



NOMBRE DE ALUMNO: MILDRED YARENI PEREZ VELASCO

NOMBRE DEL PROFESOR: ANDRES ALEJANDRO REYES

NOMBRE DEL TRABAJO: CUADRO SINOPTICO

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

GRADO: 9VO CUATRIMESTREGRUPO: C

PASIÓN POR EDUCAR

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS A 22 DE MAYO DEL 2020

UNIDAD I. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

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.

El plan de negocios es, en forma general

- 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 proveedores y clientes lo admiran.

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.

El plan de negocios abarca siete grandes áreas de suma importancia

- 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.

un plan de negocio tiene que 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

1.1 Espíritu emprendedor

Emprender

Ámbito de los negocios

El emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.

Académico

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

Autores

Shesky y Baumol

Cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas, se caracterizan por su capacidad para crear e innovar

Steinhoff, Burgess, Siropolis y Drucker

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 y Hatten

Lo definen como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones

Harper

Persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio

Joseph Schumpeter

- ✓ Afirma que la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender.
- ✓ No es propia de los capitalistas, administradores o inventores.
- ✓ Los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados.

1.2 Características del emprendedor

- ✓ 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 realimentación.
- ✓ Control interno alto.
- ✓ Toma de riesgos calculados.
- ✓ Baja necesidad de estatus y poder.
- ✓ Integridad y confiabilidad.

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

1.3 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.

Formas de clasificar a los emprendedores

Según la razón por la que emprenden

- 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.

Según el tipo de empresa que desarrollan:

- 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

- La emprendedora 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.

UNIDAD I 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

1.5 Creatividad y términos afines

Creatividad

La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa dar origen a algo nuevo, hacer algo que no había, ya sea un invento o una obra de arte.

Eduardo kastika

Es la capacidad para ver nuevas posibilidades en todo lo que está alrededor

La creatividad es la habilidad para adaptar a cualquier situación lo que se tenga disponible (recursos), con el fin de alcanzar objetivos

Hemisferio izquierdo

- lógica
- razonamiento
- lenguaje
- números
- análisis
- pensamiento lineal
- pensamiento digital

Hemisferio derecho

- ritmo
- música
- imaginación
- imágenes
- color
- reconocimiento de formas
- ensañamientos
- pensamientos abstractos

Los hemisferios cerebrales y sus capacidades

1.6 El proceso de la creatividad

Realizar proyectos

- 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. 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.
- 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; es decir, no hay que descartar las ideas que no se apliquen, ya que es posible incluir innovaciones poco a poco, centrándose en una cada vez para controlar, facilitar y asegurar su aplicación.

1.7 Tipos de creatividad

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos:

🎨 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.

🎨 La creatividad científica es acumulativa y la artística también. Nadie empieza a pintar sin haber visto un cuadro antes, y cualquier genio de la pintura contemporánea, el que sea, pero cojamos como ejemplo a Picasso, no hubiera existido sin Velázquez, Goya o el arte africano. Es verdad que no les supera, en ese sentido es verdad que la creatividad artística no es mejor que la anterior

UNIDAD I 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

1.8 Equipo de trabajo

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

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)

Afirma que el trabajo en equipo encuentra diversas definiciones, pero que la idea más aceptada 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, 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 trabajo en equipo es un grupo de personas con una perspectiva organizada y clara sobre sus metas; que trabaja de manera interdependiente, donde todos los miembros participan de forma activa y coordinada, que aportan sus cualidades y buscan el mejor desempeño posible para el bien del proyecto y el cumplimiento de sus metas comunes.

1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo

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. Esto es esencial para concebir el cambio como una oportunidad de crecimiento.
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.

Otras acciones para motivar al equipo son

- ≈ Crear un entorno de trabajo agradable, en el cual las personas se sientan cómodas con sus labores, deseen permanecer el tiempo necesario para lograr sus objetivos y asuman sus responsabilidades.
- ≈ 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 del equipo (identificación y aprecio), ya que la relación debe ir más allá de la simple concurrencia a un espacio laboral.
- ≈ Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica para seguir complementando las capacidades y lograr un proceso de desarrollo personal.
- ≈ 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.
- ≈ Fomentar el autocontrol (responsabilidad y medición de indicadores) en todos los integrantes del equipo.
- ≈ Mostrar calidez humana en el trato a los compañeros.

¿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

- 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
- El receptor contesta el mensaje (la respuesta en sí misma puede darse, incluso, a través de una falta de respuesta).
- 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.