



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**LICENCIATURA EN ENFERMERIA  
9 D**

**TALLER DEL EMPRENDEDOR  
PROF. REYES MOLINA ANDRES  
ALEJANDRO**

**ALUMNA. GONZALEZ PARADA DALIT  
ITZAMANAT**



# 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## PLAN DE NEGOCIOS.

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.

### EN GENERAL ES:

- 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.

## 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.

## ¿POR QUÉ ESCRIBIR UN PLAN DE NEGOCIOS? SEGÚN 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.

## 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. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 1.1 ESPÍRITU EMPRENDEDOR EMPRENDER

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

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.

## AUTORES

**Shelsky (1997) y Baumol (1993)** 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.

**Steinhoff, Burgess (1993), Siropolis (1990) y Drucker (1989)**, quienes 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.

**Morris y Kuratko (2002)** dicen que, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, agrega valor a cualquier proceso o actividad en la que interviene.

Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, esto le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades.

**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) (1994)** afirma que la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender

## ENTREPRENEUR

Se origina del verbo francés *entreprendre*, que significa "encargarse de", tal como lo señala **Jennings (1994)** en su libro *Multiple perspectives of entrepreneurship*.

# 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 1.2 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.

## VANDERWERF Y BRUSH (1989)

Emprender es una actividad de negocios que consiste en una intersección de las siguientes conductas y acciones:

- 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.

El emprendedor es un "tomador de riesgos"

- 1-. Halloran (1992) señala que los emprendedores son individuos dispuestos a tomar el riesgo y a asumir sus propias ganancias y pérdidas.
2. Gray y Cyr (1994) establecen que el término emprendedor es sinónimo de empresario.
3. Hiam y Olander (1996) definen al emprendedor como un individuo que "inicia, administra y asume los riesgos y recompensas de un nuevo negocio"
4. Longenecker, Moore y Petty (1994) lo definen como una persona con —aptitud para innovar y disposición para asumir el riesgo.

**El emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito.**

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

# 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 1.3 TIPOS DE EMPRENDEDORES

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

- El emprendedor administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El emprendedor oportunista. Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.

- El 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.

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

## OTRAS FORMAS DE CLASIFICAR A LOS EMPRENDEDORES:

1. Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
2. Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.

## SEGÚN EL TIPO DE EMPRESA QUE DESARROLLAN:

El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro

Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur) y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur)

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

## MCCLELLAND (1971) —CITADO POR KURILOFF Y HEMPHILL (1983)

El emprendedor es una persona que posee necesidades psicológicas básicas, las cuales, como en todo ser humano, son tres: necesidad de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder, pero en él la primera es la más importante, la que determina sus actitudes y actuaciones.

# 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 1.4 EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD DE EMPRENDER

Analizar sus respuestas a la tabla, puede identificar las áreas de personalidad que debe reforzar pues, aunque algunos digan lo contrario, Todos somos emprendedores.

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.

## 1.5 CREATIVIDAD Y TÉRMINOS AFINES

Es un proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original.

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.

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

Realizar cosas diferentes en situaciones distintas, con la mente abierta al potencial del entorno, sin perder de vista u olvidar lo evidente.

## PENSAMIENTO DIVERGENTE

El tipo de pensamiento que, ante un problema específico, formula varias opciones.

## PENSAMIENTO CONVERGENTE

Ocurre cuando sólo es posible una solución.

## DEFINICIONES ASOCIADAS:

- Facultad de crear.
- Capacidad de creación.

## (ROBINSON, 1997).

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. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 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.

Lo fundamental es contar con la habilidad necesaria para utilizar ambos hemisferios, ya que así se está en un completo balance y se logra una creatividad más efectiva.

### 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

#### HEMISFERIOS CEREBRALES Y SUS CAPACIDADES

IZQUIERDO: LOGICA, RAZONAMIENTO, LENGUAJE, NUMEROS, ANALISIS, PENSAMIENTO LINEAL, PENSAMIENTO DIGITAL Y PENSAMIENTO CONCRETO.

DERECHO: RITMO, MUSICA, IMAGINACION, IMÁGENES, COLOR, RECONOCIMIENTO DE FORMAS, ENSOÑACIONES, Y PENSAMIENTO ABSTRACTO

### (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.

## 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.

- Para iniciar un proyecto emprendedor no es suficiente una idea innovadora, se requiere integrar un plan para llevarla a la práctica. Aunque no es conveniente forjar muchas ideas al mismo tiempo, cabe recordar que las empresas deben mejorar en forma continua

- De todas las ideas que vienen a la mente, deben descartarse las que no son fáciles de realizar o que son incosteables. Sin embargo, hay que estar conscientes de que a mayor número de ideas, mayor es la posibilidad de que alguna sea de gran potencial o represente la solución más adecuada para un problema determinado.



# 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 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.

## PSICOLOGÍA

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).

## PENSAMIENTO DIVERGENTE

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

La creatividad es la capacidad para dar existencia o generar algo nuevo, y se clasifica de acuerdo con el contexto en que se aplica.



## 1. INTRODUCCIÓN AL EMPREDURISMO

### 1.8 EQUIPO DE TRABAJO

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.

Un equipo es una unidad compuesta por un número indeterminado de personas, quienes se organizan para la realización de una tarea concreta, relacionadas entre sí y, por esta condición, interactúan para alcanzar los objetivos que se han propuesto.

El trabajo en equipo es un grupo de personas con una perspectiva organizada y clara sobre sus metas.

### EQUIPO DE TRABAJO ES NECESARIO CUMPLIR CON ALGUNAS CONDICIONES

- Los miembros del equipo deben tener presente un objetivo común, el cual es el motor que los mueve a trabajar para lograrlo.

- 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.

- Es importante que haya mecanismos de autorregulación y control en el equipo, así como una supervisión de calidad; también conviene establecer un proceso de mejora continua en la labor del equipo.

- 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, a fin de que conduzca a los demás al logro de las metas de la mejor manera.

- Es indispensable que exista una óptima comunicación entre todos los integrantes del equipo, en la cual la tolerancia desempeña un papel decisivo, ya que la diversidad, aunque sea positiva, promueve la diferencia de opiniones y provoca que a veces se discuta por la falta de una perspectiva común.

# 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

## 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)

## ACCIONES PARA MOTIVAR AL EQUIPO

- Crear un entorno de trabajo agradable
- Que todos los integrantes del equipo se conozcan entre sí
- Mostrar interés por las inquietudes personales de los integrantes del equipo
- Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica
- Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica
- 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
- Mostrar calidez humana en el trato a los compañeros

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.
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.
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.

## ¿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
- La ausencia de un buen proceso de comunicación
- 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
- Ausencia de esquemas de seguimiento y control en el trabajo conjunto

## 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)