



Nombre de alumnos: Rocio Guadalupe Vázquez Arguello

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: Trabajo social y gestión comunitaria

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de mayo de 2020.

Unidad I

Introducción al emprendurismo

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar una planeación y seleccionar camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos

El plan debe ser:

- Claro
- Conciso
- Informativo

Permite obtener:

- Concreta ideas
- Fuentes de financiamiento
- Minimiza la incertidumbre natural
- Permite obtener la información necesaria

Describe:

- Producto
- Estado financiero
- Planeación estratégica
- Mercado

Describe:

- Sistema de administración
- Competencia
- Requisitos legales
- Elaboración del producto

Áreas que abarca:

- Naturaleza del proyecto
- La organización
- Mercado del producto servicio
- Aspecto legal
- Sistema de producción
- Proceso de planeación
- Finanzas del proyecto

Espíritu emprendedor

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

Son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados

Por medio de la innovación se genera a partir de la capacidad de emprender

Características del emprendedor

Jhon kao

- Compromiso
- Iniciativa
- Integridad

- Determinación
- Autoconfianza
- Tolerancia al cambio

Personales

- Iniciativa
- Estabilidad emocional
- Orientación

- Capacidad de decisión
- Tolerancia

Motivacionales

- Necesidad de reconocimiento, desarrollo personal e independencia
- Baja necesidad de poder y estatus

Intelectuales

- Creatividad/Imaginación
- Planificación y seguimiento sistemático
- Capacidad para solucionar problemas

Conductas y acciones del emprendedor

- Creación: Establecimiento de una unidad de negocios
- Administración general: Dirección apropiada, para la utilización optima de recursos
- Innovación: Generación y explotación comercial
- Aceptación del riesgo: Capacidad para manejar el riesgo
- Mejor desempeño: El intento por lograr altos niveles

El emprendedor organiza, controla y asume riesgos en un negocio ante su deseo de enfrentar desafíos, la oportunidad de alcanzar logros y el impulso por cumplir necesidades personales, emocionales y psicológicas.

Tipos de emprendedores

Schollhammer

- 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
- El emprendedor adquisitivo: Se mantiene en continua innovación
- El emprendedor incubador: Crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos
- El emprendedor imitador: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes

Razón por la que emprenden

- Aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha
- Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable,

Tipo de empresa que desarrollan

- El emprendedor social busca producir un cambio social en beneficio de un sector de población.
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros

◦ Si se 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

Creatividad y términos afines

La palabra creatividad es hacer algo que no había o una modificación que le añada particularidades que no tenía o que mejore sus características

Permiten adaptarse a cualquier situación lo que se tenga disponible (recursos), con el fin de alcanzar objetivos.

El emprendedor tiene que usar la creatividad para dar origen al producto o servicio en el que sustentará el desarrollo de su empresa,

- La creatividad se desarrolla en el hemisferio izquierdo y derecho.
- El emprendedor debe de capacitarse para generar ideas innovadoras y permite encontrar opciones para proyectos con éxito

Tipos de creatividad

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos

- Científica: 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

- 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 propone un modelo de inteligencia en el que llama creatividad al pensamiento divergente

La generación de nuevas ideas, el pensamiento divergente, es una condición necesaria, pero no suficiente para la creatividad, ésta depende de un amplio

Unidad I

Equipo de trabajo

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

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.

En los 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

Condiciones para el desempeño adecuado de un equipo de trabajo

- Los miembros del equipo deben tener presente un objetivo común
- Deben tener competencias diversas
- Las actividades del equipo deben estar estructurada y planeadas
- Debe haber una buena coordinación de sus labores
- Debe existir un liderazgo, el cual puede y debe ser asumido por los integrantes del equipo.

Características de los equipos efectivos de trabajo

- Liderazgo participativo que fomente la interdependencia
- Concentración en las tareas que se acuerdan en las reuniones periódicas
- Sinergia es la suma de sus partes las aportaciones, así como las juntas permite la integración y promueve el enfoque hacia la dirección
- Respuesta rápida y proactiva; es decir, capacidad para identificar y aprovechar
- La mira en el futuro, tanto en la meta final como en el proceso
- La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación
- Responsabilidad compartida

Acciones para motivar al equipo

- Crear un entorno de trabajo agradable
- Los integrantes del equipo se conozcan entre sí para fomentar una mayor integración y mejorar las relaciones
- 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, lo cual favorece conocer el avance
- Proporcionar suficiente espacio y tiempo
- Encomiar los logros y otorgar incentivos
- Alentar la construcción de la confianza

Factores que motivan el fracaso de equipos

- No tener metas y objetivos claros ni compartidos por sus integrantes.
- Falta de coordinación en la secuencia de las acciones para alcanzar la meta
- La ausencia de un buen proceso de comunicación
- El liderazgo rígido
- Desinterés por la individualidad
- Ausencia de esquemas de seguimiento

Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos

Pasos para la comunicación

- La persona que comunica
- El individuo que comunica transmite el mensaje
- Sujeto receptor, recibe el mensaje

Niveles de la comunicación

- Una cosa es lo que se piensa
- Lo que se dice
- Lo que interpreta

Elementos de la comunicación

- El mensaje es la información que el emisor transmite al receptor por medio de un canal
- El receptor decodifica e interpreta la información
- Canal