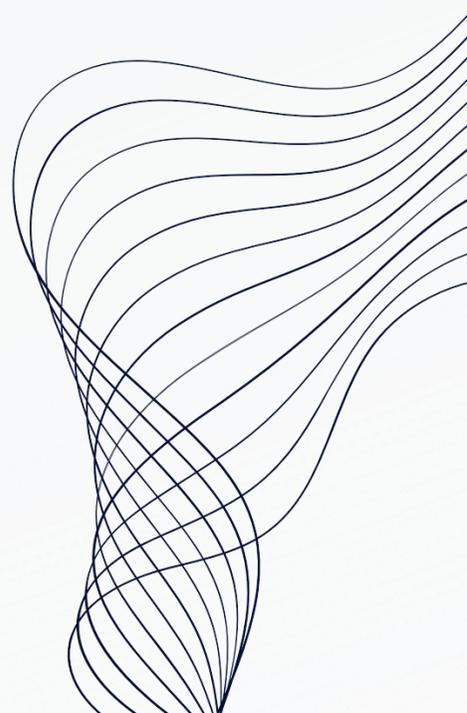


# **TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**UNIDAD I  
INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO**

**LIC. SANDRA ABIGAIL HERNÁNDEZ AGUILAR**



# CONTENIDO DE LA CLASE

**1.6**

EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD

**1.7**

TIPOS DE CREATIVIDAD

**1.8**

EQUIPO DE TRABAJO GY

**1.9**

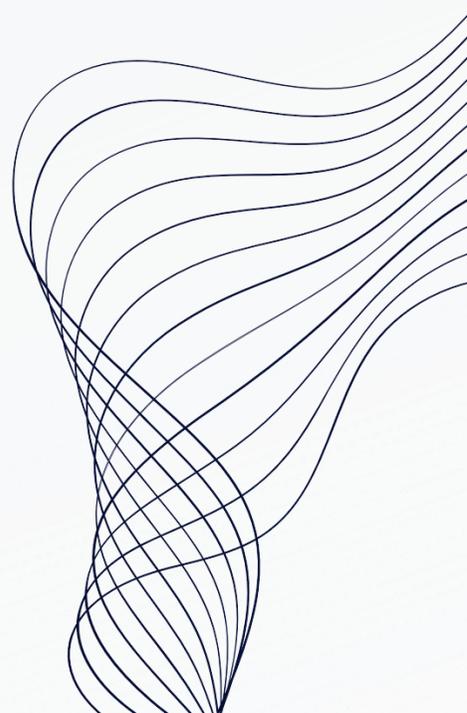
CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO



## **UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO**

UN PLAN DE NEGOCIOS ES UNA HERRAMIENTA QUE PERMITE AL EMPRENDEDOR REALIZAR UN PROCESO DE PLANEACIÓN QUE LE COADYUVE A SELECCIONAR EL CAMINO ADECUADO PARA EL LOGRO DE SUS METAS Y OBJETIVOS.

### **EL PLAN DE NEGOCIOS ES, EN FORMA GENERAL:**

- UNA SERIE DE PASOS PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO.
  - UN SISTEMA DE PLANEACIÓN PARA ALCANZAR METAS DETERMINADAS.
  - UNA RECOLECCIÓN ORGANIZADA DE INFORMACIÓN PARA FACILITAR LA TOMA DE DECISIONES.
  - UNA GUÍA ESPECÍFICA PARA CANALIZAR EFICIENTEMENTE LOS RECURSOS DISPONIBLES.
- 



