

Licenciatura En Enfermería

DOCENTE

Andrés Alejandro Reyes

ALUMNO: Jhonatan López García

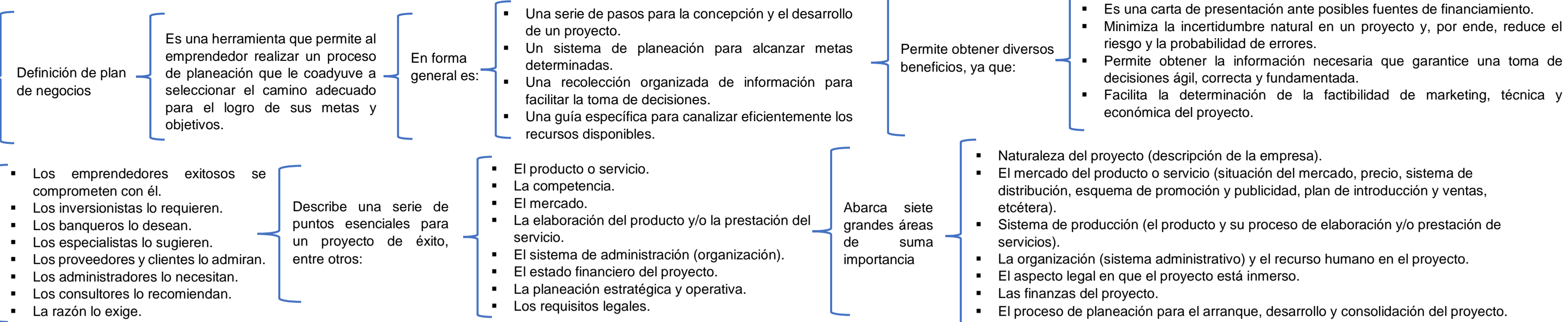
MATERIA: Taller Del Emprendedor

ACTIVIDAD: Cuadro Sinóptico

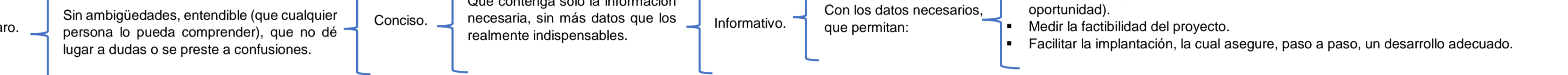
FECHA: 22/05/2020

UNIDAD I

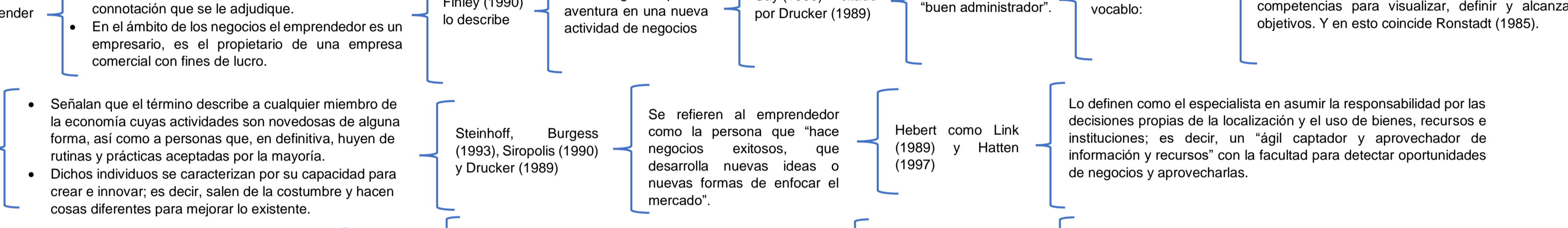
1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO



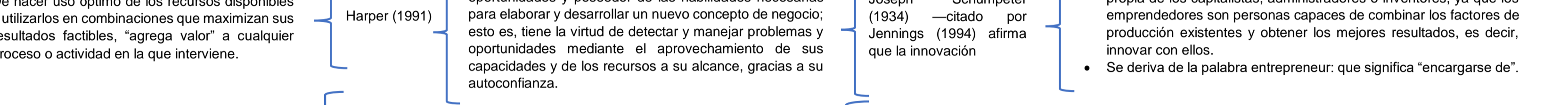
Un plan de negocios debe ser:



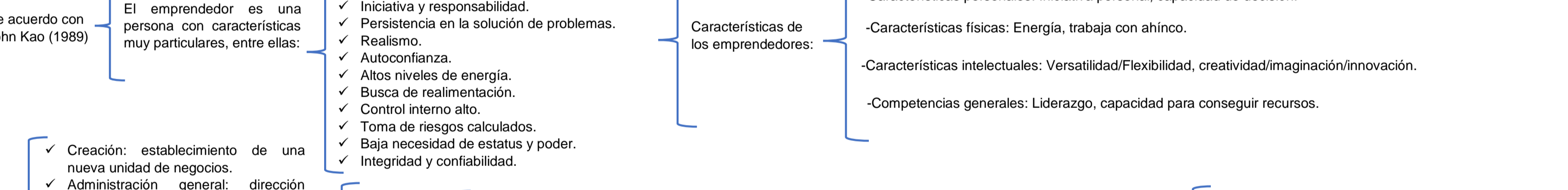
1.1 Espíritu emprendedor



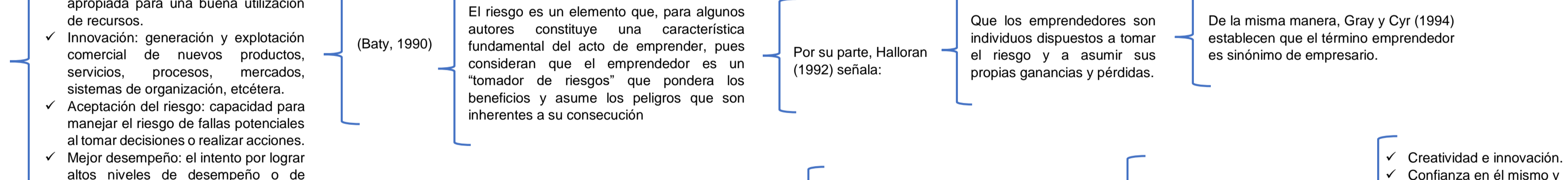
Morris y Kuratko (2002) dicen que, además



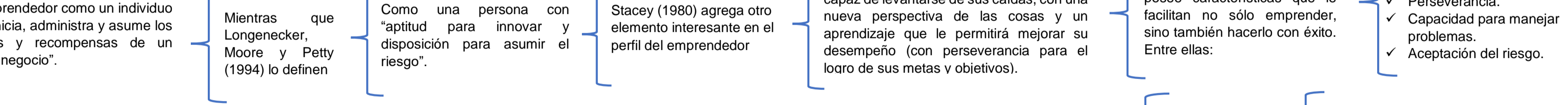
1.2 Características del emprendedor



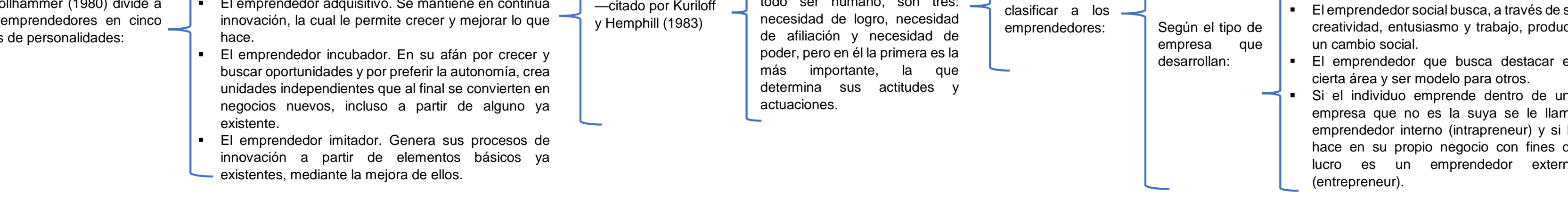
VanderWerf y Brush (1989) afirman que emprender es una actividad de negocios que consiste en una intersección de las siguientes conductas y acciones:



Hiam y Olander (1996) definen



1.3 Tipos de emprendedores



1.4 Evaluación de la capacidad de emprender

Test



Interpretación

- Si la puntuación que obtuvo en cada una de las características evaluadas suma de cero a ocho puntos acumulados, su nivel es bajo y posee un área de oportunidad para desarrollar.
- Si acumula entre nueve y 15 puntos, su nivel es medio y posee un área fuerte, aunque susceptible de ser mejorada.
- Y si los puntos acumulados son 16 o más, su nivel es elevado y posee una fortaleza que deberá aprovechar para el desarrollo de su actividad emprendedora.

- De la misma manera, si el puntaje total (de las cinco características evaluadas) es menor o igual que 40 puntos, su perfil total es bajo, mientras que si el puntaje acumulado es mayor que 40, pero menor que 80, es un perfil medio.
- Con más de 80 puntos tiene un nivel elevado en cuanto a las características evaluadas del perfil emprendedor.

Por otra parte, al analizar sus respuestas a la tabla, puede identificar las áreas de personalidad que debe reforzar pues, aunque algunos digan lo contrario, "todos somos emprendedores".

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.

(López y Recio, 1998; Liberal, 1998). Define creatividad

Es un estilo de actuar y de pensar que tiene nuestro cerebro para procesar la información y manifestarse mediante la producción de situaciones, ideas u objetivos innovadores que puedan, de alguna manera, trascender o transformar la realidad presente del individuo.

Eduardo Kastika (1999), considera:

Que la creatividad no se debe definir de modo teórico, porque en el afán de buscar una definición única se limita el potencial del concepto y, por lo tanto, no se le precisa correctamente.

