

Tomado de www.idsaperu.com/.../aceite-de-silicona-puro-usa-dow-corning-200-300-cts-1-litro/



Bee Soldado:

Para proteger tu idea de emprendimiento ¿bajo qué modalidad de la propiedad industrial lo tienes que registrar?

Miel Bee:

Te invitamos a ver el documental *El mejor ingeniero del mundo "Nikola Tesla"*, comenta con tus compañeros de equipo sobre la importancia de registrar una patente.



Colmena 15: Franquicias



Bee Zángano:

Mira con atención la siguiente imagen para iniciar el trabajo dentro de la siguiente colmena.



<https://i.pinimg.com/originals/5c/43/ba/5c43ba4ff52f6305696e28a51c41ee21.jpg>

Responde después de observar la imagen.

¿Por qué los dos puestos tienen el mismo nombre?

¿Por qué venden los mismos productos?

¿A qué se debe que la presentación de los dos negocios sea la misma?

Los negocios llevan el mismo nombre, tienen la misma presentación y venden lo mismo, aunque como se menciona en la imagen se abrió una franquicia, ¿Qué es una franquicia?



Bee Albañil:

La franquicia se conceptualiza como modalidad de negocio que se lleva a cabo mediante un acuerdo comercial y financiero entre una empresa, concesionario, que mediante contrato cede sus derechos para que otra, la franquiciada, utilice y explote su formato de negocios a cambio del pago de regalías. (Silva, 2008: 120)

La Ley de Propiedad Industrial establece que: "Existirá franquicia, cuando con la licencia del uso de la marca, otorgada por escrito se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue".
(Citado en Jalife, 2014)

Con base en lo anterior podrás darte cuenta que una franquicia es mucho más que el uso del nombre

de la marca. Implica otros aspectos de carácter técnico, administrativo y comercial encaminados a mantener un estándar entre todos los bienes o servicios que porten esa marca.

Para lograr la homogeneización a la que se refiere la Ley de Propiedad Industrial, el concesionario debe documentar lo que se denomina: formato de negocio, el cual contiene los conocimientos tácito (está en la memoria del emprendedor gestor y de sus colaboradores de acuerdo a la experiencia) y explícito (es el documentado en los manuales de operación de la empresa), inscritos mediante la construcción de un paquete de características documentadas, que permiten al nuevo emprendedor replicar exactamente el negocio que produjo el éxito de su gestor.

Ahora que ya sabes lo que es una franquicia, te preguntarán ¿Qué beneficios trae consigo celebrar un contrato de franquicia? La respuesta es que tanto para el franquiciado como para el concesionario acarrea ventajas que a continuación te mencionamos.

Ventajas de las franquicias

Para el franquiciado

Rápida obtención de experiencia en el negocio

Soporte técnico y comercial permanente

Acceso a un mercado potencial

Independencia

Rápido crecimiento

Para el concesionario

Posibilidad de crecimiento

Diversificación del riesgo

Mantenimiento de una misma imagen comercial

No se generan relaciones laborales

Tipos de franquicias

Existe una gran variedad de franquicias, lo cual está determinado por el tipo de contrato que se utilice, el perfil del público al que va dirigido y a la capacidad de inversión que posee cada persona. Por consiguiente, si está en tus planes iniciar un negocio bajo esta modalidad, deberás tener en cuenta el rubro al que te quieras dedicar para elegir la que más se adapte a tu idea de emprendimiento.

Según la Asociación Mexicana de Franquicias, los principales tipos de franquicias son los que se exponen en el siguiente cuadro:

<http://franquiciasdemexico.org.mx/tipos-de-franquicias-cual-es-la-tuya/>



Tipo de franquicia	Características	Ejemplo
Franquicia Industrial	En éste, el franquiciador brinda al franquiciado el derecho de fabricación, tecnologías, comercialización de productos, procedimientos administrativos, entre otros.	 
Franquicia de producción	Es el propio franquiciador quien fabrica los productos que los franquiciados venden y se obliga a los franquiciados a que compren sus productos en exclusiva.	 
Franquicia de distribución	El franquiciador actúa como distribuidor o revendedor de sus productos fabricados por otras empresas. En la realidad, su actividad es la de una central de compras, ya que la verdadera distribución tendrá lugar a través de una red de franquiciados.	 
Franquicia de servicios	Su objetivo es brindar un servicio al cliente final, mediante un negocio especializado.	 

Tipo de franquicia	Características	Ejemplo
Franquicia de corner	La actividad se desarrolla dentro de un negocio específico y al mismo tiempo, dentro de una superficie mayor (Tienda de pasteles dentro de una tienda departamental).	

Bee Nodriz:

Ximena y Estrella han decidido abrir una tienda de ropa, sin embargo, desean una rápida adquisición de experiencia en el negocio, crecimiento rápido y acceso a un mercado potencial. Investigaron la manera de lograrlo y encontraron que podrían desarrollar su idea de emprendimiento bajo la modalidad de franquicia. Como son apasionadas de ropa de marcas famosas, desean contactar con una empresa consolidada como “Julio”, la cual proveerá los productos y artículos que fabrican y, por su parte, ellas venderán de forma exclusiva.



¿Qué tipo de franquicia requieren?
Una franquicia de producción

¿Por qué adquirirán rápidamente experiencia en el negocio?
Porque la franquicia no solo implica el nombre de la marca, sino obtener conocimientos técnicos y administrativos que tiendan a mantener la calidad, prestigio e imagen del titular de la marca.

¿La obtención de la franquicia les asegurará el éxito de su negocio?
No totalmente, porque Estrella y Ximena deben esforzarse en mantener los estándares que la marca establece.



Bee Soldado:

De acuerdo a la idea que has desarrollado en tu modelo de negocios, ¿Qué tipo de franquicia podrías adquirir? ¿Por qué?

Miel Bee:

Antes de salir de la colmena, ¿Qué te aparece una tarde de cine? Organiza con tus compañeros de equipo una tarde de palomitas y vean *The Founder* (El fundador en Latinoamérica) (Estados Unidos, 2016), dirigida por John Lee Hancock.

Además, te invitamos a revisar la *Guía para franquiciatarios novatos* de Mathews.



Colmena 16: Fuentes de financiamiento externas



Bee Zángano:

Una buena manera de iniciar el tema es leyendo la siguiente frase:

"La falta de dinero no es el obstáculo,
el obstáculo es la falta de una idea".

