



Nombre de alumno: MARÍA THALIA ROMERO GALEANA

Nombre del profesor: KARINA MARICRUZ PEREZ

Nombre del trabajo: CUADRO SINOPTICO

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado: NOVENO CUATRIMESTRE

Grupo: "A"

FECHA: 09 DE MAYO DE 2020.

Introducción al emprendurismo.

Plan de Negocios

Serie de pasos
Sistema de planeación
Recolección organizada
Guie específica

Es la concreción de las ideas de un emprendedor

Línea entre pensamiento débil y la acción.

Desarrollo de un plan de negocios

Carta de presentación
Minimiza la incertidumbre
Permite obtener información
Facilita la determinación.

Ordenar la información

Claro
Conciso
Informativo

¿Por qué escribir un plan de negocios?

Según Welsh y White.

Los emprendedores son exitosos
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

Un plan de negocios describe

Producto o servicio
Competencia
Mercado
Elaboración del producto
Sistema de Administración
Estado Financiero
Planeación Estratégica
Requisitos legales

Plan de negocios

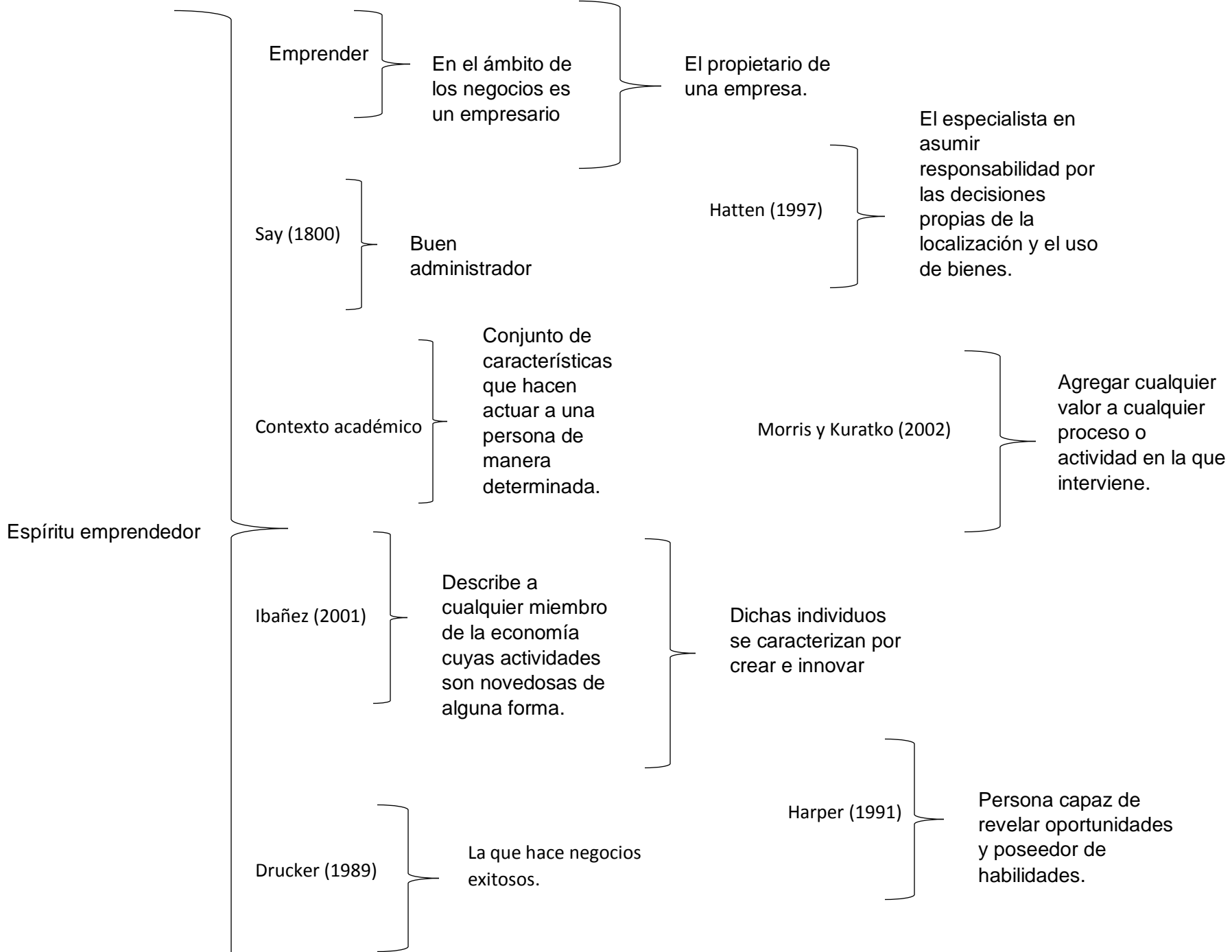
No debe ser:
Estático,
inamovible.

