



Nombre de alumnos:

CARMEN VIANEY MARROQUÍN SALGADO

Nombre del profesor:

ANDRÉS ALEJANDRO REYES MOLINA

Nombre del trabajo:

CUESTIONARIO DE RETRO-ALIMENTACIÓN DE LA UNIDAD

Materia:

TALLER DE EMPRENDEDOR

Grado:

NOVENO

Grupo:

“C”

CUESTIONARIO DE RETROALIMENTACIÓN DE LA UNIDAD.

1. Escribe la frase que estableció Seneca

“ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar”

2. ¿Qué 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.

3. Un plan de negocios también es un medio para:

medición, sirve de base para comparar los resultados reales y, si es necesario, para tomar las medidas correctivas.

4. Cuando hablamos de una recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones, ¿estamos hablando de un?

El plan de negocios

5. Escribe los diversos beneficios de un plan de negocios

- 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.
-

6. ¿cuáles son los puntos que establecieron 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.

7. ¿cuáles son los 16 puntos esenciales para un proyecto de éxito?

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.
9. El producto o servicio.
10. La competencia.
11. El mercado.
12. La elaboración del producto y/o la prestación del servicio.
13. El sistema de administración (organización).
14. El estado financiero del proyecto.
15. La planeación estratégica y operativa.
16. Los requisitos legales.

8. No es, ni puede ser, un documento muerto, estático, inamovible.

El plan de negocios no es, ni puede ser, un documento muerto, estático, inamovible.

9. Según expertos más de 50% de las empresas cierran durante los primeros

Según expertos en el área, más de 50% de las empresas cierran durante los primeros cuatro años de existencia debido, entre otras cosas, a la falta de un sistema de planeación que marque la diferencia entre el éxito y el fracaso, que anticipe los eventos en que la empresa puede estar envuelta en un futuro cercano.

10. La palabra creatividad deriva del latín:

La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa “dar origen a algo nuevo”

11. Según el proceso de crear quien estableció que es amplia mente conocido que en nuestro cerebro hay dos hemisferios: izquierdo y derecho

Pablo Cazau, 1999

12. 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.

13. Escribe los tipos de emprendedores:

- **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.

14. ¿Quién menciona que a cada hemisferio se le atribuyen algunas capacidades relacionadas entre sí?

Schnarch (2001)

15. ¿Quién estableció que la creatividad en dos tipos: científica y artística?

Weisberg (1989)

16. ¿Quién estableció que 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?

Holp (2003)