Ken Hakuta.



¿Por qué crees que la falta de una idea sea un obstáculo?

Cuando no se tienen los recursos suficientes para iniciar una empresa, ¿Dónde se puede obtener financiamiento?

¿Crees que puedes poner un negocio sin tener dinero?



Bee Albañil:

La alternativa que tienes para obtener el dinero que requieres es acudir a las fuentes de financiamiento externo. ¿Cuáles son?

En primer lugar, debes saber que el abastecimiento de dinero, vía crédito, aportación de capital y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa es lo que se denomina financiamiento. (Hinojosa, 2011)

La Real Academia define el financiamiento como “la acción de financiar”, y “financiar es aportar el dinero necesario para el funcionamiento de una empresa”. También lo define como “sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.” (RAE, 2022).

Aunque no siempre es necesario contar con grandes cantidades de dinero para emprender, existen diversas formas para capitalizar tu idea y convertirla en un negocio exitoso, desde ahorros propios hasta entrar en la ¡Bolsa de Valores! Siempre habrá múltiples opciones para fondearte.

Existen dos formas de financiamiento en donde puedes recibir apoyo: las fuentes internas son los recursos del emprendedor, amigos y familiares, pero también son las aportaciones de los accionistas o socios que suscriben el capital de la empresa o el capital generado dentro de la misma como las utilidades reinvertidas o la venta del algún activo.

Las fuentes de financiamiento externas son aquellas que no dependen de los recursos propios de la empresa ni de sus reservas de ejercicios anteriores, son fondos cuyo origen está en el exterior de la empresa.

Retomando la propuesta de Coutiño (2023), las fuentes de financiamiento se dividen en:

Internas

Ahorro

- Fondos propios
- Friends and family
- Socios

Externas

Inversionistas

- Crowdfunding y Ángeles inversionistas
- Fondos de capital privado o Fondos de capital semilla
- Bolsa de valores

Créditos

- Bancos
- Préstamos colaborativos

Fuentes de financiamiento internas

Fondos propios

- Utilizar recursos propios puede darte un arranque lento, pero también tiene el beneficio que te permite mantener el control de tu negocio y agilizan la toma de decisiones ya no se tiene que pedir autorización y opinión a otra persona, por ser el único dueño.

Friends and family

- Otra opción es presentar tu idea de negocio a algunos amigos y familiares, algo que se conoce comúnmente por su nombre en inglés como Friends and Family. Si aceptas dinero por esta vía, tienes que decidir si ellos se convierten en socios (dueños), o solo será un préstamo y en cierto tiempo regresaras el dinero con o sin intereses.

Socios

- Si tus ahorros no son suficientes, y tus amigos y familiares rechazan la idea, entonces podrás buscar a socios. Existen dos tipos de socios: El socio capitalista solo aporta dinero al negocio, es dueño, pero no forma parte de la administración, ni trabajan en la empresa. Su objetivo es invertir y obtener a futuro ganancias de la empresa. El socio trabajador aporta capital, pero también, su tiempo en la operación y/o administración del negocio, contribuye con su experiencia, habilidades, contactos o cualquier otra aportación que acelere el crecimiento de la empresa.



Fuentes de financiamiento externas

Crowdfunding y Ángeles inversionistas

- Son plataformas de fondeo colaborativo, en las cuales puedes presentar por internet tu idea a posibles inversionistas.

Lo atractivo de este modelo de fondeo, es que puedes conseguir la inversión que requieres por medio de cientos o miles de inversionistas dispuestos a aportar capital en pequeñas cantidades (de manera colaborativa).

Fondeo Colectivo Crowdfunding es un modelo de formación de capital y participación de mercado, en donde las necesidades de financiamiento de proyectos se transmiten a una comunidad a través de plataforma digital y que se obtiene apoyo de inversionistas, fondeadoras y donantes. Consultas (afico.org). (AFICO, s/f)

Ángel inversionista también llamado ángel investor o business ángel, es una persona que decide invertir dinero propio en una empresa emergente, en su fase inicial, con la posibilidad de obtener un retorno de la inversión alto.

Los socios ángeles son empresarios exitosos que cuentan con un amplio conocimiento de los negocios, además de una amplia fortuna. De hecho, este nombre viene de las personas ricas de Broadway que financiaban a los productores de obras de teatro en el centro de la ciudad, como si fueran ángeles caídos del cielo.

Sin embargo, su labor no es una cuestión de filantropía o de donaciones, porque ellos piden a cambio acciones de la empresa emergente donde han acordado invertir. El porcentaje va desde el 5% al 10%, además, otra de las condiciones para invertir, en algunos casos es pertenecer a la junta directiva de la organización para tomar decisiones importantes. (Torres, s/f)

Un ejemplo puede ser el programa de emprendedores Shark Tank, personas con una idea de negocio o proyecto van a presentarlo a posibles inversionistas en un reality show.

Inversionistas

Fondos de capital privado o Fondos de capital semilla

- Este tipo de fondos se forma a través de aportaciones de inversionistas de alto poder adquisitivo, tanto instituciones como personas físicas. Una vez que el fondo es creado, los administradores buscan empresas innovadoras y con alto potencial de crecimiento para invertir los recursos en ellas. Les interesa las empresas ya constituidas y en etapa de crecimiento como la micro y pequeña empresa.

A diferencia de los créditos bancarios, los fondos de capital privado no solo entregan el dinero que necesitan los negocios o emprendimientos, sino que se involucran en las necesidades particulares de cada empresa a la que invierten para agregar valor. (Gómez, 2019).

Un ejemplo de fondo de capital privado es la Asociación Mexicana de Capital Privado (AMEXCAP) es una organización sin fines de lucro, cuya misión es fomentar el desarrollo de la industria de capital privado y capital emprendedor en México. AMEXCAP (s/f).

Algunas empresas con mayor valor bursátil que en algún momento de su historia recibieron fondos de capital privado son, Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon y Facebook, etc. (Gómez, 2019).

Fondo de capital semilla. Se otorga apoyo financiero a los proyectos viables de emprendedores, para la formación y arranque de nuevos negocios egresado de las incubadoras reconocidas por el Sistema Nacional de Incubación. (PYME, 2023)

Consulta: Fondo PYME y el Instituto Mexiquense del Emprendedor

Bolsa de valores

- Estar en la Bolsa, podría ser el futuro de tu empresa en algunos años. Si logras crecer tu proyecto y convertirlo en una gran empresa, podrías en algún punto vender acciones en la Bolsa.