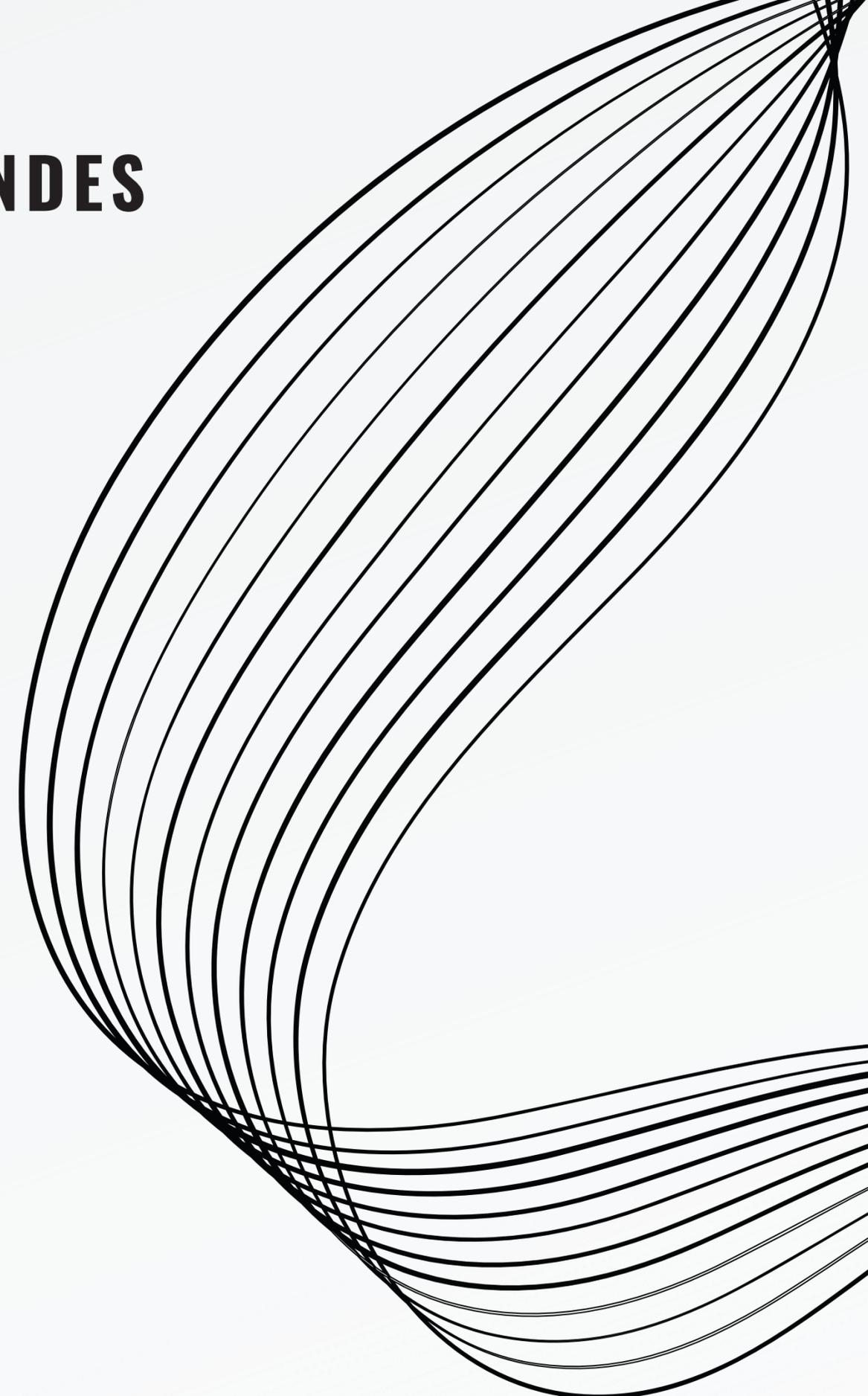
# **UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO**

## **UN PLAN DE NEGOCIOS PERMITE OBTENER DIVERSOS BENEFICIOS, YA QUE:**

- ES UNA CARTA DE PRESENTACIÓN ANTE POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO.
  - MINIMIZA EL RIESGO Y LA PROBABILIDAD DE ERRORES.
  - PERMITE OBTENER LA INFORMACIÓN NECESARIA QUE GARANTICE UNA TOMA DE DECISIONES ÁGIL, CORRECTA Y FUNDAMENTADA.
  - FACILITA LA DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE MARKETING, TÉCNICA Y ECONÓMICA DEL PROYECTO.
- 

# EL PLAN DE NEGOCIOS ABARCA SIETE GRANDES ÁREAS DE SUMA IMPORTANCIA

- *NATURALEZA DEL PROYECTO (DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA).*
- *EL MERCADO DEL PRODUCTO O SERVICIO*
- *SISTEMA DE PRODUCCIÓN.*
- *LA ORGANIZACIÓN (SISTEMA ADMINISTRATIVO) Y EL RECURSO HUMANO EN EL PROYECTO.*
- *EL ASPECTO LEGAL EN QUE EL PROYECTO ESTÁ INMERSO.*
- *LAS FINANZAS DEL PROYECTO.*
- *EL PROCESO DE PLANEACIÓN PARA EL ARRANQUE, DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DEL PROYECTO.*



