



Nombre de alumnos: Mejía González Miriam

Nombre del profesor: Jezabel Ivonne Silvestre Montejo.

Nombre del trabajo: Taller del emprendedor

Materia: Taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9º

Grupo: "A"

Frontera Comalapa, Chiapas a 6 de julio del 2021

Taller del emprendedor

Introducción

- Herramientas que permiten al emprendedor a realizar sus metas y objetivos.
- Permitir tener diversos beneficios.
- Es la concreción de las ideas de un emprendedor.
- Sirve de base para comparar los resultados reales.
- Describe una serie de puntos esenciales para un proyecto de éxito.
- Áreas de suma importancia
 - Naturaleza del proyecto.
 - El mercado del producto o servicio.
 - Sistema de producción.
 - La organización.
 - El aspecto legal en el que el proyecto está inmerso.
 - Las finanzas del proyecto.
 - El proceso de planeación para el arranque.
 - Desarrollo y consolidación del proyecto.
- No es, ni puede ser.
 - Documento muerto.
 - Estático.
 - Inamovible.
- Si es.
 - Dinámico.
 - Cambiante.
 - Adaptable.
 - Se renueva con el tiempo.
- De ser.
 - Claro.
 - Conciso.
 - Informativo.

Espíritu emprendedor

- En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario.

Características del emprendedor

- Personales
 - Iniciativa personal.
 - Capacidad de decisión.
 - Aceptación de riesgos moderados.
 - Es individualista
 - Optimista
- Físicas
 - Energía.
 - Trabajo con ahínco.
- Intelectual
 - Búsqueda de la verdad e información.
 - Visión comprensiva de los problemas.
 - Planificación con límites de tiempo
 - Capacidad para analizar el ambiente.

Evaluación de la capacidad del emprendedor

- Contestar una prueba que no es predictivo.
- Se hace a personas destacadas por su perfil emprendedor.

Taller del emprendedor

Tipos de emprendedores

- Administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- Oportunista. Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que lo rodean.
- Adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crear y mejorar lo que hace.
- Incubador. Es un afán por creer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes.
- Imitador. Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Creatividad y términos finos.

- Es dar origen a algo.
 - Nuevo.
 - Diferente.
 - Único.
 - Original.
- El emprendedor tiene que usar la creatividad.
- Los seres humanos crean todos los días pequeñas cosas.
- La creatividad es la capacidad para adaptar a cualquiera situación lo que se tenga disponible, con el fin de alcanzar objetivos.
- La creatividad se logra cuando ambos partes de nuestro cerebro (hemisferio derecho e izquierdo) se encuentren en completo balance.

Proceso de creatividad.

- Hemisferios
 - Derecho
 - Ritmo.
 - Música.
 - Imaginación.
 - Imágenes.
 - Colores.
 - Izquierdo
 - Lógica.
 - Razonamiento.
 - Lenguaje.
 - Números.
 - Análisis.

Tipos de creatividad

- Científica. Es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico.
- Artística. Se aplica en arte
 - Narrativa.
 - Poesía.
 - Teatro.
 - Pintura.
 - Escultura.
- Psicología. Existen dos tipos de creatividad
 - Ordinaria.
 - Excepcional.

Equipo de trabajo

- El ser humano por naturaleza es un ser social y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollar.
- Es un grupo de personas con una perspectiva organizada y clara sobre sus metas.
- Ha ganado importancia dentro de las empresas.

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.
- El objetivo es indispensable contar con un elemento básico que favorece la Integridad y promueve el enfoque en una sola dirección.
 - Liderazgo participativo.
 - Responsabilidad compartida.
 - Una comunidad de propósitos.
 - La buena comunicación.
- Atributos para que un equipo sea de alto desempeño.
- Acciones para motivar
 - Crear un entorno de trabajo agradable.
 - Que todos los integrantes del equipo se conozcan.
 - Mostrar interés por las inquietudes personales
 - Encomiar los logros y otorgar incentivos.

Taller del emprendedor

Nacimiento de la idea de un negocio

- Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.
- Cualidades.
 - Atractiva.
 - Duraderas.
 - Estar sentadas en productos o servicios que crean o agreguen
- Categorías.
 - Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha entendido o satisfecho bien esta necesidad.
 - Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes.
 - En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar.
 - Posibilidad de reciclar un material prima o desperdicios de algún tipo en la industria.
- Propuesta de valor.
 - Agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores.
 - Consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia.
 - Son los beneficios que la empresa le ofrece al cliente.
 - Esta formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar.
 - Desarrollo.
 - Elegir un posicionamiento.
 - Determinar una postura.
 - Desarrollar la propuesta.
 - Características.
 - Incluye información importante para los clientes.
 - Conoce y refleja las características visibles o no.
 - Comunica lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
 - Busca la fidelidad del cliente
- Generación de ideas.
 - Existen algunas que requiere inversión extraordinariamente (al menos no al principio).
 - Analiza.
 - El mercado.
 - La experiencia que recibió el cliente.
 - El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
 - Las alternativas y diferencias, que otros productos existan en el mercado y diferencia al producto.
 - Evidencia o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.
- Modelo de negocio
 - Describe la organización en que una organización.
 - Crea.
 - Captura.
 - Entrega.
 - Valor.
 - Desarrollo del modelo.
 - Análisis FODA (Fuerza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
 - Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
 - Análisis técnico-operativo.
 - Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
 - Análisis financiero.
 - Es la forma en que se lleva a cabo una actividad de servicio o de manufactura.
 - Aspectos.
 - Seleccionar a sus clientes.
 - Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
 - Crear valor para sus clientes.
 - Conseguir y conservar a sus clientes.
 - Salir del mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
 - Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.

Taller del emprendedor

Nacimiento de la idea de un negocio

- Modelo de negocio

- Tiene las funciones esenciales.
 - Creación de valor.
 - Captura de valor.
- Categorías.
 - Política.
 - Activos.
 - Legales.
- Características.
 - Bajo costo.
 - Innovación.
 - Diferenciación.
- Elementos.
 - Proporcionan información importante, acerca de la selección de clientes.
 - Propuesta de valor.
 - Segmento del mercado.
 - Estructura de la cadena de valor.
 - Generación de ingresos.
 - Ganancias.

- Naturaleza del proyecto.

- El emprendedor establece y define que es su negocio.
- Proceso creativo para determinar el producto o servicio de una empresa.

- Justificación de la empresa.

- Una vez selecciona la idea, debe justificar la importancia de esta.

- Nombre de la empresa.

- Es el reflejo de su imagen.
 - Descriptivo.
 - Original.
 - Atractivo.
 - Claro.
 - Simple.
 - Significativo.
 - Agradable.

- Descripción de la empresa.

- Su sello distintivo.
- Comercial.
- Industrial.
- Servicios.
- Ubicación.
- Tamaño.

- Empresa.

- Análisis FODA.
 - Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual.
 - Es su razón de ser.
- Misión.
 - Características.
 - Amplia.
 - Motiva.
 - Congruente.
- Visión.
 - Ayuda al emprendedor a seguir el rumbo, al que se dirige a largo plazo.
- Objetivo.
 - Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa.
 - A corto plazo.
 - 6 meses a un año.
 - A mediano plazo.
 - Uno a cinco años.
 - A largo plazo.
 - De cinco a diez años.