En la Bolsa de Valores cualquier persona podría comprar una acción de tu empresa con montos muy accesibles, lo que permite que cientos de miles de personas aporten capital a las empresas adquiriendo una parte de ellas en acción.

La Bolsa Mexicana de Valores es una entidad financiera que opera por concesión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con apego a la Ley del Mercado de valores.

El grupo de la BMV son por empresas que en conjunto ofrecen servicios integrales para facilitar la operación del mercado de valores y derivados en México apoyada por una moderna infraestructura tecnológica y de vanguardia en todas sus empresas. (BMV, s/f).

Consulta Bolsa Mexicana de Valores

Bancos

- Acudir a un banco comercial puede ser también una opción para obtener un préstamo. Al principio será muy difícil que obtengas un préstamo a nombre del negocio, los bancos te prestarían a tí como persona física y por la general llevan intereses elevados, así que asegúrate que puedas pagarlo. Más adelante cuando el negocio tenga historial y puedas demostrar que tienes ventas y flujos de efectivo mensual los bancos estarían dispuestos a darte un crédito PYME.

Los créditos PYME tienen tasas de interés anuales más bajas que en los créditos personales. Es importante que te acerque al banco y revise varias opciones de crédito antes de tomar una decisión.

Consulta Crédito pyme.

Crédito

Préstamos colaborativos

- En México existen plataformas colaborativas como lo es fintech que es el término de una fusión de finanzas y tecnología, derivado de las palabras en inglés Finance and Technology.

Gracias a la tecnología los préstamos colaborativos permiten que muchas personas aporten unos cuantos pesos hasta completar el monto que requieres.

Todas estas plataformas operan vía internet y bajo a Ley Fintech (Ley para regular las instituciones de Tecnología Financiera), ofrecen Servicios Financieros que brinda a través de tecnología masiva o plataformas innovadoras, apoyan a las empresas que tienen desarrollo tecnológico y buscan mejorar, automatizar, proveer el acceso de los servicios financieros.

Antes de obtener financiamiento de plataformas colaborativas es importante comparar las tasas de interés que ofrece este tipo de préstamo con la de los bancos. (García, s/f).

Coutiño (2023)



En relación a los apoyos gubernamentales, debes saber que es indispensable estar actualizándote constantemente ya que en algunos casos surgen nuevos tipos de créditos que puedes aprovechar o las instituciones cambian de denominación y de programas de apoyo.



Bee Nodriz:

Cristian y Beto, dos jóvenes de 21 y 26 años, desean iniciar un negocio de cafetería temática. Reunieron sus ahorros y recibieron apoyo económico de sus familiares. Sin embargo, no logran cubrir los gastos que implica su puesta en marcha.

Trataron de obtener un crédito en una institución bancaria, pero no les fue concedido por carecer de historial crediticio.

Nuestros amigos Cristian y Beto requieren que les ayudemos a buscar las posibles alternativas para obtener recursos.

¿Qué fuentes de financiamiento pueden utilizar?

- Pueden inscribirse en una plataforma crowdfunding, para obtener donaciones y pueden ofrecer a cambio su servicio.

- Pueden acudir a instituciones gubernamentales para tramitar un crédito joven (antes INADEM), ya que se puede aplicar a quienes no tienen historial crediticio.

Bee Soldado:

Regresemos a tu proyecto de empresa. ¿A qué fuentes de financiamiento puedes acudir y por qué?



Miel Bee:

Te invito a ver el video: *¿Cómo obtener apoyos gubernamentales a fondo perdido?*

<https://www.youtube.com/watch?v=kddhyTWOq8E>





Colmena

17: Toma de decisiones



Bee Zángano:

Le dice una mujer a su marido:

- Si una abeja me atacara a mí y a mi madre, ¿a quién salvarías primero?
- Pues, ¡a la abeja!

Responde las siguientes interrogantes lo más rápido que puedas, así de rápido como contestó el marido a su mujer, tienes dos minutos.

¿Cuál es tu palabra favorita? _____

Si sólo te dieran a escoger un hobby, ¿cuál sería? _____

Describe ¿cuál es la mayor locura que has cometido en tu vida?

¿Tienes un estilo de Negociación? _____

¿Qué eliges ser: un negociador hábil y exitoso o un negociador sin éxito? _____

Las preguntas que acabas de contestar son un ejercicio sencillo e interesante de una de las habilidades más necesarias e importantes presentes a lo largo de la vida: Toma de Decisiones.



<https://image.slidesharecdn.com/retoricadelaimagen-110407135911-phpapp02/95/retorica-de-la-imagen-54-728.jpg?cb=1302184906>

Bee Albañil:

Día con día tomamos decisiones, desde simples o triviales, como responder sobre tu palabra favorita, hasta complicadas o trascendentes, como escoger ser un negociador hábil y exitoso o no serlo.

Es un hecho, para tomar decisiones de manera exitosa deberíamos plantearnos las siguientes interrogantes.



¿Qué ocurriría si
eso sucede?

¿Qué ocurriría si
eso **no** sucede?

¿Qué **no** habría si
eso sucede?

¿Qué **no** habría si
eso **no** sucede?

Qué son las decisiones o cómo se definen.