# EMPRENDEDOR

*EN EL ÁMBITO DE LOS NEGOCIOS EL EMPRENDEDOR ES UN EMPRESARIO, ES EL PROPIETARIO DE UNA EMPRESA COMERCIAL CON FINES DE LUCRO*

## CARACTERÍSTICAS

- *COMPROMISO TOTAL, DETERMINACIÓN Y PERSEVERANCIA.*
- *CAPACIDAD PARA ALCANZAR METAS.*
- *ORIENTACIÓN A LAS METAS Y OPORTUNIDADES. INICIATIVA Y RESPONSABILIDAD.*
- *PERSISTENCIA EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS.*
- *REALISMO.*
- *AUTOCONFIANZA.*



## 1.6 EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD

ES IMPORTANTE SABER DE DÓNDE SURGE LA CREATIVIDAD. ES AMPLIAMENTE CONOCIDO QUE EN NUESTRO CEREBRO HAY DOS HEMISFERIOS: IZQUIERDO Y DERECHO (PABLO CAZAU, 1999). CADA UNO AYUDA A DESARROLLAR UNA CIERTA PARTE DE LA CREATIVIDAD QUE EL INDIVIDUO NECESITA.

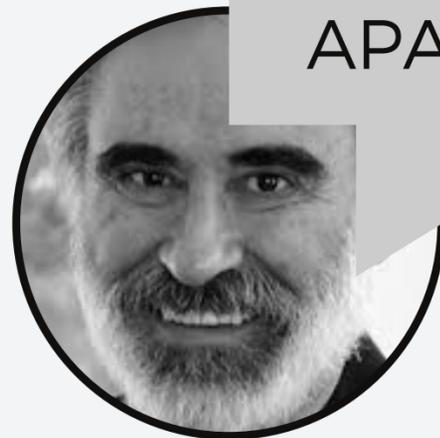


# TESTIMONIALS

## Según Schnarch (2001)



A CADA HEMISFERIO SE LE ATRIBUYEN ALGUNAS CAPACIDADES RELACIONADAS ENTRE SÍ, COMO LO MUESTRA EL CUADRO SIGUIENTE, LAS CUALES CONTRIBUYEN A LA APARICIÓN DE LA CREATIVIDAD:



# LOS EMISFERIOS CEREBRALES Y SUS CAPACIDADES



## HEMISFERIO IZQUIERDO

- LÓGICA
- RAZONAMIENTO
- LENGUAJE
- NÚMEROS
- ANÁLISIS
- PENSAMIENTO LINEAL
- PENSAMIENTO DIGITAL
- PENSAMIENTO CONCRETO



## HEMISFERIO DERECHO

- RITMO
- MÚSICA
- IMAGINACIÓN
- IMÁGENES
- COLOR
- RECONOCIMIENTO DE FORMAS
- ENSONACIONES
- PENSAMIENTO ABSTRACTO

*SI LA CREATIVIDAD NO SÓLO ES EL PRODUCTO DE LA HERENCIA GENÉTICA, ENTONCES TODAS LAS PERSONAS PUEDEN INCREMENTARLA. DE MODO QUE EL EMPRENDEDOR SE DEBE CAPACITAR PARA GENERAR IDEAS QUE SEAN INNOVADORAS Y QUE LE PERMITAN ENCONTRAR OPCIONES PARA REALIZAR PROYECTOS CON ÉXITO, A PARTIR DE LO SIGUIENTE:*

- LAS IDEAS SURGEN ESPONTÁNEAMENTE, PERO NO CUANDO SE ESTÁ CERRADO A LAS POSIBILIDADES Y NECESIDADES DEL MEDIO EN EL QUE SE DESENVUELVE.*
- DE TODAS LAS IDEAS QUE VIENEN A LA MENTE, DEBEN DESCARTARSE LAS QUE NO SON FÁCILES DE REALIZAR O QUE SON INCOSTEABLES.*



# 1.7 TIPOS DE CREATIVIDAD

DIVIDE A LA CREATIVIDAD EN DOS TIPOS: CIENTÍFICA Y ARTÍSTICA.

