



**Nombre de la alumna: Sulmi Yadira Sales López**

**Nombre del profesor: Myreille Eréndira Rodríguez**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico de la unidad I**

**Materia: taller del emprendedor**

**Grado: 9°**

**Grupo: "C"**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de julio del 2020**

U  
N  
I  
D  
A  
D.  
  
I  
  
I  
N  
T  
R  
O  
D  
U  
C  
C  
I  
O  
N  
  
A  
L  
  
E  
M  
P  
R  
E  
N  
D  
U  
R  
I  
S  
M  
O

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. También es un medio para concretar ideas; es una forma de ponerlas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor.

**El plan de negocios, 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.

**El desarrollo de un plan de negocios permite obtener diversos beneficios, ya que:**

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.

**El plan de negocios es la concreción de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un plan de empresa**

Existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y las realidades, entre las intenciones y los hechos; el plan de negocios permite cruzar esa línea.

El primer paso para desarrollar el proyecto es ordenar estructuradamente toda la información relativa a él, enfatizando en las áreas de oportunidad y en las ventajas competitivas que garanticen su éxito.

**Un plan de negocios describe una serie de puntos esenciales para un proyecto de éxito, entre otros:**

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.

En concreto, el plan de negocios abarca siete grandes áreas de suma importancia, en las que se engloban los puntos mencionados y otros, como:

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.

**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.

Por otra parte, el plan de negocios también es una gran ayuda como elemento de medición, sirve de base para comparar los resultados reales y, si es necesario, para tomar las medidas correctivas.

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.

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). 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.

### 1.1 Espíritu emprendedor

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique.

Shefsky y Baumol

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.

Dichos individuos se caracterizan por su capacidad para crear e innovar; es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente.

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

Steinhoff, Burgess, Siropolis y Drucker.

Quienes se refieren al emprendedor como la persona que —hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado.

Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, esto le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades.

### 1.2 Características del emprendedor

Muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas.

De acuerdo con John Kao

El emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

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.

El emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito. Entre ellas, Creatividad e innovación. Confianza en él mismo y sus capacidades. Perseverancia. Capacidad para manejar problemas. Aceptación del riesgo.

### 1.3 Tipos de emprendedores

Schollhammer 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.

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.

### 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.

Interpretación

“todos somos emprendedores”. De hecho, se emprende en muchos aspectos de la vida, pero no siempre se encuentra uno en el momento adecuado para iniciar un proyecto y si está en esa etapa (de preparación antes de iniciar un plan), puede aprovechar para fortalecer las áreas en que es deficiente, para capacitarse o iniciar con el proceso de planeación de esa gran idea hasta encontrar el momento conveniente para realizarla.

### 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.

Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente, una modificación que le añade particularidades que no tenía o que mejore sus características de funcionamiento o eficiencia, a esto último le llamamos comúnmente innovación.

Por lo tanto, la creatividad no tiene una definición única, ya que es interpretable de acuerdo con el contexto en que se aplique; sin embargo, para entender mejor el concepto, he aquí algunas definiciones asociadas:

“Facultad de crear, Capacidad de creación”. El emprendedor tiene que usar la creatividad para dar origen al producto o servicio en el que sustentará el desarrollo de su empresa, así como para hacerla crecer y perdurar.

### 1.6 El proceso de la creatividad

Es ampliamente conocido que en nuestro cerebro hay dos hemisferios: izquierdo y derecho. Cada uno ayuda a desarrollar una cierta parte de la creatividad que el individuo necesita. Lo fundamental es contar con la habilidad necesaria para utilizar ambos hemisferios, ya que así se está en un completo balance y se logra una creatividad más efectiva.

De modo que el emprendedor se debe capacitar para generar ideas que sean innovadoras y que le permitan encontrar opciones para realizar proyectos con éxito, a partir de lo siguiente:

Las ideas surgen espontáneamente, pero no cuando se está cerrado a las posibilidades y necesidades del medio en el que se desenvuelve. 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.

### 1.7 Tipos de creatividad

Weisberg, divide a la creatividad en dos tipos:

Científica

La creatividad 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.

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, ya que posee capacidad para desarrollar procesos mentales y sensibilidad extraordinarios, así como una actitud abierta a nuevas experiencias.

En la 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.

### 1.8 Equipo de trabajo

Ésta es la razón que al interior de los diversos grupos de interacción humana, 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

Un equipo es una unidad compuesta por un número indeterminado de personas, quienes se organizan para la realización de una tarea concreta, relacionadas entre sí e interactúan para alcanzar los objetivos que se han propuesto. Reconocen, también, que se necesitan mutuamente para dicho fin y se ven como una unidad.

Es indispensable que exista una óptima comunicación entre todos los integrantes del equipo, en la cual la tolerancia desempeña un papel decisivo, ya que promueve la diferencia de opiniones y provoca que a veces se discuta por la falta de una perspectiva común.

### 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.

Comunicación

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

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.