



Taller del emprendedor

Noveno Cuatrimestre
M.E.C. Andrés Alejandro Reyes Molina

Objetivo

Al finalizar el curso el alumno conocerá y aplicará los conceptos de la función directiva, a fin de que desde su posición como empresario o como ejecutivo de empresas y organismos, sea capaz de dirigir estos en entornos globales, cambiantes, competitivos e inciertos.

UNIDAD I

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

- 1.1 Espíritu emprendedor
- 1.2 Características del emprendedor
- 1.3 Tipos de emprendedores
- 1.4 Evaluación de la capacidad de emprender
- 1.5 Creatividad y términos afines
- 1.6 El proceso de la creatividad
- 1.7 Tipos de creatividad
- 1.8 Equipo de trabajo
- 1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

- **Séneca** mencionó en alguna ocasión que.. “ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar”.
- Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación.
- También es un medio para concretar ideas; es una forma de ponerlas por escrito, en blanco y negro.

El plan de negocios

1. Una serie de pasos para la concepción y el desarrollo de un proyecto.
2. Un sistema de planeación para alcanzar metas determinadas.
3. Una recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones.
4. Una guía específica para canalizar eficientemente los recursos disponibles.

Diversos Beneficios

- Es una carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento.
- Minimiza la incertidumbre natural en un proyecto y, por ende, reduce 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

- Es la concreción de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un plan de empresa (existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y las realidades, entre las intenciones y los hechos; el plan de negocios permite cruzar esa línea).

Por otra parte

- El plan de negocios también es una gran ayuda como elemento de medición, sirve de base para comparar los resultados reales y, si es necesario, para tomar las medidas correctivas.

¿por qué escribir un plan de negocios?

Welsh y White

- Los emprendedores exitosos se comprometen con él.
- Los inversionistas lo requieren.
- Los banqueros lo desean.
- Los especialistas lo sugieren.
- Los proveedores y clientes lo admiran.
- Los administradores lo necesitan.
- Los consultores lo recomiendan.
- La razón lo exige.

Puntos esenciales para un proyecto de éxito

- El producto o servicio.
- La competencia.
- El mercado.
- La elaboración del producto y/o la prestación del servicio.
- El sistema de administración (organización).
- El estado financiero del proyecto.
- La planeación estratégica y operativa.
- Los requisitos legales.

- Naturaleza del proyecto (descripción de la empresa).
- El mercado del producto o servicio
- Sistema de producción
- La organización
- 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.

En concreto

Plan de Negocio

- No es, ni puede ser, un documento muerto, estático, inamovible.
- **Thomas Alva Edison** decía: —una idea genial está compuesta de 1% de inspiración y 99% de transpiración.

Según expertos

- Más de 50% de las empresas cierran durante los primeros cuatro años de existencia debido, entre otras cosas, a la falta de un sistema de planeación

Un plan de negocios debe ser

- **Claro.** Sin ambigüedades, entendible (que cualquier persona lo pueda comprender), que no dé lugar a dudas o se preste a confusiones.
- **Conciso.** Que contenga sólo la información necesaria, sin más datos que los realmente indispensables.
- **Informativo.** Con los datos necesarios, que permitan:
 - Tener una imagen clara del proyecto (incluidas sus ventajas competitivas y áreas de oportunidad).
 - Medir la factibilidad del proyecto.
 - Facilitar la implantación, la cual asegure, paso a paso, un desarrollo adecuado.

1.1 Espíritu emprendedor

- En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.
- Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios.
- Say (1800) —citado por Drucker (1989)— lo clasifica como un —buen administrador

Asimismo, Shefsky (1997) y Baumol (1993)

- —citado este último por Ibáñez (2001)— señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría.

1.2 Características del emprendedor

- 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.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Emprendedor

- Creación: establecimiento de una nueva unidad de negocios.
- Administración general: dirección apropiada para una buena utilización de recursos.
- Innovación: generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios, procesos, mercados, sistemas de organización, etcétera.
- Aceptación del riesgo: capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- Mejor desempeño: el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento.

1.3 Tipos de emprendedores

- *El emprendedor administrativo.*
- *El emprendedor oportunista.*
- *El emprendedor adquisitivo.*
- *El emprendedor incubador.*
- *El emprendedor imitador.*

Según la razón por la que emprenden

- Por aprovechar una oportunidad.
- Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable.