Entre los diferentes conceptos que encontramos, relacionados con el tema, te compartimos que:

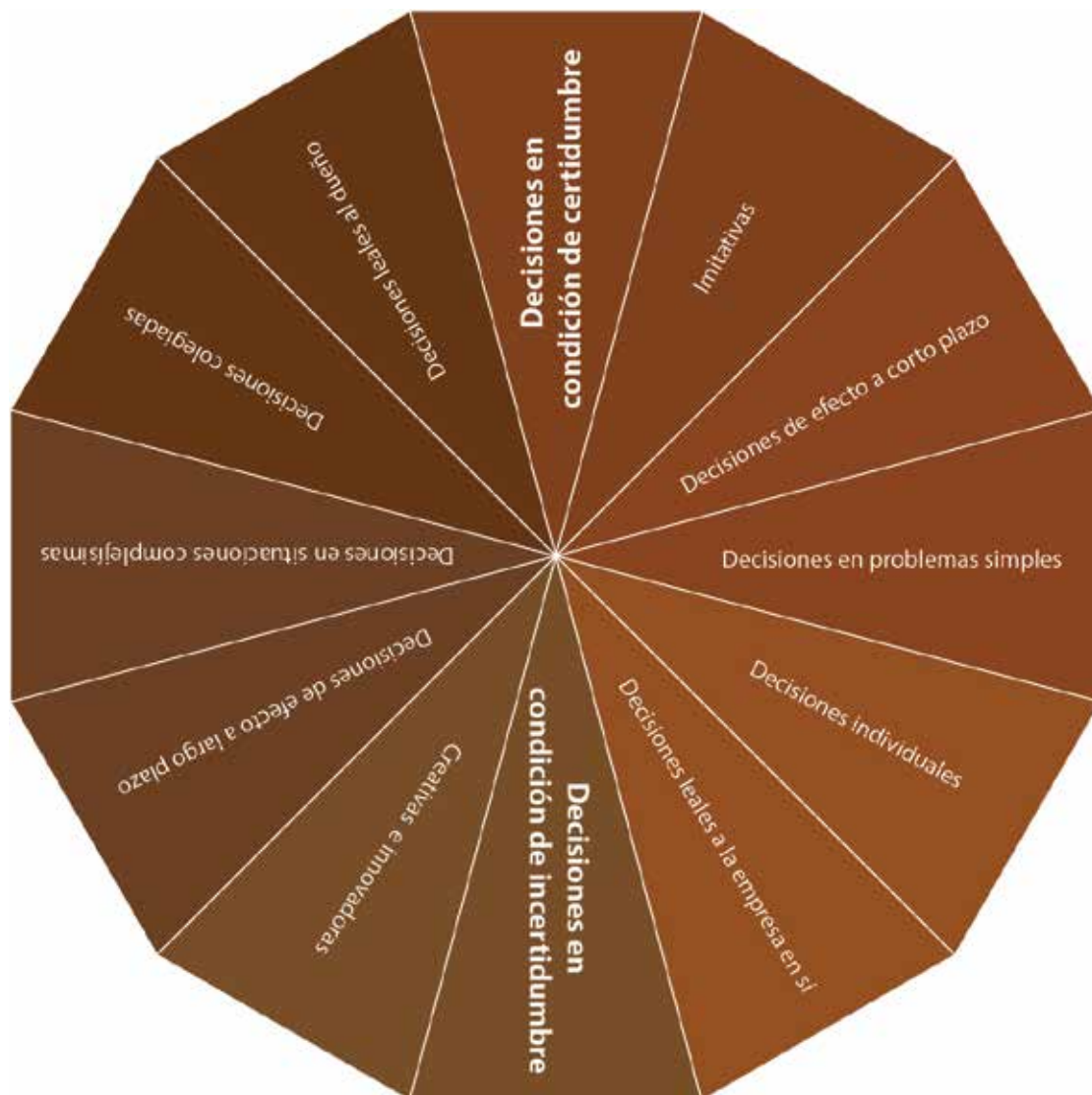
“Se llama decisión a un juicio o elección entre dos o más opciones y esto se debe hacer a cada paso, ya sea para solucionar problemas o aplicar medidas”.
(Longoria, 2006)



De una u otra manera, todas las personas se ven impelidas a tomar decisiones en los diferentes ámbitos de su vida, en el hogar, en la escuela, en el trabajo. Sin embargo, con el paso del tiempo, la experiencia revela que no todas las decisiones son las adecuadas, por lo que debe hacerse especial énfasis en que se deben tomar de forma correcta, adecuada y oportunamente.

Para ello, debemos conocer tanto su contexto (circunstancias) como las consecuencias que tendrán. Sin dejar de tomar en cuenta, claro está, que habrá oportunidades donde será necesario tomar otra dirección, y decisión, en la obtención de un fin. Todo expresará, por un lado, nuestro conocimiento de la situación y, por otro, nuestro nivel de crecimiento y madurez.

Como indica Estrada (1993), en *Creatividad en la Empresa*, los altos dirigentes ganan “jugosos” salarios sobre todo por tomar decisiones atinadas. Y las clasifica como:



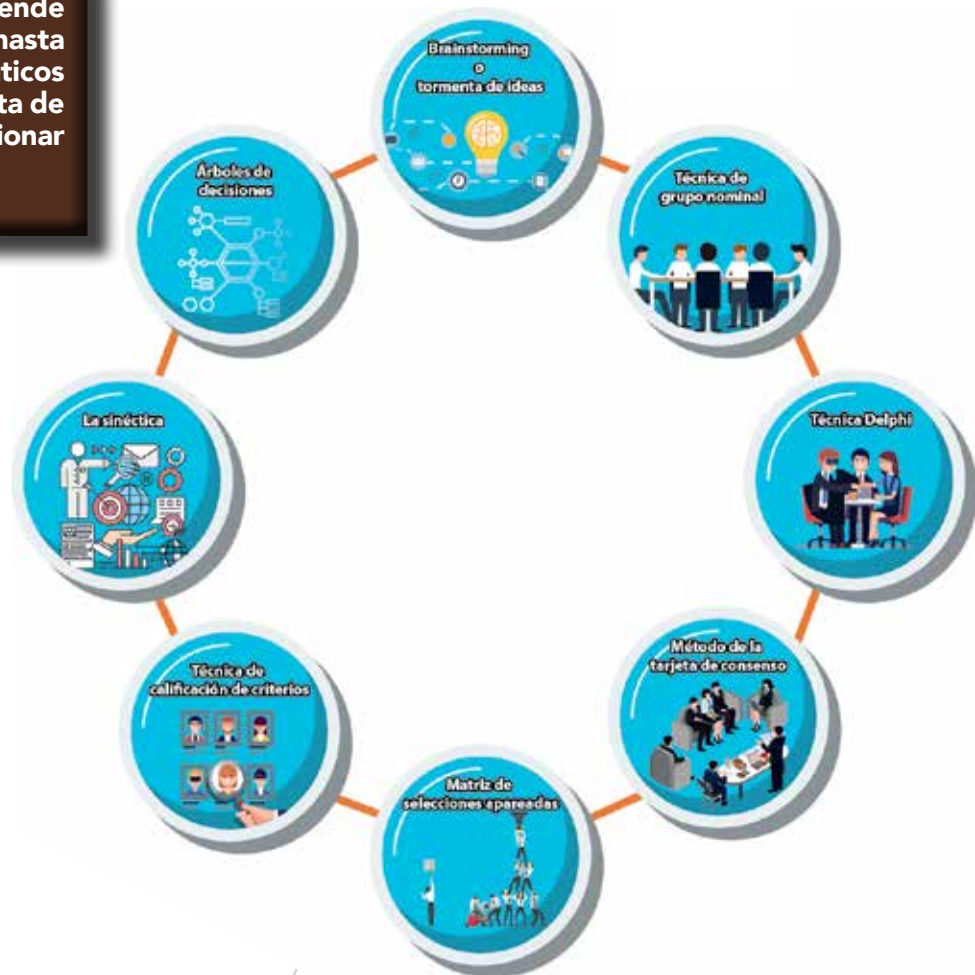
Siempre que se realiza una actividad económica cualquiera que sea y en especial cuando se genera algún producto o servicio, se toman decisiones. Tiene lógica, ya que es vital responder a diversas problemáticas, entre otras, cómo diferenciar el nuevo producto de otros similares, cuáles son las preferencias de los clientes a la hora de optar por una marca u otra, y aquellos detalles que enfrenta el consumidor al adquirir un bien o servicio.