**WEISBERG  
(1989)**

PROPONE UN MODELO DE INTELIGENCIA EN EL QUE LLAMA CREATIVIDAD AL PENSAMIENTO CONVERGENTE Y DIVERGENTE

**GUILFORD  
(1978)**

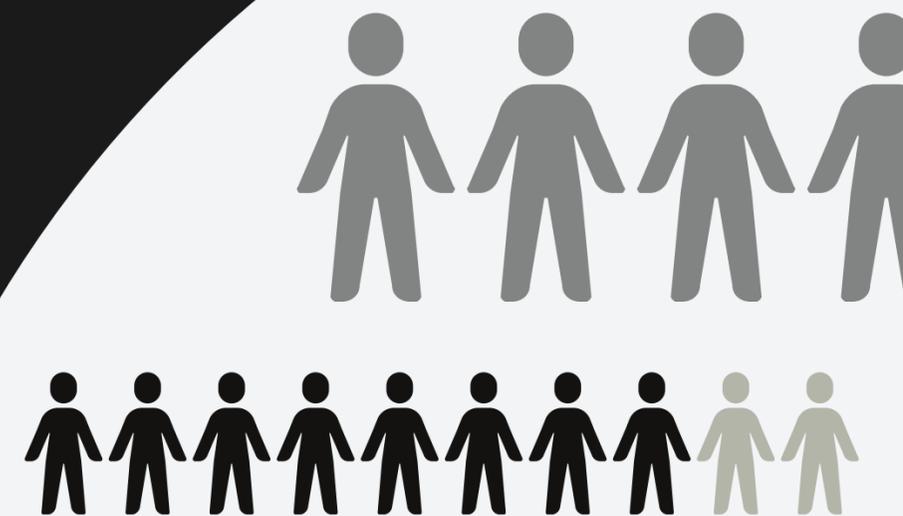
HAY DOS TIPOS DE CREATIVIDAD: LA ORDINARIA Y LA EXCEPCIONAL.