Según el tipo de empresa que desarrollan

- El emprendedor social busca
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros
- Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur)

1.4 Evaluación de la capacidad de emprender

- Es la puntuación que obtuvo en la actividad de la evaluación

1.5 Creatividad y términos afines

- La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa —dar origen a algo nuevo, es decir, hacer algo que no había, ya sea un invento o una obra de arte.
- Entonces, la creatividad es un proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original.

definiciones asociadas

- Facultad de crear.
- Capacidad de creación

1.6 El proceso de 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.

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:

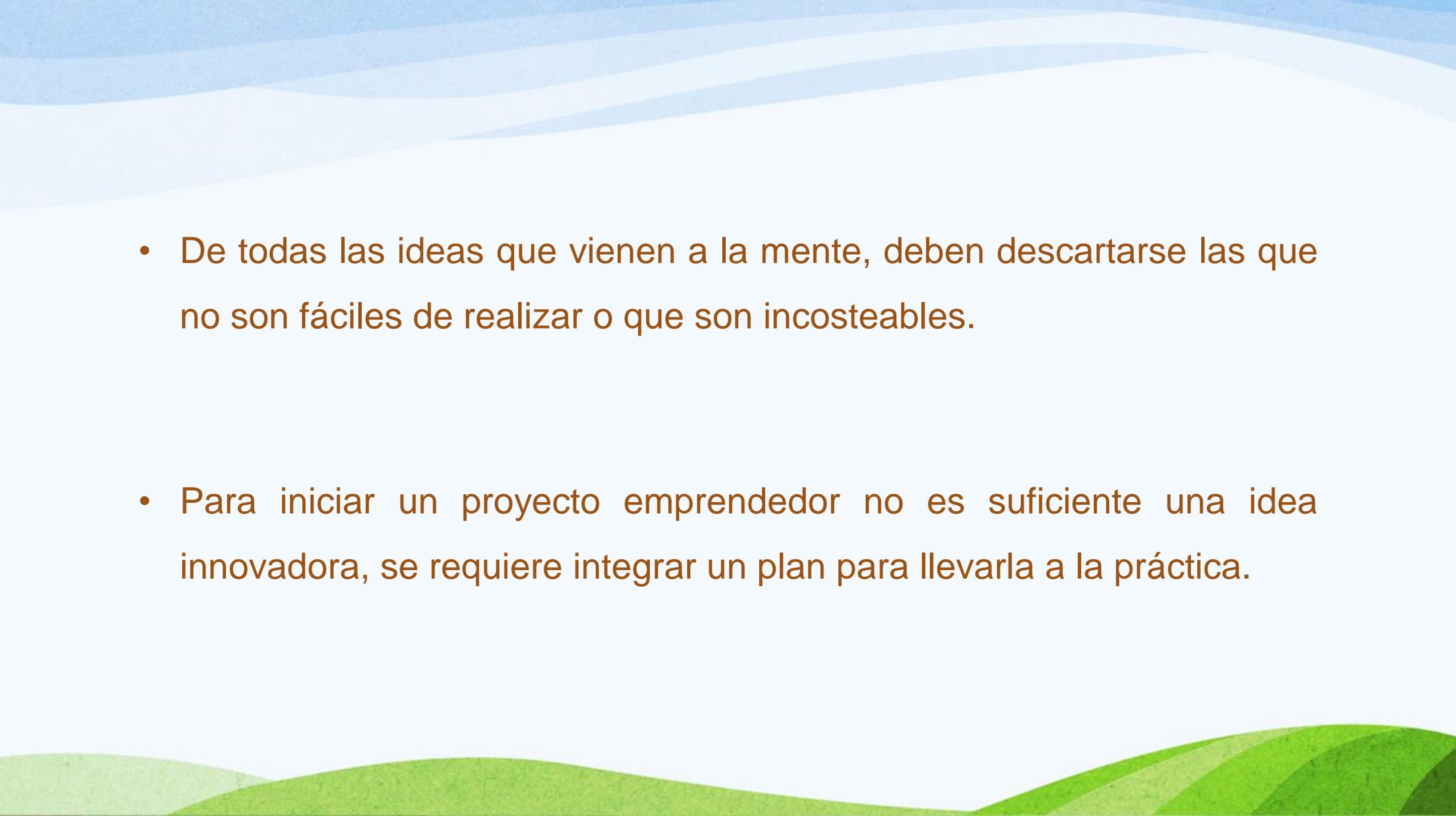
Los hemisferios cerebrales y sus capacidades.

Hemisferio izquierdo	Hemisferio derecho
Lógica	Ritmo
Razonamiento	Música
Lenguaje	Imaginación
Números	Imágenes
Análisis	Color
Pensamiento lineal	Reconocimiento de formas
Pensamiento digital	Ensoñaciones
Pensamiento concreto	Pensamiento abstracto

