

**IX ENCUENTRO INTERNACIONAL DE EMPRENDEDURIA Y CREACION DE
EMPRESAS, RED MOTIVA 2008**

Guanajuato, México.

**“Lumos Led” una experiencia exitosa de estructura y formulación de plan de
negocios para la innovación en Emprendeduria Universitaria.**

Universidad de Guanajuato
Facultad de Ciencias administrativas
Julio Cesar Martínez Rojas
Juliomar7@hotmail.com
Oziel Díaz Sánchez
negociozz@hotmail.com

Resumen

Esta presentación tiene por objeto socializar una experiencia exitosa de estructura y formulación de plan de negocios para la innovación en Emprendeduria Universitaria, que obtuvo el 1er lugar en la categoría de Plan de Negocios en la Segunda Expo Creatividad ANFECA 2008. El trabajo describe cada uno de los pasos, estrategias y marco teórico en el cual se sustentó la propuesta de innovación de negocios, para el diseño y creación de una empresa manufacturera ubicándose dentro del sector de iluminación residencial, y que involucra la elaboración de lámparas luminosas con tecnología LED, para incursionar en el mercado regional, aun cuando dirigida en principio, a los sectores comerciales y residenciales de Celaya, para reducir sus gastos fijos por concepto de costos de energía eléctrica.

Palabras Clave: Emprendeduria, Plan de Negocios, Creatividad, Creación de Empresas, Innovación.

Introducción.

El espíritu emprendedor se caracteriza por un comportamiento innovador y un sentido de generar nuevas prácticas de gestión en la actividad empresarial, más allá de obtener ganancias y crecimiento en la participación de un mercado determinado.

El Plan de negocios es vital para la creación de empresas y su incursión en la actividad económica por parte del emprendedor, de hecho no es posible desligar del emprendedor el desarrollo de competencias relacionadas y necesarias para la elaboración de planes de negocios.

Luego entonces, la urgente tarea de la Creación de empresas bajo el actual entorno económico que se cierne sobre la actividad empresarial debe ser, para sortear con éxito los retos que se avecinan, resultado planes de negocios sustentados en un comportamiento innovador de competencias emprendedoras, creativas y orientadas en hacer que las cosas sucedan.

Una experiencia exitosa de formulación de plan de negocios para la innovación en Emprendeduría Universitaria, presentado en el marco de la Segunda Expo Creatividad de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) 2008, referida al diseño de una empresa manufacturera que innova en el sector de iluminación residencial y que involucra la utilización de lámparas con tecnología LED, es lo que ocupa el presente trabajo.

Plan de negocios de una innovación en emprendeduría.

Es una empresa manufacturera que forma parte de la industria eléctrica, enfocándose dentro del área de la iluminación, ya que involucra el proceso de elaboración de las lámparas luminosas con tecnología LED. Ante las premisas de *eficiencia* y *economía* es necesario adaptarnos al cambio que se presenta en el mundo. Por tal motivo es necesario que actualicemos nuestros conocimientos y herramientas que empleamos día con día. En resumen, las lámparas con tecnología LED. Nos permiten satisfacer estas dos premisas, en el giro de la iluminación de espacios, ya que tenemos mejor iluminación a un menor costo.

Misión

Brindar productos de calidad para la iluminación de espacios cerrados en la región, siendo pioneros en tecnología LED, superando las expectativas de nuestros clientes, con la mejor iluminación al más bajo costo.

Visión

Posicionarnos en el mercado local, como la mejor opción en la venta de lámparas para iluminación de espacios cerrados, al mejor costo posible y de la mejor iluminación.

Valores

Creemos en los mexicanos, en su trabajo y en sus competencias para realizar distintas actividades en el trabajo como en su vida personal.

Objetivos.

Corto Plazo: Fabricar el producto con las características deseadas y con la información necesaria para su instalación.

Mediano Plazo: Colocar nuestro producto en tiendas de autoservicio y DEPOT's del estado de Guanajuato,

Largo Plazo: Pretendemos posicionarnos como líderes, en el Estado de Guanajuato y empezar a distribuir nuestros productos en otros estados de la república mexicana

Ventajas Competitivas.

Estas son algunas de las características particulares y distintivas de nuestros productos que los hacen especiales en contra de los existentes en el mercado.

- Contamos con venta de lámparas ahorradoras de energía eléctrica con tecnología LED que permiten una iluminación más eficiente y con un consumo energético más bajo que las lámparas ahorradoras existentes en el mercado.
- La vida útil de nuestros productos es 3 veces más que el de las lámparas ahorradoras existentes en el mercado.
- El material del cual están construidas es más resistente.
- Los productos que ofrecemos se adaptan a las distintas necesidades de nuestros clientes proporcionando distintos tamaños, formas, potencias de iluminación y precios.
- Son posibles de conectarse a corriente directa y corriente alterna.
- Cuentan con dispositivos de iluminación emergente para el caso de la falta del suministro de energía eléctrica.
- Los productos que ofrecemos no generan interferencia con otros equipos electrónicos.