Debe ser:
Dinámico,
cambiante,
adaptable

La razón lo exige
Thomas Alva Edison:

Una idea genial está compuesta de 1% de inspiración y 99% de transpiración.

Cada plan es diferente



Características del emprendedor.

Jhon Kao (1989)

Compromiso total
Capacidad para alcanzar metas
Iniciativa y responsabilidad
Persistencia en la solución de problemas
Realismo
Autoconfianza
Altos niveles de energía
Buscas de realimentación
Control interno alto
Toma riesgos calculados
Baja necesidad de estatus y poder
Integridad y confiabilidad
Tolerancia al cambio

VanderWerf y Brush (1989)

Creación
Administración general
Innovación
Aceptación
Mejor desempeño

Riesgos

Pondera los beneficios y asume los peligros.

Emprendedor

Creatividad e innovación

Confianza en el mismo y sus capacidades

Perseverancia

Capacidad para manejar problemas

Aceptación del riesgo.

Tipos de emprendedores

Schollhammer (1980)

- Emprendedor administrativo
- Emprendedor oportunista
- Emprendedor adquisitivo
- Emprendedor incubador
- Emprendedor imitador

McClelland (1971)

Es una persona que posee necesidades psicológicas básicas.

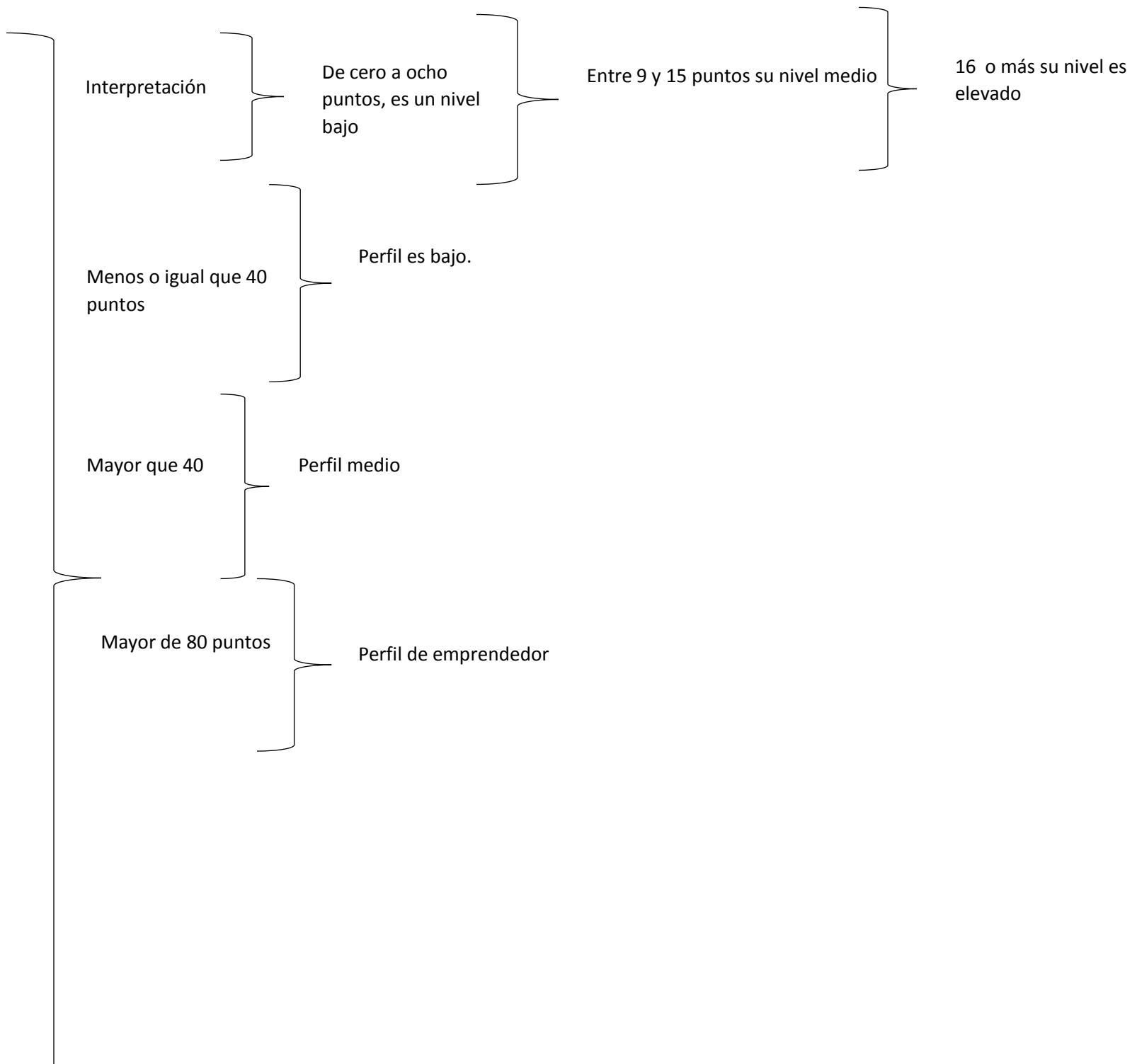
Según la razón por la que emprende

- 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 a través de su creatividad.
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y modelo
- Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya.