Emprendedor

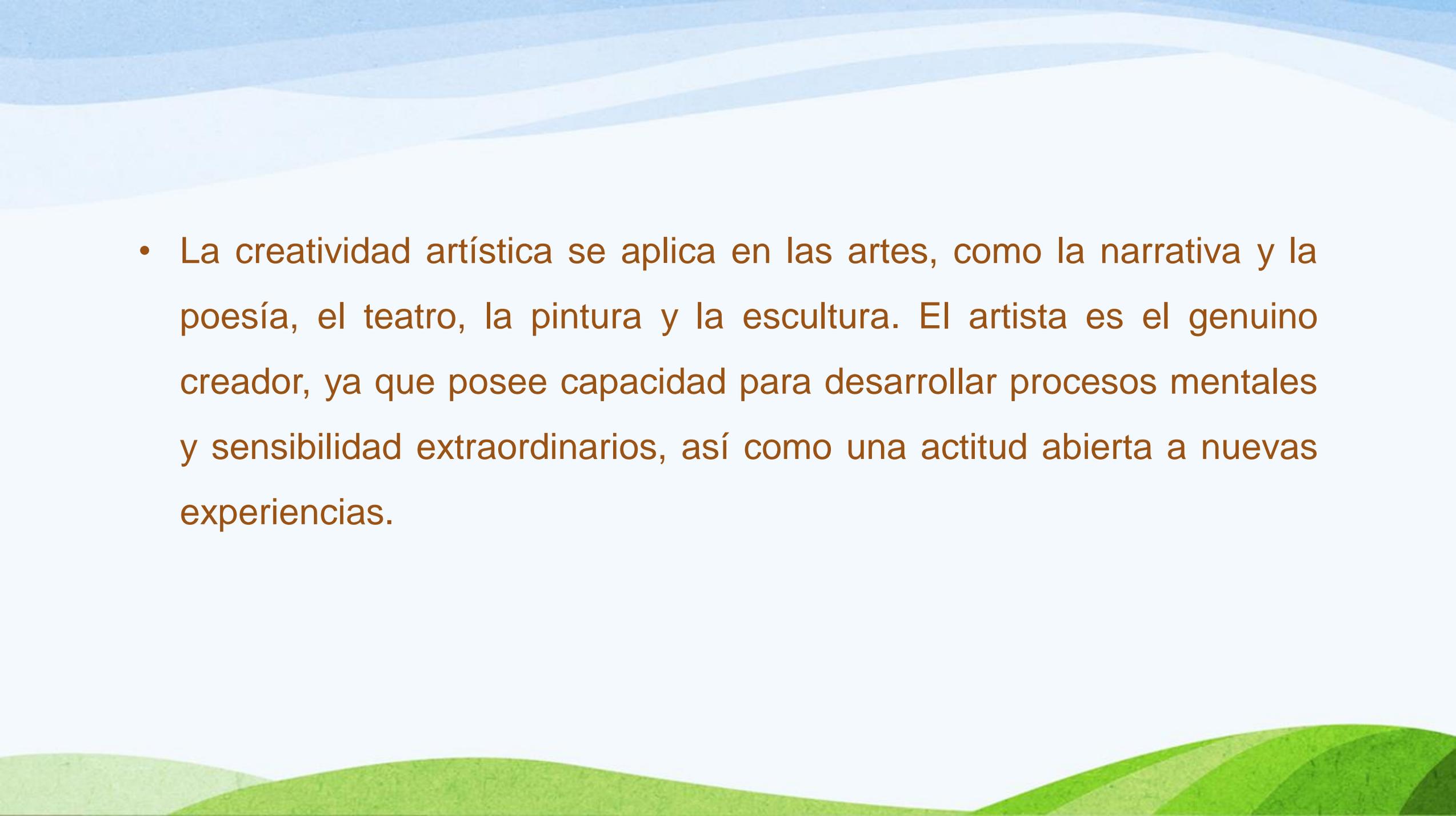
Se debe capacitar para generar ideas que sean innovadoras y que le permitan encontrar opciones para realizar proyectos con éxito.

- 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.
 - Para iniciar un proyecto emprendedor no es suficiente una idea innovadora, se requiere integrar un plan para llevarla a la práctica.

1.7 Tipos de creatividad

- Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística. En el primer caso es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras.

- 
- La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura. El artista es el genuino creador, ya que posee capacidad para desarrollar procesos mentales y sensibilidad extraordinarios, así como una actitud abierta a nuevas experiencias.

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. Las cuales se otorgan al equipo para lograr una meta común (Stewart y otros, 2003).

Según Holp (2003)

- —un equipo [...] se puede definir como un grupo de personas que trabajan juntas hacia una serie de objetivos específicos dentro de una esfera operativa determinada.

Condiciones

- objetivo común. actividades del equipo deben estar estructuradas, planeadas y bien definidas.
- Las tareas deben repartirse.
- Coordinación.
- Liderazgo.
- Comunicación.
- mecanismos de autorregulación.

1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo

- 1. Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
- 2. Responsabilidad compartida que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado y, de esa manera, propiciar un compromiso voluntario.
- 3. Una comunidad de propósito; es decir, los integrantes conocen cuál es su razón para pertenecer a ese equipo y, también, cuál es su función dentro de él.
- 4. La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación.

1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo

- 5. La mira en el futuro, tanto en la meta final como en el proceso, para alcanzar los propósitos y no perder de vista su capacidad para mejorar con el tiempo. Esto es esencial para concebir el cambio como una oportunidad de crecimiento.
- 6. Concentración en las tareas que se acuerdan en las reuniones periódicas de planeación, seguimiento y evaluación.
- 7. Respuesta rápida y proactiva; es decir, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.