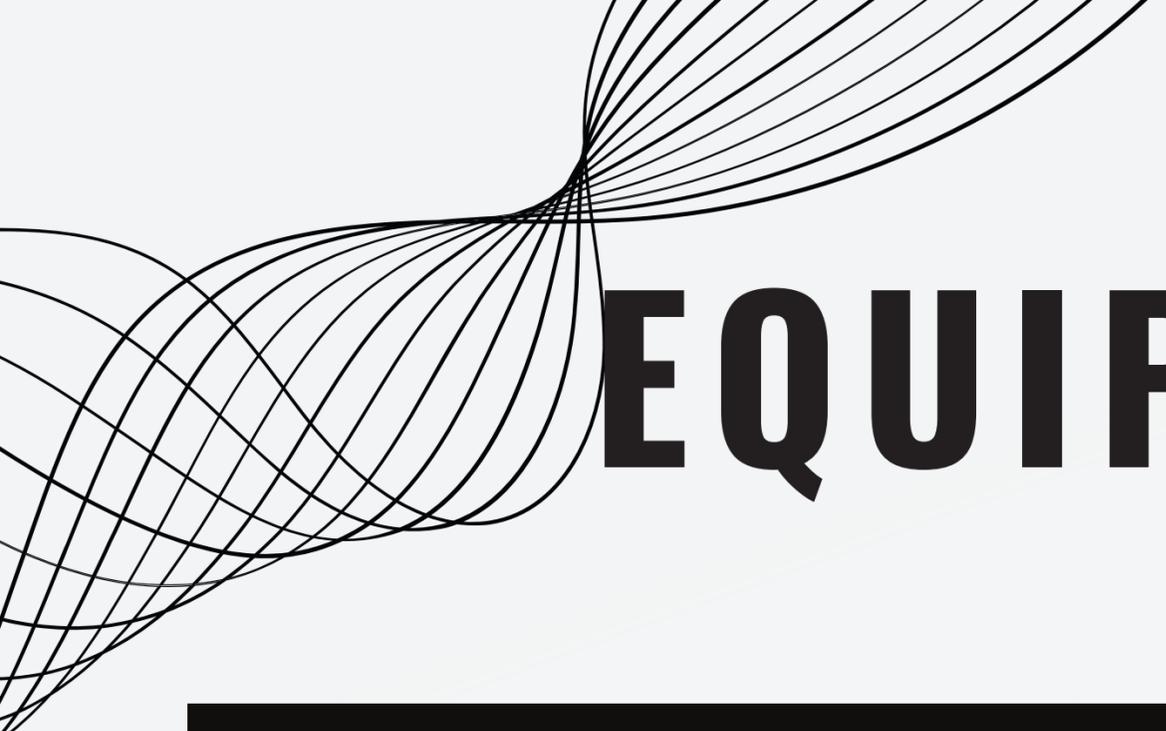
**PSICOLOGÍA,**

# 1.8 EQUIPO DE TRABAJO

El hombre, por naturaleza, es un ser social y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse.

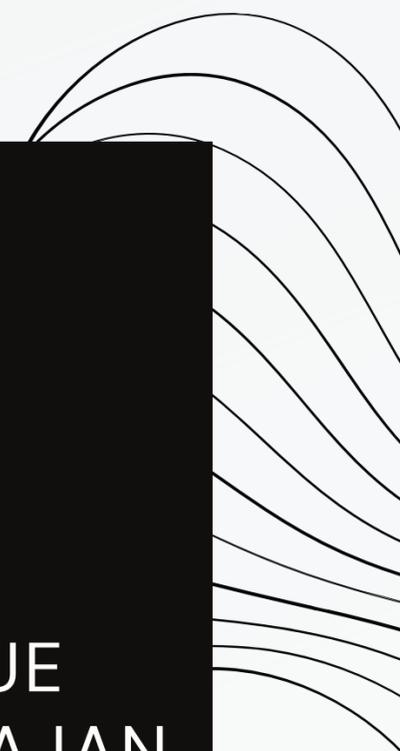
En los equipos se ponen en juego las personalidades de los involucrados, así como sus habilidades y cualidades.





# EQUIPO DE TRABAJO

EN SU DEFINICIÓN, SMITH (2001) ACLARA QUE UN EQUIPO ES UN NÚMERO REDUCIDO DE INDIVIDUOS CON CAPACIDADES COMPLEMENTARIAS, COMPROMETIDAS CON UN PROPÓSITO, UN OBJETIVO DE TRABAJO Y UN PLAN COMUNES; ADEMÁS DE COMPARTIR LAS RESPONSABILIDADES.



HAYES (2002) DICE QUE ES "UN GRUPO DE PERSONAS QUE PERSIGUEN UN OBJETIVO, TRABAJAN COORDINADAS Y CONTRIBUYEN CON SU TALENTO, SUS APTITUDES Y SUS ENERGÍAS AL TRABAJO".

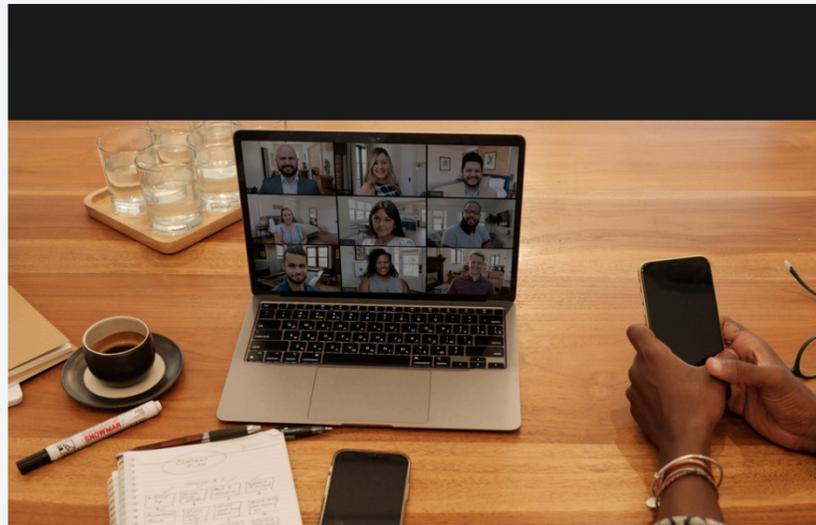


# ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL TRABAJO EN EQUIPO?

EL TRABAJO EN EQUIPO HA GANADO IMPORTANCIA DENTRO DE LAS EMPRESAS, DONDE POCO A POCO SE HA VUELTO UNA NECESIDAD DEBIDO A LAS EXIGENCIAS DE CALIDAD, EFICACIA Y COMPETITIVIDAD QUE LA SOCIEDAD ESPERA DEL SECTOR EMPRESARIAL. EL MUNDO MODERNO DEMANDA EL MAYOR APROVECHAMIENTO Y AHORRO DE RECURSOS, ASÍ COMO CALIDAD DE TRABAJO, EFICIENCIA E INNOVACIÓN.