Tamaño del mercado

El segmento del mercado elegido es la población mayor de 29 años de la ciudad de Celaya Guanajuato. Ésta representa el 39.6 % del total de la población del municipio. Teniendo en cuenta que la población total del municipio de Celaya con las rancharías y colonias aledañas en el último censo del INEGI (2005). Fue de 415,869 habitantes, por lo cual nuestro segmento de mercado es de 164,685 posibles clientes.

De 164,685 habitantes el 75% de ellos habitan en la ciudad y el 25% restante habitan en rancharías y comunidades aledañas a la ciudad. En Guanajuato el 97.4% de las viviendas cuentan con suministro de energía eléctrica.

Características del mercado.

- Personas que desean reducir su consumo de energía eléctrica por el concepto de iluminación.
- Buscan la durabilidad, para evitar el cambio constante de focos o lámparas.
- Buscan tamaños y formas atractivas, además del tipo de tono que ofrece la lámpara.

Participación de la competencia en el mercado.

Nombre del Competidor.	Principal Ventaja	Principal Desventaja.
Philips.	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de la marca en el mercado. • Cuenta con un amplio catalogo de productos de iluminación. • Productos de alta calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sus productos son muy caros. • No son muy accesibles • No tiene variedad en potencia de iluminación.
General Electric.	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece productos de distintas formas, tamaños y usos. • Sus precios son accesibles a los clientes • Amplios canales de distribución en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sus productos son frágiles.
OSRAM.	<ul style="list-style-type: none"> • El producto es fácil de adquirir. • Es barato. • Tiene variedad en potencia de iluminación. 	<ul style="list-style-type: none"> • El producto es de baja calidad. • Poca durabilidad.
WINGAR.	<ul style="list-style-type: none"> • Es un producto muy económico. • Reducen el consumo de energía eléctrica más que los de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es de mala calidad • Es muy frágil • No existe variedad de productos. • Pocos canales de distribución. • No es conocido.
Sanelec.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene un precio moderado. • Se distribuye a través de tiendas de autoservicio del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene un empaque poco llamativo.. • Tarda en encender

Acciones para posicionarse.

A diferencia de nuestros competidores, LUMosLED sería la primera empresa en México que aplicaría la iluminación de espacios cerrados con tecnología LED. Además de innovar los sistemas de iluminación del hogar, oficinas, escuelas, centros comerciales y otros usos. Esta tecnología ofrece una mayor resistencia en cuanto al manejo del producto, la vida útil es de 25 veces mas que un foco común y 2.5 veces mas que una lámpara ahorradora.

La estrategia principal es dar a conocer nuestro producto, comparándolo contra los consumos de energía eléctrica de las diferentes lámparas existentes en el mercado y la efectividad de la iluminación que proporciona. Además de hacer notorios todos los beneficios adicionales.

Riesgos y Oportunidades del mercado.

Riesgos	Acciones a realizar
<ol style="list-style-type: none"> 1. Que nuestro producto no pueda desplazar a los dispositivos de iluminación existentes. 2. Falta de materia prima, ya que algunos componentes son de importación 3. Que algún competidor existente genere los mismos productos que nosotros. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar campañas de información sobre las ventajas totales del producto 2. Ubicar a los proveedores en todo el país y considerar los incrementos en los costos 3. Tener un plan de promociones que genere lealtad en los clientes

Oportunidades	Acciones a realizar
<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. Es innovador. (No existe en México) 3. Es un producto que garantiza el ahorro de energía eléctrica. 4. Su vida útil es mayor a los existentes en el mercado. 5. Es más resistente. 6. Tiene un dispositivo que permite iluminar de manera emergente por 2 hrs. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dar a conocer las virtudes del producto. 2. Obtener una certificación por parte de FIDE. 3. Especificar en el empaque del producto 4. Comparación con otros productos. 5. Mencionar esta característica como valor agregado.

La innovación en emprendeduría como práctica socializadora en el universitario.

Los alumnos universitarios participantes de este proyecto, surgen y socializan en el transcurrir entre clases de la vida académica de la Facultad de Ciencias Administrativas, todos ellos con el común denominador de cursar la Licenciatura de Administración, en tres diferentes semestres, lo cual manifiesta la necesidad de la interacción de los alumnos fuera de su correspondiente ámbito de grupo para fomentar la verdadera socialización del universitario.