Evaluación de la capacidad para emprender



Interpretación

De cero a ocho puntos, es un nivel bajo

Entre 9 y 15 puntos su nivel medio

16 o más su nivel es elevado

Menos o igual que 40 puntos

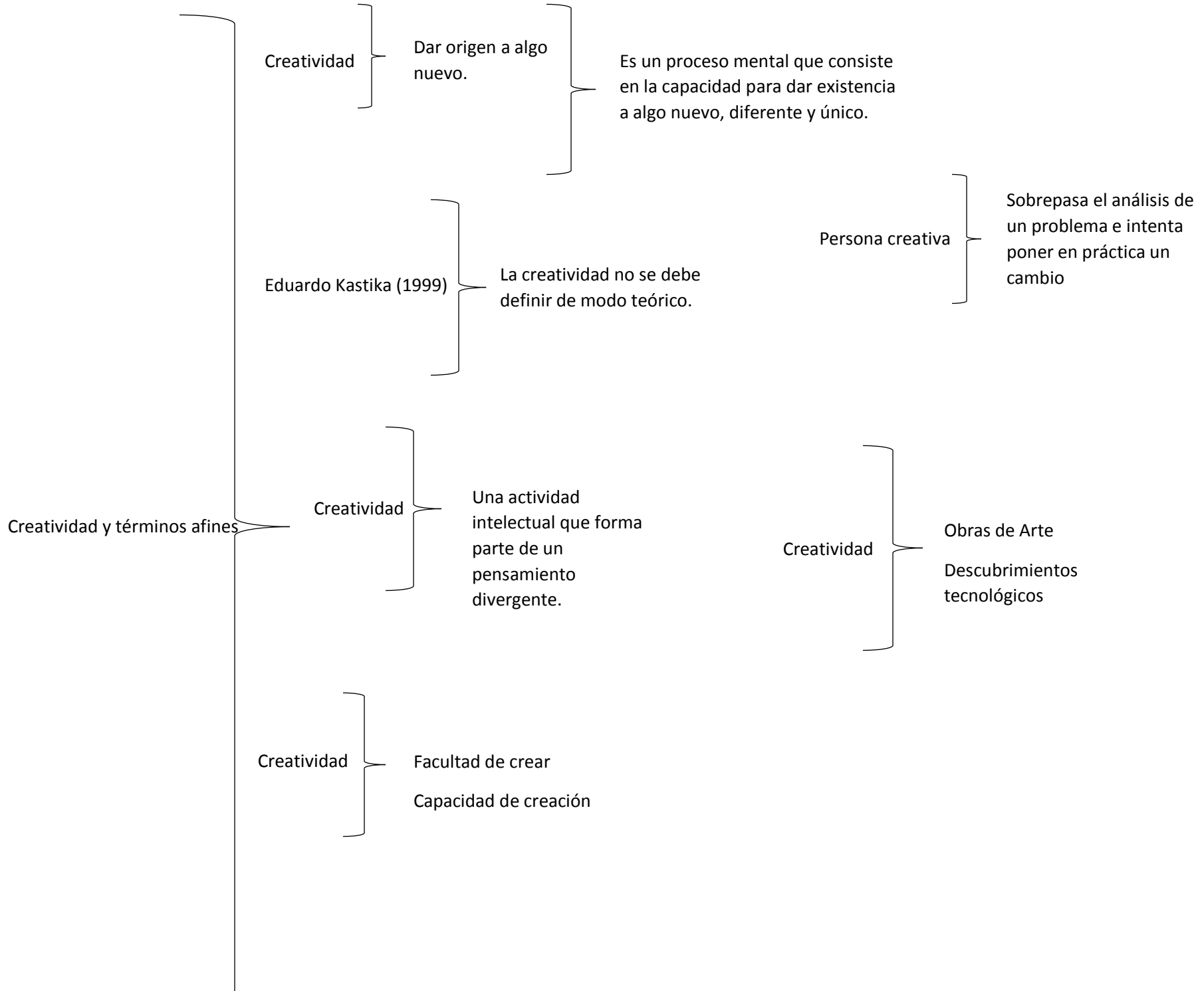
Perfil es bajo.