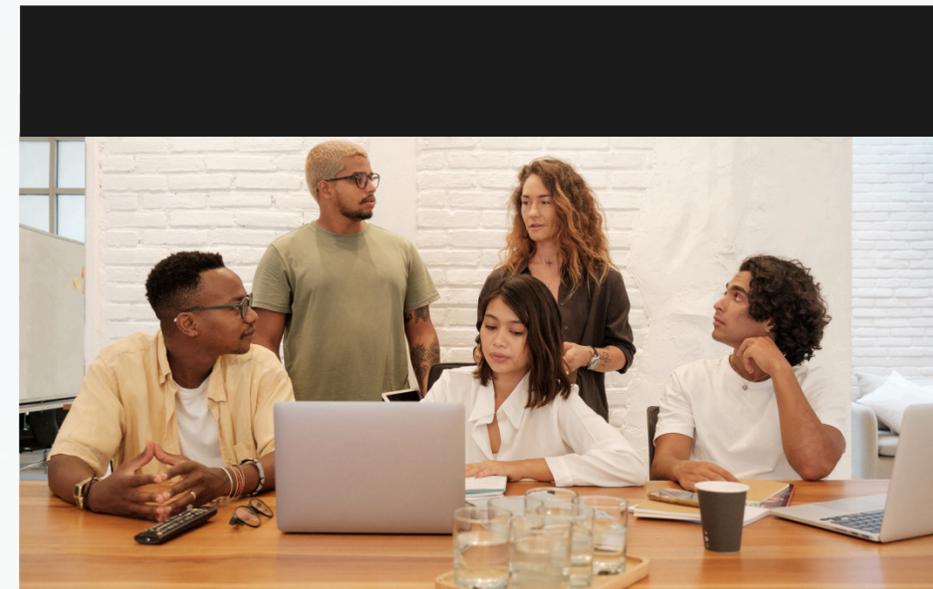


# DE ACUERDO A AUTORES ES NECESARIO CUMPLIR CON ALGUNAS CONDICIONES:



- Los miembros del equipo deben tener presente un objetivo común
- Deben tener competencias diversas, a fin de que se complementen y permitan la generación de la sinergia.
- Todas las actividades del equipo deben estar estructuradas, planeadas y bien definidas hacia el cumplimiento de las metas u objetivos trazados.

- Las tareas deben repartirse con equidad entre los integrantes del equipo.
- Debe haber una buena coordinación de sus labores, así como integrar las diversas funciones y actividades desarrolladas por las personas que conforman el equipo.
- Es necesario que exista un liderazgo, el cual puede y debe ser asumido por los integrantes del equipo.