La inquietud de participar, por parte de los mismos, en la Segunda Expo Creatividad ANFECA 2008, fue debido, a observar de manera preocupante, la falta de interes por

parte del resto de los alumnos de la facultad en desarrollar habilidades competitivas en emprendeduría. Tras un consenso el grupo concluye en participar y probarse en el mencionado evento interfacultades promovido por Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) aunado a la inquietud de desarrollar la posibilidad de crear una empresa que rinda frutos empresariales y personales exitosos ante los retos de la actual vida económica de nuestro contexto.

En este encuentro de la Segunda Expo Creatividad ANFECA 2008, se obtuvo el primer lugar en la categoría de "Plan de Negocios", lo cual fue un éxito no solo de los participantes, sino del esfuerzo que se realiza para la formación académica que se recibe en la institución.

Cada uno de los cuatro alumnos participantes en el proyecto tomo una area bajo su responsabilidad en la formulacion del proyecto y ya en el momento del concurso se dividieron estratégicamente para abordar a los demas equipos participantes, explorando su planes de negocios para tener una mejor medida de la competencia y una idea mas clara de las fortalezas y debilidades de los demás equipos que participaron en el encuentro, debido a esta estrategia se reunió información basta, la cual proporciono varios elementos que pudieron manejar a su favor en el desarrollo de sus entrevistas de evaluacion, logrando reforzar argumentos que ningun otro equipo logro hacer.

Los integrantes del equipo Lumos Led si bien sintieron un grata y calurosa sensación de éxito al poder obtener el primer lugar en su categoría, dado que la competencia era muy fuerte y las circunstancias en que se desarrollo el proyecto fue bajo presion y un tanto carentes de apoyo por parte de las autoridades de institución. Esa sensación de éxito, en los cuatro alumnos logro despertar, más aun, la ambición de investigar, competir y de esforzarse en proyectos de emprendeduría en diversas áreas del desarrollo profesional, teniendo así repercusiones positivas en las vidas de cada uno de los elementos.

Efectos de la experiencia en la innovación en la emprendeduría.

En cada uno de los emprendedores de este proyecto ganador se obtuvieron muchos impactos positivos que generaron resultados antes inesperados. Los cuatro alumnos integrantes del referido proyecto obtuvieron una mayor confianza y oportunidades de desarrollo profesional en consecuencia su experiencia en lo que fue el concurso de la Segunda Expo Creatividad ANFECA 2008, que en síntesis se desglosa en los siguientes hechos:

* Uno de los alumnos percibió una relación estrecha con un empresario de nivel nacional para apoyar el desarrollo del producto Lemus Led. Adicionalmente de ser contratado para el area de comercializacion del Grupo BACHOCO.

* Un segundo alumno logro la aprobación de un plan de negocios ante SAGARPA el cual era un requisito para bajar un apoyo federal para una Asociación Apícola de la Región. Ademas de obtener el reconocimiento publico de un productor ganadero industrial de la

region por elaborar un plan de negocios examinado y aprobado en un programa de Incubacion del ITESM.

* Un tercer alumno se integro a la empresa MABE a colaborar en el manejo de un departamento dedicado a elementos del área de abastecimientos.

* El cuarto alumno se encuentra desarrollando un plan de negocios para una nueva empresa en la región de Celaya, esperando contar con algún apoyo gubernamental o de alguna incubadora de negocios.

* Tres de los alumnos participantes, adicionalmente se encuentran desarrollando investigaciones para participar el foro de investigación interno de la Facultad de Ciencias Administrativas, al tiempo de estar inscrito en el maratón interno de Finanzas como parte de sus actividades extraescolares.

Conclusiones.

Lo anterior nos permite afirmar que una experiencia exitosa de participación en emprendeduría universitaria provoca un dinámica de mejora en el desempeño académico del estudiante universitario.

Más aun, un nuevo desafío es que tal equipo, se ha vuelto a re-integrar y están desarrollando el material que presentaran para el concurso de Beer-tual Challenge del Grupo Modelo S. A. B. de C. V.

En síntesis la emprendeduría universitaria es un detonador para mejorar el desempeño académico del estudiante universitario, para la innovación en la gestión empresarial y corresponde más al espacio de la creatividad y talento de los jóvenes emprendedores que al campo de la teorización de los expertos.

Bibliografía.

Coello, Luis Felipe. Teoría del empresario, editorial Libro para todos, México,2006.

Gelmetti, Carlos J. Pymes Globales. editorial Ugerman. Buenos Aires, 2006.

Mateo, Campoy Daniel. Estrategias y Habilidades para el Emprendedor Actual. editorial Vigo. España. 2006.

Olmos, Arrayales Jorge. Tu potencial emprendedor. editorial Pearson. México. 2007.

