



**Nombre del alumno: Nelson Edilzar
García Gutiérrez.**

**Nombre del profesor: Elio Morales
Roblero.**

**Nombre del trabajo: Introducción al
emprendedor.**

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9no Cuatrimestre.

Grupo: B

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de mayo del 2020.

Introducción al emprendurismo

Más detallada y exacta sea la información, mayor será la utilidad del plan, ya que brindara una imagen correcta y precisa de las probabilidades de éxitos.

Expertos en el área, más del 50% de las empresas cierran durante los primeros cuatro años de existencia, a la falta de un sistema de planeación que marca la diferencia entre éxito, y fracaso.

Un plan de negocios debe ser

Claro. Entendible.

Conciso. Que tenga la información necesaria.

Informativo. Datos necesarios que permitan.

*Tener una imagen clara del proyecto.

*Medir la factibilidad del proyecto.

*Asegure paso a paso, un desarrollo adecuado.

Plan de negocios permite diversos beneficios.

Es una carta de Presentación ante posibles fuentes de financiamientos.

Minimiza la incertidumbre natural de un proyecto, reduce el riesgo y la probabilidad de errores.

Facilita la determinación de márketing, técnica y económica del proyecto.

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.

Plan de negocios, puntos esenciales para un proyecto de éxitos

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.

1.1 Espiritu emprendedor

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

Finley (1990) es una aventura en una nueva actividad de negocios.

Say (1800) Citado por Drucker (1989) Lo clasifica como un buen administrador.

Jennings (1994). Afirma que la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender; no es propia de los capitalistas, administradores o inventores, ya que los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos.

Harper (1991) Identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.

1.2 Características del emprendedor

De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características 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 realimentación.

Control interno alto.

Toma de riesgos calculados.

Baja necesidad de estatus y poder.

Integridad y confiabilidad.

Tolerancia al cambio.

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.

Stacey (1980). Elemento interesante en el perfil del emprendedor, relacionado con la capacidad para aprender de los errores o fracasos. Señala que el emprendedor es una persona capaz de levantarse de sus caídas.

1.3 Tipos de empresarios

Schollhammer (1980) divide a los empresarios en cinco tipos de personalidades.

El empresario administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

El empresario oportunista. Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.

El empresario adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.

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

DEMAC, (1991). Señala que el empresario es una persona que posee necesidades psicológicas básicas, 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.

Algunos autores mencionan la necesidad de independencia y autonomía, necesidad de dominio de su medio y necesidad de crear.

Razón por la que emprenden:

Aprovechar una oportunidad: 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.

- Por necesidad o porque el empresario: situación desfavorable, porque está desempleado, porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.

Según el tipo de empresa que desarrollan:

- El empresario 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 empresario 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 le llama empresario interno (intrapreneur).

Si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un empresario externo (entrepreneur).

Puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comercializar de forma diferente a la tradicional un producto que ya existe.

1.4 Evaluación de la capacidad de emprender.

Los emprendedores, la búsqueda de los sueños personales y el logro del éxito valen la pena.

1.5 Creatividad y términos afines

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. Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente.

Eduardo Kastika (1999). La creatividad no se debe definir de modo teórico, porque en el afán de buscar una definición única se limita el potencial del concepto.

La creatividad. Es la capacidad para ver nuevas posibilidades en todo lo que está alrededor; observar las cosas de manera diferente a su apariencia, visualizar lo que no existe, pero que pudiera ser. La persona creativa sobrepasa el análisis de un problema, intenta poner en práctica un cambio a las formas de hacerlas y verlas.

Este autor tiene un acorde con lo dicho en la santa biblia es pues la fe la certeza de lo que se espera y la convicción de lo que no se ve.

Hacer las cosas que no se ven, hacerlas en realidad.

1.6 el proceso de la creatividad.

Aparición de la creatividad:

Las personas capaces de usar alternadamente los dos lados del cerebro tienen una mayor posibilidad de realizar inventos creativos y de alto valor agregado (De Bono, 1989).

El emprendedor se debe capacitar para generar ideas que sean innovadoras y que le permitan encontrar opciones para realizar proyectos con éxito.

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.

Aunque no es conveniente forjar muchas ideas al mismo tiempo, cabe recordar que las empresas deben mejorar en forma continua

1.7 Tipos de creatividad

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística.

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, posee capacidad para desarrollar procesos mentales, así como una actitud abierta a nuevas experiencias.

La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura.

Científica: actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras.

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.

Afirman Thiagarajan y Parker (2000). Como la familia, los colegas de oficina, los compañeros de la escuela o los amigos, surjan y se formen los equipos de trabajo al organizar alguna actividad específica para alcanzar una meta.

Smith (2001) un equipo es un número reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan común de compartir las responsabilidades.

Según Holp (2003). Un equipo se define como un grupo de personas que trabajan juntas hacia una serie de objetivos.

Hayes (2002) un grupo de personas que persiguen un objetivo, trabajan coordinadas y contribuyen con su talento, sus aptitudes y sus energías al trabajo.

Algunos autores señalan que para lograr el desempeño de un equipo de trabajo es necesario cumplir.

Algunos autores señalan que para lograr el desempeño adecuado de un equipo de trabajo es necesario cumplir con algunas condiciones, por ejemplo:

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

Deben tener competencias diversas.

Todas las actividades del equipo deben estar estructuradas, planeadas, definidas hacia el cumplimiento de las metas.

Las tareas deben repartirse con equidad entre los integrantes del equipo.

1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo.

Buchholz (1993) propone siete atributos para que un equipo sea considerado de alto desempeño.

1. Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
2. Responsabilidad compartida que permita a los individuos involucrarse en el mismo.
3. Una comunidad de propósito, los integrantes conocen cuál es su razón para pertenecer a ese equipo y, 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, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.

¿Por qué fracasan los equipos de trabajo?

La buena comunicación permite un ambiente de confianza y aceptación.

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.

La comunicación: Es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos, etc.

- 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.