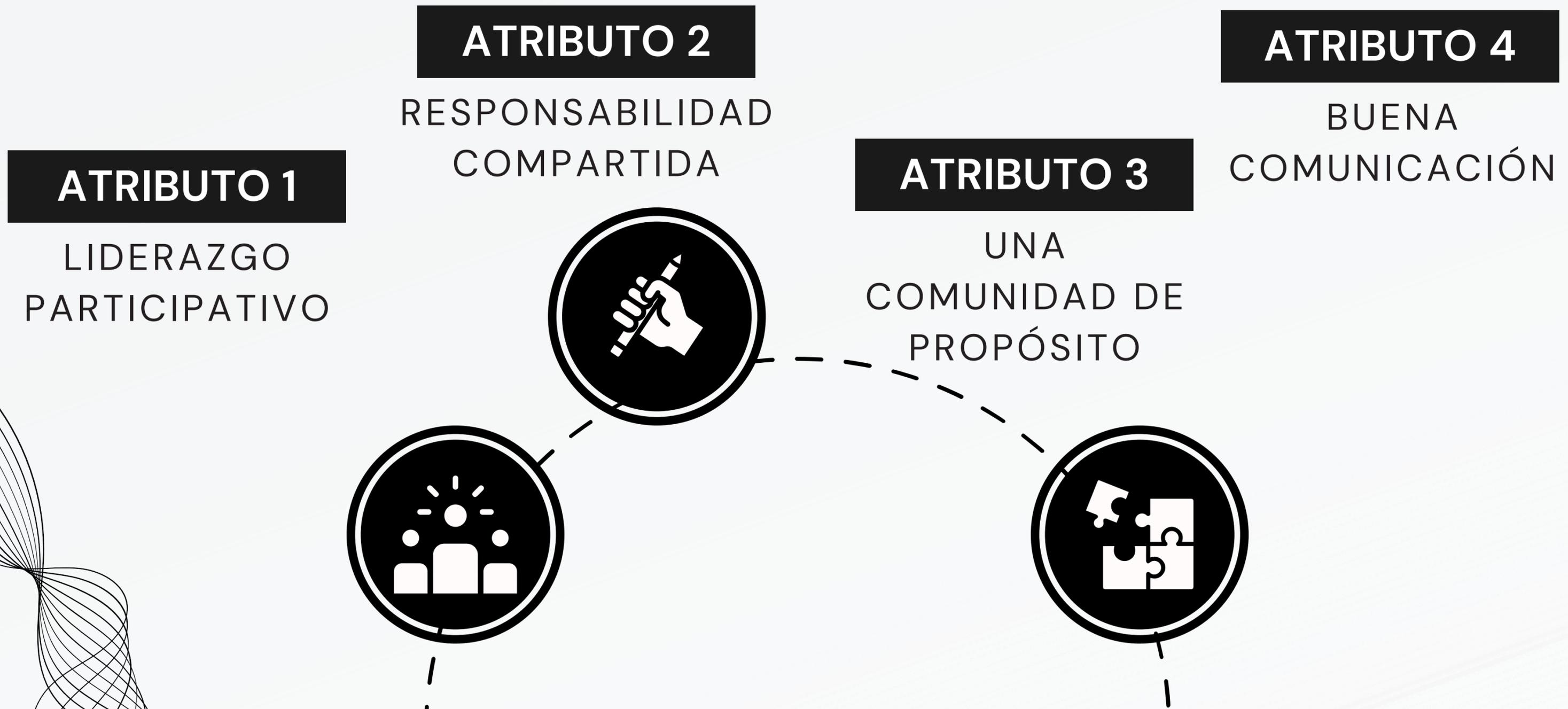
# 1.9 CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO

*UN EQUIPO EFECTIVO ES ALGO MÁS QUE UN SIMPLE GRUPO DE INDIVIDUOS CUYA COORDINACIÓN DE ESFUERZOS ES BUENA. CONSTITUIR UN GRUPO DE ALTO DESEMPEÑO, O ALTAMENTE EFECTIVO, REQUIERE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS QUE LES PERMITAN ALCANZAR RESULTADOS DE EXCELENCIA.*



# BUCHHOLZ (1993) PROPONE SIETE ATRIBUTOS

PARA QUE UN EQUIPO SEA CONSIDERADO DE ALTO DESEMPEÑO, O DE GRAN EFICIENCIA (EFECTIVO), COMO:



# BUCHHOLZ (1993) PROPONE SIETE ATRIBUTOS

PARA QUE UN EQUIPO SEA CONSIDERADO DE ALTO DESEMPEÑO, O DE GRAN EFICIENCIA (EFECTIVO), COMO:

## ATRIBUTO 5

MIRA EN EL  
FUTURO



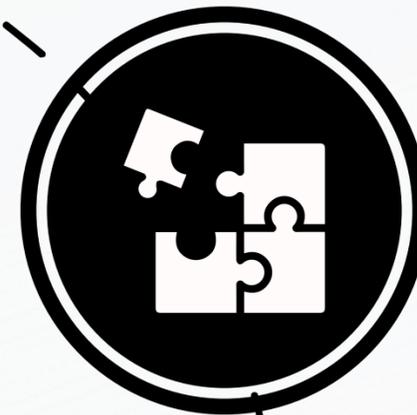
## ATRIBUTO 6

CONCENTRACIÓN EN  
LAS TAREAS



## ATRIBUTO 7

RESPUESTA  
RÁPIDA Y  
PROACTIVA



# ACCIONES PARA MOTIVAR AL EQUIPO SON:



CREAR UN ENTORNO DE TRABAJO AGRADABLE, EN EL CUAL LAS PERSONAS SE SIENTAN CÓMODAS CON SUS LABORES



QUE TODOS LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO SE CONOZCAN ENTRE SÍ PARA FOMENTAR UNA MAYOR INTEGRACIÓN