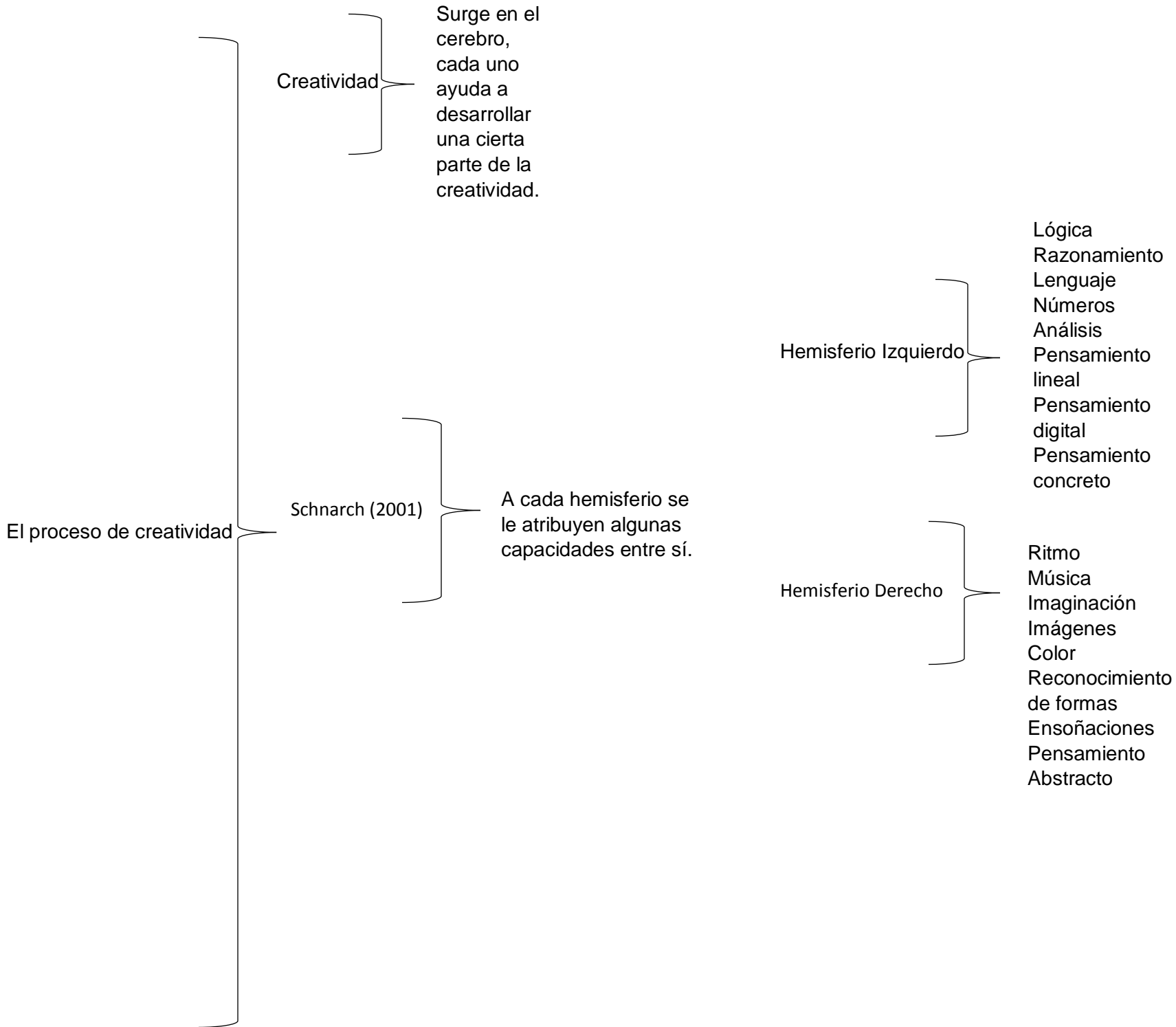
Mayor que 40

Perfil medio

Mayor de 80 puntos

Perfil de emprendedor





Creatividad

Surge en el cerebro, cada uno ayuda a desarrollar una cierta parte de la creatividad.

Schnarch (2001)

A cada hemisferio se le atribuyen algunas capacidades entre sí.

Hemisferio Izquierdo

- Lógica
- Razonamiento
- Lenguaje
- Números
- Análisis
- Pensamiento lineal
- Pensamiento digital
- Pensamiento concreto

Hemisferio Derecho

- Ritmo
- Música
- Imaginación
- Imágenes
- Color
- Reconocimiento de formas
- Ensoñaciones
- Pensamiento Abstracto
- Pensamiento Abstracto

Tipos de creatividad

Weisberg (1989)