En consecuencia, la toma de decisiones obliga a buscar los medios para estar en concordancia con las preferencias de los usuarios, por lo que te sugerimos seguir estas recomendaciones:

- Establece tu objetivo: Qué y a dónde quieres llegar.
- Acumula información
- Genera opciones
- Toma una decisión calculando riesgos y consecuencias
- Evalúa y ejecuta la decisión



Existe una extensa gama de técnicas para la toma de decisiones, la cual se extiende desde las corazonadas hasta los análisis matemáticos complejos. Hicimos la lista de las siguientes, por mencionar algunas:





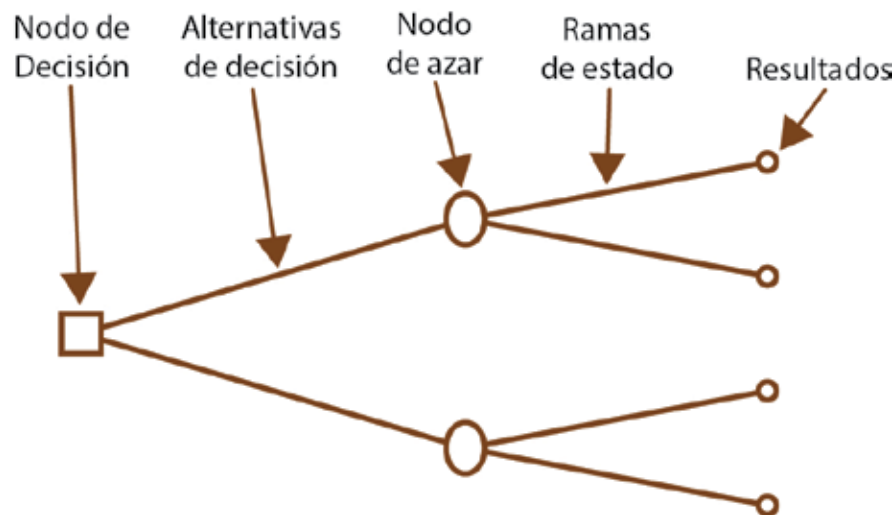
Una técnica útil y enriquecedora en la toma de decisiones es: Árboles de decisiones, cuyo propósito es ayudar a generar múltiples ideas mediante el hallazgo de nuevas e insólitas soluciones o alternativas encaminadas a resolver problemas. Revisémosla para comprenderla y posteriormente utilizarla.

Árboles de decisiones

Como su nombre lo indica, los Árboles de decisiones son la representación gráfica y analítica, cuyas ramas muestran las opciones que surgen a partir de la toma de una decisión. Son la herramienta que nos ayuda a decidir de manera correcta. Es ampliamente utilizada para tener una visión completa de las opciones que se pueden presentar y cómo llegar a ellas.



Partes del árbol



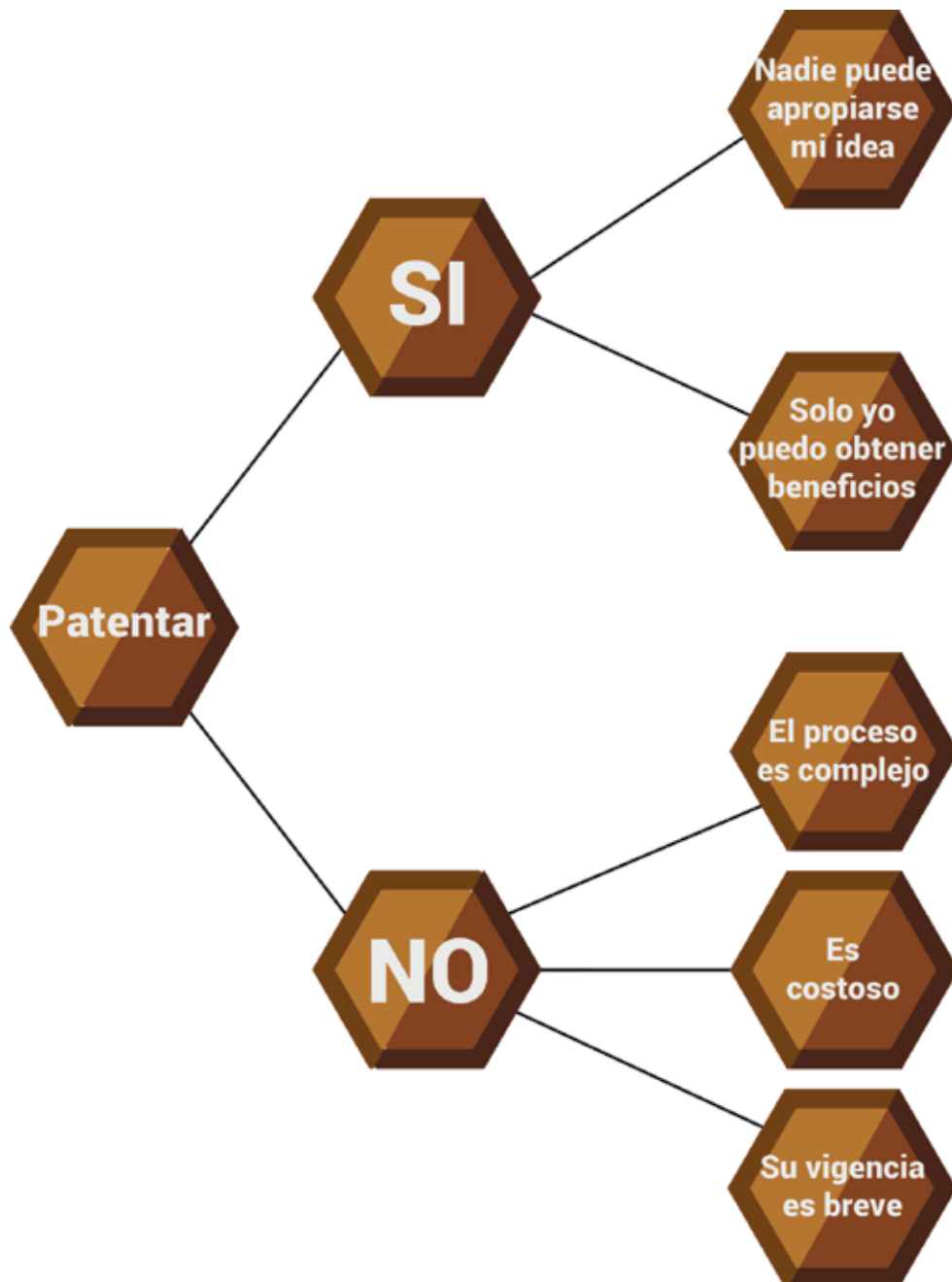
Componentes de un Árbol de decisión:

Los árboles de decisión se constituyen de nodos  de decisión, nodos de probabilidad , ramas que indican las alternativas o caminos a emprender al tomar la decisión, el estado de la decisión y, por último, los resultados.

Las etiquetas acompañan a cada nodo y a cada flecha, y dan nombre a cada una de las acciones.

Bee Nodriz:

Revisa el siguiente ejemplo en el que hay que decidir sobre las opciones para patentar la idea:

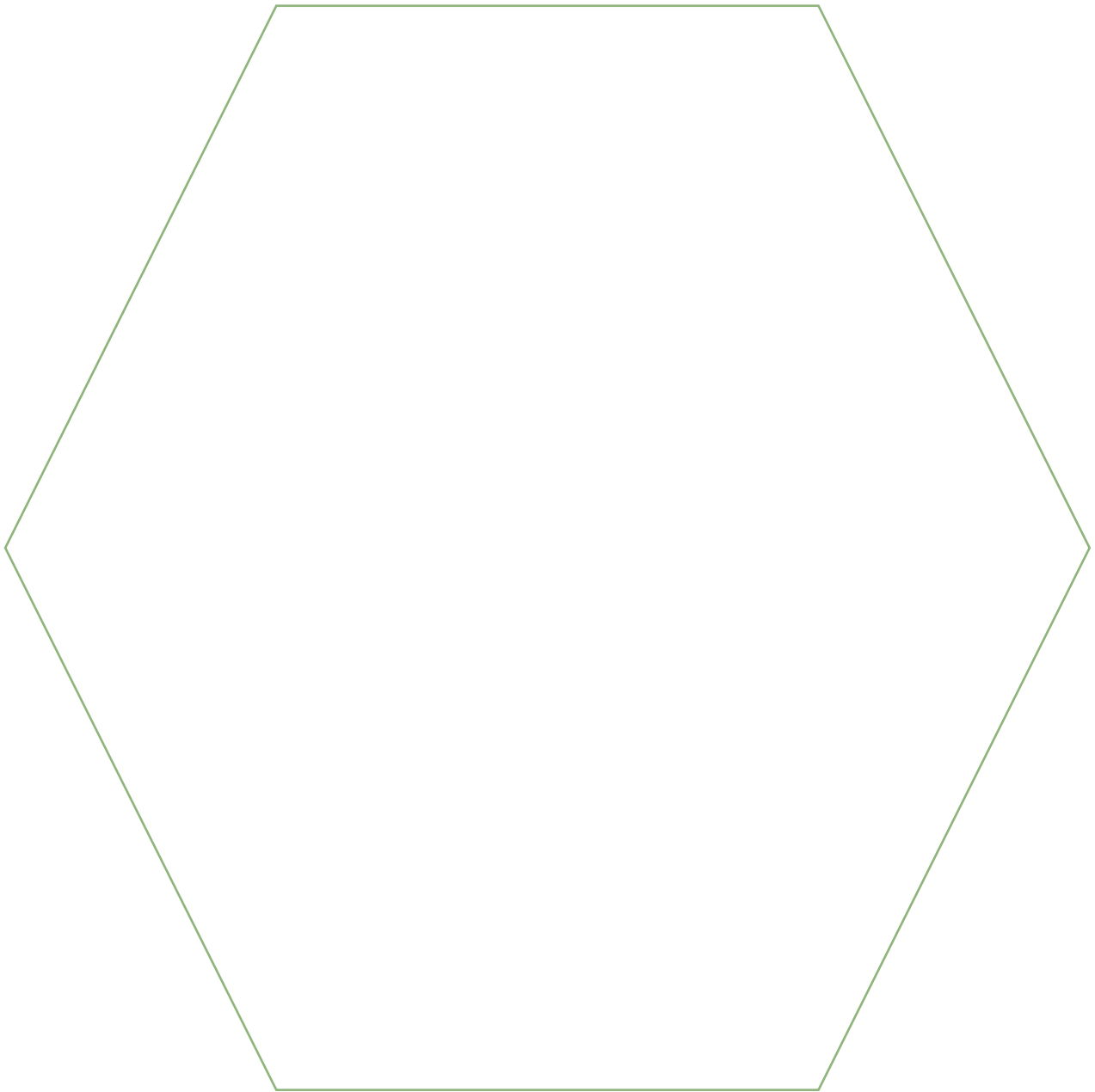




Bee Soldado:

Ya que tienes consolidado tu plan de negocios es hora de tomar decisiones, ¿llevarás a cabo el plan de negocios?, ¿venderás la idea?, ¿lo patentarás?, ¿estás dispuesto a adquirir algún crédito?, ¿qué tan lejos quieres llegar?