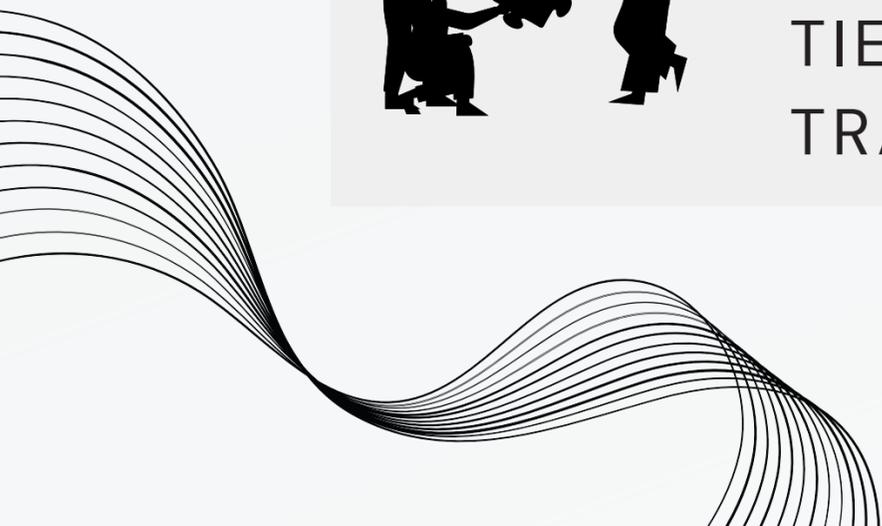
# ACCIONES PARA MOTIVAR AL EQUIPO SON:



PROPORCIONAR SUFICIENTE ESPACIO Y TIEMPO PARA QUE SE REALICE EL TRABAJO.



- CREAR NUEVOS E INTERESANTES RETOS.
- PROPORCIONAR SUFICIENTE ESPACIO Y TIEMPO PARA QUE SE REALICE EL TRABAJO.





# ¿POR QUÉ FRACASAN LOS EQUIPOS DE TRABAJO?

- NO TENER METAS Y OBJETIVOS CLAROS NI COMPARTIDOS POR SUS INTEGRANTES.
  - FALTA DE COORDINACIÓN EN LA SECUENCIA DE LAS ACCIONES PARA ALCANZAR LA META PRETENDIDA.
  - LA AUSENCIA DE UN BUEN PROCESO DE COMUNICACIÓN, QUE REPERCUTE EN DESMOTIVACIÓN Y DESINTEGRACIÓN DENTRO DEL EQUIPO.
  - EL LIDERAZGO RÍGIDO (O INEXISTENTE) QUE NO SE ADAPTA A LAS ETAPAS Y CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPO Y QUE NO SE EJERCE PARTICIPATIVAMENTE POR EL GRUPO.
- 

# COMUNICACIÓN

*LA COMUNICACIÓN ES EL PROCESO MEDIANTE EL CUAL SE PRODUCE UN INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN, OPINIONES, EXPERIENCIAS, SENTIMIENTOS, ETC., ENTRE DOS O MÁS PERSONAS A TRAVÉS DE UN MEDIO (TELÉFONO, VOZ, ESCRITURA Y OTROS).*





# LA COMUNICACIÓN SE DA EN SENCILLOS PASOS:

- LA PERSONA QUE COMUNICA (EMISORA) CONSTRUYE LA IDEA Y LA TRADUCE A PALABRAS, IMÁGENES O GESTOS.
- EL INDIVIDUO QUE COMUNICA TRANSMITE EL MENSAJE POR ALGÚN MEDIO O CANAL.
- OTRO SUJETO (RECEPTOR) RECIBE EL MENSAJE, LO TRADUCE Y LO COMPRENDE
- EL RECEPTOR CONTESTA EL MENSAJE