Científica

Procesos de reestructuración en el descubrimiento Científico

Artística

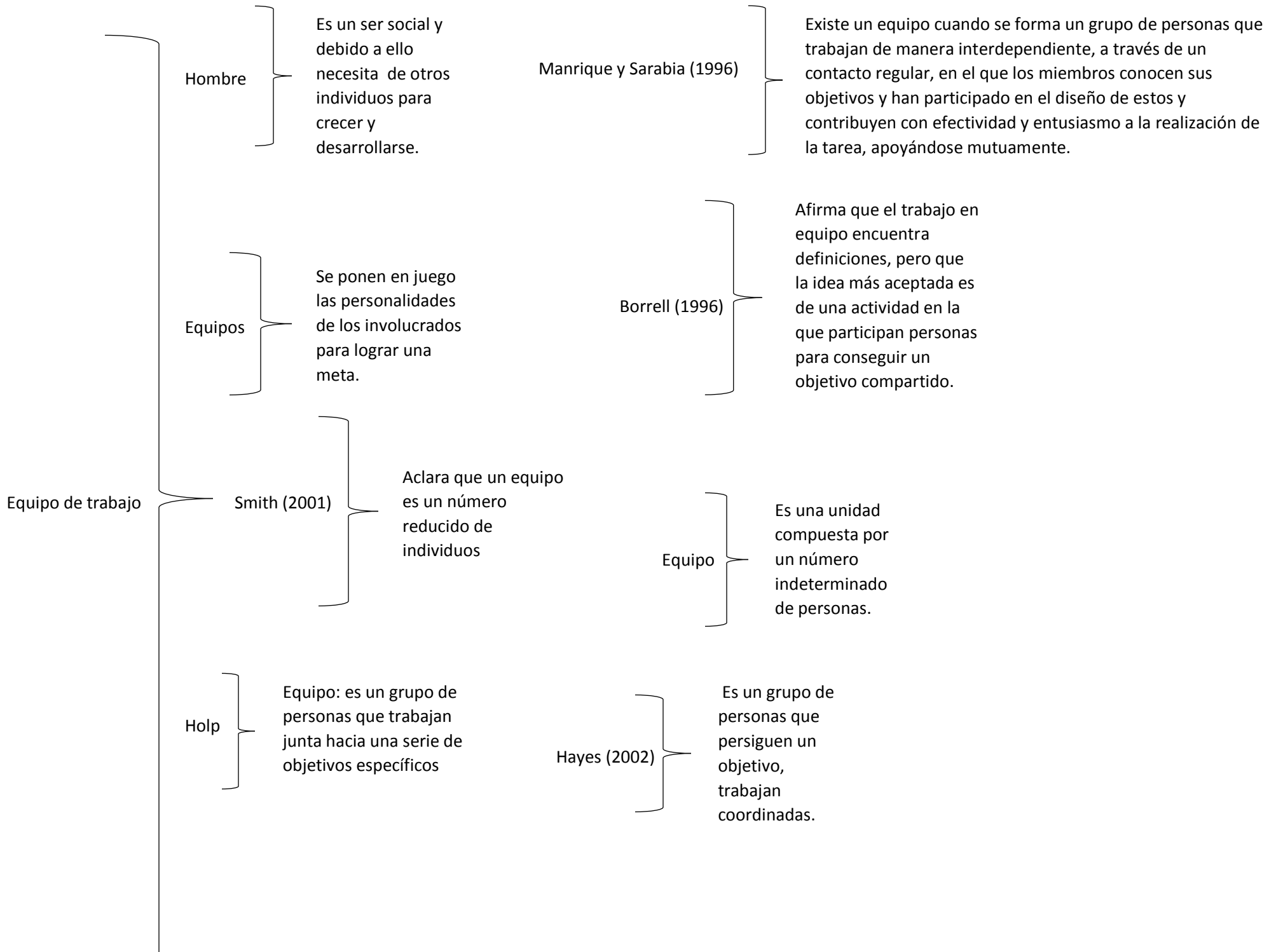
Se aplica en las artes, narrativa, poesía, teatro, pintura y escultura

Guilford (1978)

Propone un modelo de inteligencia en que llama la creatividad al pensamiento divergente

Pensamiento divergente

Es una condición necesaria pero no suficiente para la creatividad, esta depende de un amplio conocimiento del área de interés.



Características de los equipos efectivos de trabajo.

Buchholz (1993)

- Liderazgo participativo
- Responsabilidad compartida
- Comunidad de propósito
- Buena comunicación
- Mira en el futuro
- Concentración en las tareas
- Respuesta rápida

Motivar al equipo

- Crear un entorno agradable
- Los integrantes del equipo se conozcan
- Mostrar interés
- Dedicar tiempo suficiente
- Dar continuidad a las acciones
- Proporcionar suficiente espacio
- Encomiar los logros
- Crear nuevos e interesantes retos
- Fomentar el autocontrol
- Mostrar calidez humana.

¿Por qué fracasan los equipos de trabajo?

- No tener metas y objetivos
- Falta de coordinación
- Ausencia de un buen proceso de comunicación
- Liderazgo rígido
- Desinterés
- Ausencia de esquemas

Comunicación

Es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos.

Emisor

La persona que comunica
El individuo que comunica transmite el mensaje

Receptor

Recibe el mensaje lo traduce y lo comprende