Entendemos a la creatividad de acuerdo con la siguiente secuencia:

Ver un problema, tener una idea, hacer algo con ella, analizar los resultados y aplicar posibles mejoras.

Otros autores explican la creatividad como una

Actividad intelectual que forma parte de lo que se denomina "pensamiento divergente", el tipo de pensamiento que, ante un problema específico, formula varias opciones, en oposición al "pensamiento convergente" que ocurre cuando sólo es posible una solución.

Para entender mejor el concepto, he aquí algunas definiciones asociadas:

- ✓ Facultad de crear.
- ✓ Capacidad de creación.

(Robinson, 1997).

Hay otro punto de vista, el empresarial, para el cual una compañía es creativa cuando sus empleados realizan algo nuevo y potencialmente práctico sin necesidad de que se les muestre o enseñe de forma directa

1.6 El proceso de la creatividad

(Pablo Cazau, 1999)

Es importante saber de dónde surge la creatividad. Es ampliamente conocido que en nuestro cerebro hay dos hemisferios: izquierdo y derecho.

(De Bono, 1989).

Las personas capaces de usar alternadamente los dos lados del cerebro tienen una mayor posibilidad de realizar inventos creativos y de alto valor agregado

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.
- ✓ 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.

Hay dos tipos de creatividad:

- ✓ La ordinaria y la excepcional.
- ✓ La ordinaria aparece en individuos comunes, en situaciones normales de la vida; la excepcional rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres.

Guilford (1978),

Propone un modelo de inteligencia en el que llama creatividad al pensamiento divergente (el que puede dar muchas respuestas a una sola pregunta) y lo distingue del convergente (el que se mueve hacia una sola respuesta), como ya se dijo

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.

Afirman Thiagarajan y Parker (2000).

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).

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.

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.

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".

Katzenbach y Smith (2000) señalan que

"Un equipo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados".

Una definición muy completa es la de Manrique y Sarabia (1996):

"Existe un equipo cuando se forma un grupo de personas que trabajan de manera interdependiente, a través de un contacto regular, en el que los miembros conocen sus objetivos y han participado en el diseño de éstos y contribuyen con efectividad y entusiasmo a la realización de la tarea, apoyándose mutuamente".

Algunos autores señalan que para lograr el desempeño adecuado de un equipo de trabajo es necesario cumplir con algunas condiciones, por ejemplo:

- 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.
- Es necesario que exista un liderazgo.
- Es indispensable que exista una óptima comunicación entre todos 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.

Para que un equipo sea considerado de alto desempeño, o de gran eficiencia (efectivo), como:

- Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
- Responsabilidad compartida que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado y, de esa manera, propiciar un compromiso voluntario.
- 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.
- La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación.
- 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.
- Concentración en las tareas que se acuerdan en las reuniones periódicas de planeación, seguimiento y evaluación.
- Respuesta rápida y proactiva; es decir, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.

Otras acciones para motivar al equipo son:

- Crear un entorno de trabajo agradable
- Que todos los integrantes del equipo se conozcan entre sí para fomentar una mayor integración y mejorar las relaciones entre ellos.
- Mostrar interés por las inquietudes personales de los integrantes
- Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica.
- Dar continuidad a las acciones que el equipo realiza, lo cual favorece conocer el avance y el grado de cumplimiento de los objetivos.
- Proporcionar suficiente espacio y tiempo para que se realice el trabajo.
- Encomiar los logros y otorgar incentivos.
- Crear nuevos e interesantes retos.

¿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.
- Desinterés por la individualidad y, en consecuencia, falta de cooperación e integración en las acciones.
- Ausencia de esquemas de seguimiento y control en el trabajo conjunto, lo cual propicia falta de participación o desequilibrio en el desempeño del equipo.

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. Aquí es donde comienzan los problemas, ya que la comunicación se puede romper en tres niveles diferentes:
 - Una cosa es lo que se piensa.
 - Otra lo que se dice.
 - Y otra más, la que interpreta quien recibe el mensaje.
- ✓ El receptor contesta el mensaje (la respuesta en sí misma puede darse, incluso, a través de una falta de respuesta).

De acuerdo con lo anterior y con el propósito de analizar de la manera más simple el proceso de la comunicación, se dirá que ésta se compone de tres elementos:

- El mensaje del emisor es más fidedigno mientras más interés tenga el receptor, amén de la forma en que se transmita (el emisor debe ser muy claro y persuasivo para que su mensaje sea recibido, aceptado y bien interpretado).
- El receptor decodifica e interpreta la información. Luego emite una respuesta que convierte al proceso en un ciclo, ya que por lo regular el emisor manda otro mensaje para verificar que la recepción ha sido correcta o hay una reacción ante el mensaje recibido.
- El mensaje es la información que el emisor transmite al receptor por medio de un canal de comunicación. Para que sea efectivo, debe ser claro, preciso, objetivo, oportuno y de interés para el receptor.