



Nombre de la alumna: Yadira López González.

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes.

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico de la Unidad 1.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9°

Grupo: “C”

Comitán de Domínguez Chiapas a 14 de Mayo de 2020.

UNIDAD I

1. Introducción al emprendurismo

Séneca { Mencionó en alguna ocasión que ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar.

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.

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.
- Facilita la determinación de la factibilidad de marketing, técnica y económica del proyecto.

- 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

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.

Siete grandes áreas de suma importancia

Naturaleza del proyecto (descripción de la empresa), el mercado del producto o servicio (situación del mercado, precio, sistema de distribución, esquema de promoción y publicidad, plan de introducción y ventas, etcétera), sistema de producción (el producto y su proceso de elaboración y/o prestación de servicios), la organización (sistema administrativo) y el recurso humano en el proyecto, 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

Thomas Alva Edison

Decía una idea genial está compuesta de 1% de inspiración y 99% de transpiración. El trabajo arduo de preparación, previo a la acción, facilita alcanzar el éxito

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 Espiritu emprendedor

Emprender

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. 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.
- **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.
- **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.
- **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.
- **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)** citado por Jennings (1994) afirma que la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender.

1.2 Características del emprendedor

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, Persistencia en la solución de problemas, Realismo, Autoconfianza, Altos niveles de energía, Busca de reafirmación, Control interno alto, Toma de riesgos calculados, Baja necesidad de estatus y poder, Integridad y confiabilidad, Tolerancia al cambio.

VanderWerf y Brush (1989)

Señalan al revisar 25 definiciones de emprender, afirman que 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.
- **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.

Autores

- **Halloran (1992)** señala que los emprendedores son individuos dispuestos a tomar el riesgo y a asumir sus propias ganancias y pérdidas.
- **Gray y Cyr (1994)** establecen que el término emprendedor es sinónimo de empresario.
- **Hiam y Olander (1996)** definen al emprendedor como un individuo que inicia, administra y asume los riesgos y recompensas de un nuevo negocio.
- **Longenecker, Moore y Petty (1994)** lo definen como una persona con aptitud para innovar y disposición para asumir el riesgo.
- **Stacey (1980)** agrega otro elemento interesante en el perfil del emprendedor, relacionado con la aceptación del riesgo: la capacidad para aprender de los errores o fracasos.

Características

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

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.

McClelland (1971) citado por Kuriloff y Hemphill (1983)

Señala que 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.

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, 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.
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo en las artes, el deporte o la política.
- Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se llama emprendedor interno (intrapreneur) y si hace su propio negocio con fines de lucro es emprendedor externo (entrepreneur).

1.4 Evaluación de la capacidad de emprender

A pesar de los inconvenientes a los que se exponen los emprendedores, la búsqueda de los sueños personales y el logro del éxito valen la pena. Es por ello que muchas personas se hacen la pregunta siguiente: ¿soy un emprendedor?

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.

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.

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.

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.

Características

- No sólo es el producto de la herencia genética, entonces todas las personas pueden incrementarla.
- 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

- **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, entre otras.
- **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.

Psicología

Hay dos tipos de creatividad

- **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).

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.

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 esta forma práctica observamos el significado del trabajo conjunto, aunque definirlo es un poco más complejo.

Definiciones de diferentes autores

- **Smith (2001)** un equipo es un número reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan.
- **Holp (2003)** un equipo se define 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.
- **Borrell (1996)** el trabajo en equipo es de una actividad en la que participan varias personas para conseguir un objetivo compartido.
- **Manrique y Sarabia (1996)** Existe un equipo cuando se forma un grupo de personas que trabajan de manera interdependiente.

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).

Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros; responsabilidad compartida que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado; una comunidad de propósito; 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; concentración en las tareas; respuesta rápida y proactiva.

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 (identificación y aprecio); dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica; dar continuidad a las acciones que el equipo realiza.

¿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, el liderazgo rígido (o inexistente), desinterés por la individualidad, ausencia de esquemas de seguimiento y control en el trabajo conjunto.

Comunicación

Es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos, entre dos o más personas a través de un medio (teléfono, voz, escritura y otros).

Pasos

- La persona que comunica (emisora) construye la idea y la traduce a palabra o imagen.
- El individuo que comunica transmite el mensaje por algún medio o canal.
- Otro sujeto (receptor) recibe el mensaje, lo traduce y lo comprende.
- El mensaje es la información que el emisor transmite al receptor por medio de un canal.