Utiliza la técnica de Árbol de decisiones para responder:



Miel Bee:

Para profundizar las técnicas te sugerimos consultar el libro *Las técnicas para la toma de decisiones en equipo*, de P. Keith Kelly. Texto editado por Ediciones Granica (México. 1999), y recuerda:



"La creatividad es la
inteligencia divirtiéndose"





Bee Pecoreadora

Enjambre 4:

Nombre del alumno: _____

Nombre del Plantel: _____

Grupo: _____ Fecha de Entrega: _____

Instrucciones: Contesta la siguientes preguntas

1. Define qué es una patente y cuál es la autoridad ante la que se presenta la solicitud de registro de la misma.

2. Realiza un cuadro comparativo de las diferentes modalidades de propiedad industrial.

3. Intercambia ideas con tus compañeros de equipo sobre las diferentes modalidades para adquirir el derecho de propiedad industrial y cuál es la que más se adapta a tu idea de negocio.

4. ¿Qué es una franquicia?





Basado en Competencias

5. ¿Realiza una secuencia de los pasos debes seguir para adquirir una franquicia?

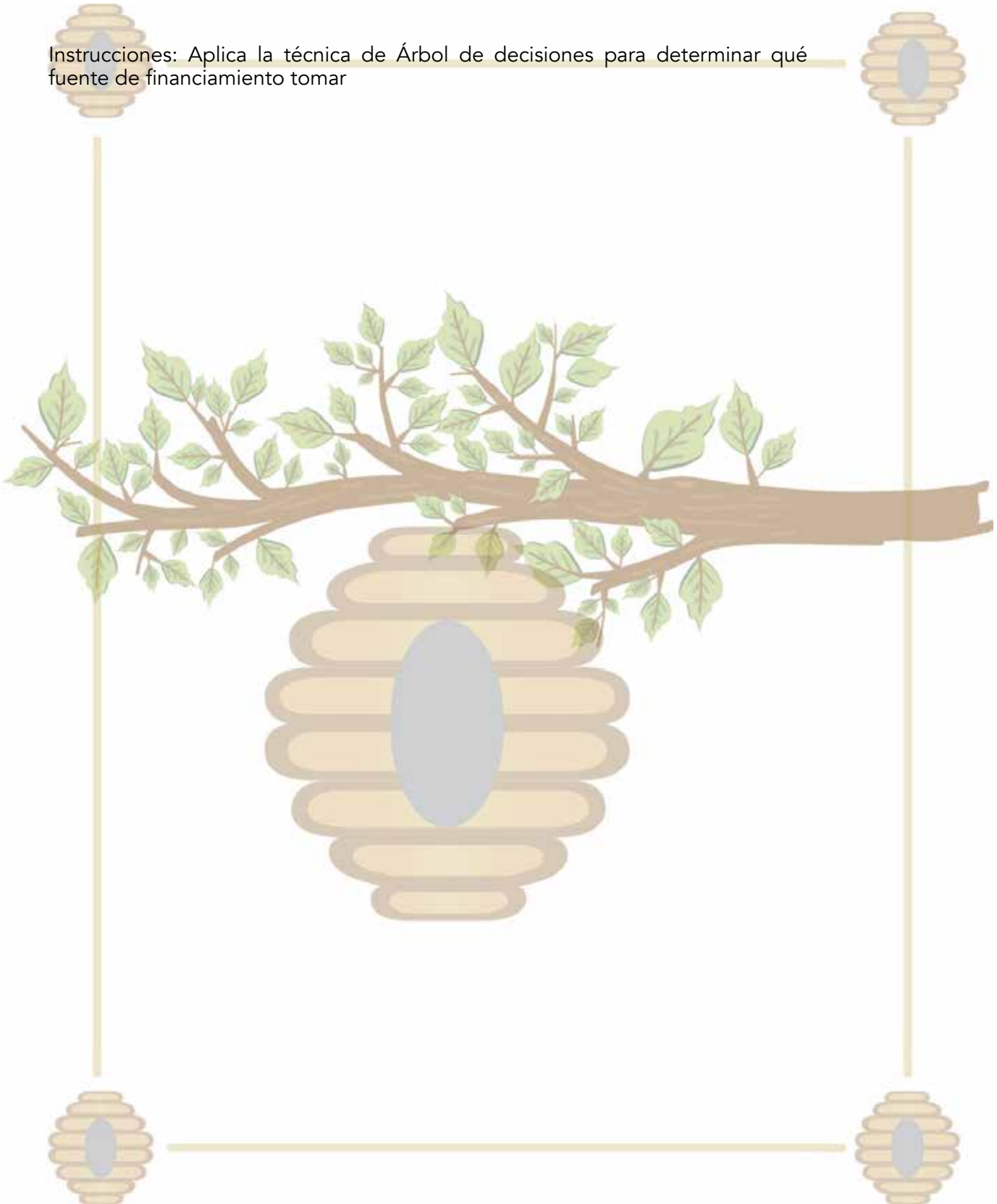
6. ¿Qué opinión tienes de esta modalidad de negocio?

7. ¿Qué es el financiamiento?

8. Realiza un cuadro sinóptico de las fuentes de financiamiento

9. Comenta con tus compañeros de equipo sobre la importancia de las fuentes de financiamiento externo para un emprendedor.

Instrucciones: Aplica la técnica de Árbol de decisiones para determinar qué fuente de financiamiento tomar





