



Nombre de alumnos: Lizbeth Catalina Aguilar Gómez.

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes.

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico unidad 1.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: Noveno cuatrimestre.

Grupo: "B".



Comitán de Domínguez Chiapas, Mayo 15 del 2020.

Unidad I
Introducción al
empedurismo

Plan de negocios
(Concepto)

Es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para lograr sus metas y objetivos.

¿Cómo es un plan de negocios?

- Una serie de pasos para la concepción y 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.

¿Por qué escribir un plan de negocios? (Según Welsh y White).

- 1.-Los emprendedores exitosos se comprometen con él.
- 2.- Los inversionistas lo requieren.
- 3.- Los banqueros lo desean.
- 4.- Los especialistas lo sugieren.
- 5.-Los proveedores y clientes lo admiran.
- 6.-Los administradores lo necesitan.
- 7.-Los consultores lo recomiendan.
- 8.- La razón lo exige.

Un plan de negocios debe ser:

1.-Claro.

Sin ambigüedades, entendible (que cualquier persona lo pueda comprender).

2.-conciso.

Que contenga sólo la información necesaria, sin más datos que los realmente indispensables.

3.-Informativo.

- Tener una imagen clara del proyecto.
- Medir la factibilidad del proyecto.
- Facilitar la implantación, la cual asegure, paso a paso, un desarrollo adecuado.

1.1 Espíritu de emprendedor.

Emprendedor (Concepto).

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).

Emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Shefsky (1997) y Baumol (1985).

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.

Siropolis (1990) y Drucker (1989).

Se refieren al emprendedor como la persona que hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado.

Hebert como Link (1989) y Hatten (1997)

Lo definen como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un —ágil captador y aprovechador de información y recursos.

Harper (1991).

Lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio.

Joseph Schumpeter (1934).

Los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos.

1.2 Características del emprendedor.

John Kao (1989).
Características del emprendedor.

- *Compromiso total, determinación y perseverancia.
- *Capacidad para alcanzar metas.
- *Iniciativa y responsabilidad.
- *Realismo.
- *Altos niveles de energía.
- *Control interno alto.
- * Baja necesidad de estatus y poder.
- *Tolerancia al cambio.
- *Orientación a las metas y oportunidades.
- *Persistencia en la solución de problemas.
- *Autoconfianza.
- *Busca de realimentación.
- *Toma de riesgos calculados.
- *Integridad y confiabilidad.

Conductas y acciones para emprender.

- Creación.
- Administración general.
- Innovación.
- Aceptación del riesgo.
- Mejor desempeño.

Características del emprendedor

1. Creatividad e innovación.
- 2.-Confianza en él mismo y sus capacidades.
- 3.- Perseverancia.
- 4.-Capacidad para manejar problemas.
- 5.-Aceptación del riesgo.

1.3 Tipos de emprendedores.

Schollhammer (1980) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades.

1.-Emprendedor administrativo

Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

2.-Emprendedor oportunista.

Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.

3.-Emprendedor adquisitivo.

Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.

4. Emprendedor Incubador.

En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.

5.- Emprendedor imitador.

Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Formas de clasificar a los emprendedores.

Según la razón por la que emprenden.

2.-Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable,

Según el tipo de empresa que desarrollan.

1.- El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población.

2.-El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo en las artes, el deporte o la política.

1.4 Evaluación de la capacidad de emprender.

Tabla de evaluación.

Es importante considerar que el test no es predictivo, aunque sí ofrece una visión general de algunas de las características más señaladas por los autores como cruciales —así como en las investigaciones consultadas.

Puede identificar las áreas de personalidad que debe reforzar pues, aunque algunos digan lo contrario, todos somos emprendedores.

1.5 Creatividad y términos afines.

Creatividad (Concepto).

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. Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente,

Innovación (Concepto).

Una modificación que le añade particularidades que no tenía o que mejore sus características de funcionamiento o eficiencia, a esto último le llamamos comúnmente innovación.

Eduardo Kastika (1999).

Consideran 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.

1.6 El proceso de la creatividad.

¿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.

Schnarch (2001).

Cada hemisferio se le atribuye algunas capacidades relacionadas entre sí.

El emprendedor debe ser innovador y creador de ideas.

- 1.-Las ideas surgen espontáneamente, pero no cuando se está cerrado a las posibilidades y necesidades del medio en el que se desenvuelve.
- 2.-De todas las ideas que vienen a la mente, deben descartarse las que no son fáciles de realizar o que son incosteables.
- 3.- 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.

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.

Artística.

Se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura.

Según la psicología

Ordinaria.

. Aparece en individuos comunes, en situaciones normales de la vida.

Excepcional.

Rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres.

Guilford (1978) y su modelo de inteligencia proponen.

Divergente.

El que puede dar muchas respuestas a una sola pregunta.

Convergente.

El que se mueve hacia una sola respuesta.

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

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.

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.

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.

El desempeño adecuado de un equipo de trabajo es necesario las siguientes condiciones.

- 1.-Los miembros del equipo deben tener presente un objetivo común, el cual es el motor que los mueve a trabajar para lograrlo.
- 2.-Deben tener competencias diversas, a fin de que se complementen y permitan la generación de la sinergia.
- 3.-Todas las actividades del equipo deben estar estructuradas, planeadas y bien definidas hacia el cumplimiento de las metas u objetivos trazados.
- 4.-Las tareas deben repartirse con equidad entre los integrantes del equipo.
- 5.-Debe haber una buena coordinación de sus labores, así como integrar las diversas funciones.
- 6.-Es necesario que exista un liderazgo, el cual puede y debe ser asumido.

1.8 Equipo de trabajo.

1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo.

Buchholz (1993)
Propone siete atributos para que un equipo sea considerado de alto desempeño.

1. Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
2. Responsabilidad compartida.
3. Una comunidad de propósito.
4. La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación.
5. La mira en el futuro, tanto en la meta final como en el proceso.
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.

Acciones para motivar al equipo.

- Crear un entorno de trabajo agradable, en el cual las personas se sientan cómodas.
- Que todos los integrantes del equipo se conozcan entre sí para fomentar una mayor integración.
- Mostrar interés por las inquietudes personales de los integrantes del equipo.
- Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica.
- Dar continuidad a las acciones que el equipo realiza.
- Proporcionar suficiente espacio y tiempo para que se realice el trabajo.
- Encomiar los logros y otorgar incentivos.
- Crear nuevos e interesantes retos.
- Fomentar el autocontrol (responsabilidad y medición de indicadores).
- Mostrar calidez humana en el trato a los compañeros.

1.9 Características de los equipos efectivos de 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.
- 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).

¿Cómo se da el proceso de Comunicación?

- *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.