Fuentes

- Adan, P. y González, A. (2015). *Emprender con éxito, 10 claves para generar modelos de negocio*. México: Alfaomega.
- AFICO (s/f). Asociación de Plataformas de Fondeo Colaborativo. <http://www.afico.org/>
- Alcaraz, R. (2015). *El emprendedor de éxito: Conceptos esenciales para gestionar tu empresa*. México: Mc. Graw Hill.
- Alemany, G. (2011). Michael Jordan. España. Baloncesto JGBasket 2.0. Recuperado en 2017, de Michael Jordan: <http://baloncesto.jgbasket.com/michael-jordan/jordan-esfuerzo-disciplinacomentario-kasparov>.
- AMEXCAP (s/f). Asociación Mexicana de Capital Privado. <https://amexcap.com/>
- Amoguera, J. A. (2011). *Manual práctico del emprendedor*. Madrid: AMOQUERA.
- Antúnez, M. (2014). "El logo, la voz de tu negocio" en: Entrepreneur. Num. 05. Vol. 22. México.
- Antúnez, M. (2014). "El Poder está en la empresa" en: Entrepreneur. Num. 05. Vol. 22. México.
- BMV. (s/f). Bolsa Mexicana de Valores. https://www.bmv.com.mx/es/grupo-bmv/calcula_tu_rendimiento
- Consejo Mexiquense de ciencia y tecnología. s/f. "La propiedad industrial".
- Coutiño, R. (2023). *Business Coach. El instructivo paso a paso para iniciar y administrar tu negocio en México*. México. Investor
- DERES en Covantes. (2014). Manual para elaborar código de ética empresarial. Uruguay. en Presi.com <https://j8wcnatyjz42>.
- Emprende Pyme. (2016). *Tipos de emprendedores*. Recuperado en 2018/ <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-emprendedores.html>
- Estrada, M. R. (1993). *Creatividad en la Empresa*. México, D.F.: Pax.
- García, E., Garza, R., Sáenz, L., & Sepúlveda, L. (2007). *Formación de emprendedores*. México: Grupo Patria Cultural.
- García, R. (s/f.). Entrevista. FINTECH financial technology. <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/ley-fintech-retos.html>
- Gómez, K. (2019). ¿Qué son los fondos de capital privado? El Economista (12 de mayo de 2019) <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Que-son-los-fondos-de-capital-privado-20190512-0005.html>
- Jalife, M. (2014). *Aspectos legales de las marcas*. México: Sista.





- Jordan, M. (1994). *Mi filosofía de triunfo personal*. Estados Unidos: Selector.
- Hilarión, J. E. (2014). *Emprendimiento e Innovación. Diseñan y planea tu empresa*. México: CENGACE Learning
- Hinojosa, J. (2011). *Evaluación económico-financiera de proyectos de inversión*. México: Trillas
- Longoria, R. (2006). *Pensamiento creativo*. México: Continental.
- Morales, J.A. y Morales, A. (2004). *Proyectos de inversión*. México: SICCO
- Osterwalder, A. y Pigneur Y. (2011). *Generación de Modelo de Negocios*. (Trad. Lara Vázquez). Deusto, España: Tim Clark (Original en inglés, 2010).
- Puchol, L. (2005). *El Libro del Emprendedor*. España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- PYME (2023). Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. (4 octubre 2023). http://www.fondopyme.gob.mx/2010/descripcion.asp?Cat_Id=1&prog=13
- RAE (2022). Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/financiamiento?m=form>
- Sance, J. (2015). *Cultura emprendedora y empresarial*. Primero de bachillerato (Andalucía). México: SE.
- Stanton, W. J. y Etzel, M.J. y Walter, B.J.(2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw Hill.
- Silva, J. (2008). *Emprendedor. Crear su propia empresa*. México: Alfaomega.
- Torres, D. (s/f). Qué es un inversionista ángel y cuáles son sus funciones. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-inversionista-angel>
- UAEM. (2015). *Taller emprende*. México.
- UAEM, (2014). Secretaría de Extensión y Vinculación, DDE, *Manual para Desarrollo del Modelo de Negocios*, Modelo de Negocios: CANVAS.
- Weinberger, K. (2013). *Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: USAID.



Directorio

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales
Carlos Eduardo Barrera Díaz

Rector

Doctor en Ciencias Computacionales
José Raymundo Marcial Romero

Secretario de Docencia

Doctora en Ciencias Sociales
Patricia Zarza Delgado

Secretaria de Investigación y Estudios Avanzados

Doctor en Ciencias de la Educación
Marco Aurelio Cienfuegos Terrón

Secretario de Rectoría

Doctora en Humanidades
María de las Mercedes Portilla Lujá

Secretaria de Difusión Cultural

Doctor en Ciencias del Agua
Francisco Zepeda Mondragón

Secretario de Extensión y Vinculación

Doctor en Educación
Octavio Crisóforo Bernal Ramos

Secretario de Finanzas

Doctora en Ciencias Económico Administrativas
Eréndira Fierro Moreno

Secretaria de Administración

Doctora en Ciencias Administrativas
María Esther Aurora Contreras Lara Vega

Secretaria de Planeación y Desarrollo Institucional

Doctora en Derecho
Luz María Consuelo Jaimes Legorreta

Abogada General

Doctor en Ciencias Sociales
Luis Raúl Ortiz Ramírez

Secretario Técnico de la Rectoría

Licenciada en Comunicación
Ginarely Valencia Alcántara

Directora General de Comunicación Universitaria

Doctor en Ciencias Sociales
Luis Raúl Ortiz Ramírez

**Director de Centros Universitarios y Unidades Académicas Profesionales
Región A y Encargado del Despacho Región B**

Doctora en Investigación Educativa
Eva Lilia García Escobar

Directora de Estudios de Nivel Medio Superior



Planteles dependientes de la Escuela Preparatoria

Doctor en Tecnología e Innovación de la Educación

Arturo Mejía Zamora

Plantel "Lic. Adolfo López Mateos"

Maestro en Ciencias de la Educación

Erick Vieyra Méndez

Plantel "Nezahualcóyotl"

Maestro en Administración Pública y Gobierno

Raúl Juárez Toledo

Plantel "Cuauhtémoc"

Doctora en Ciencias de la Educación

María del Rocío García de León Pastrana

Plantel "Ignacio Ramírez Calzada"

Doctor en Ciencias de la Educación

Alejandro Morales Velázquez

Plantel "Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana"

Maestro en Educación con Orientación en Innovación y Tecnología Educativa

Sergio Luis Roldán Vásquez

Plantel "Texcoco"

Maestro en Docencia

Erick Rodolfo Sánchez Cortés

Plantel "Sor Juana Inés de la Cruz"

Química Farmacéutica Bióloga

Janette Jaimes García

Encargada del Despacho de la Dirección del Plantel

"Dr. Pablo González Casanova"

Doctora en Educación

María del Rosario Sotelo Hurtado

Encargada del Despacho de la Dirección del Plantel "Isidro Fabela Alfaro"

Licenciada en Comunicación

Ana Vianey Suárez Castro

Encargada del Despacho de la Dirección del Plantel

"Mtro. José Ignacio Pichardo Pagaza"

