

“TALLER DEL EMPRENDEDOR”

Karla Yadira Trujillo Morales

Licenciatura en contaduría pública

9º Cuatrimestre

PASIÓN POR EDUCAR

JUAN JOSE OJEDA TRUJILLO

ENSAYO CON LOS TEMAS DE LAS UNIDADES I Y II CON DEFINICIONES CORTAS.

UNIDAD 1

- 1.1 ESPIRITU EMPRENDEDOR:** El espíritu emprendedor es la motivación y la capacidad que tiene una persona, ya sea de forma independiente o dentro de una empresa u organización, de identificar una oportunidad y luchar por ella, de llevar a cabo cambios, de reaccionar con intuición, flexibilidad y apertura, 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.
- 1.2 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR:** De acuerdo con John Kao (1989), 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. UNIVERSIDAD DEL SURESTE 16 • 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.
- 1.3 TIPOS DE EMPRENDEDORES:** Schollhammer (1980) 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. UNIVERSIDAD DEL SURESTE 20 • 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.
- 1.4 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. Entonces, la creatividad es un proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original. Es un estilo de actuar y de pensar que tiene nuestro cerebro para procesar la información y manifestarse mediante la producción de situaciones, ideas u objetivos innovadores que puedan, de alguna manera, trascender o transformar la realidad presente del individuo (López y Recio, 1998; Liberal, 1998).
- 1.5 EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD:** Es importante saber de dónde surge la creatividad. Es ampliamente conocido que en nuestro cerebro hay dos hemisferios: izquierdo y derecho (Pablo Cazau, 1999). 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.

1.6 TIPOS DE CREATIVIDAD: Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística. En el primer caso es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras. La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura. Ahora bien, de acuerdo con la psicología, hay dos tipos de creatividad: la ordinaria y la excepcional. 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.

1.7 EQUIPO DE TRABAJO: El hombre, por naturaleza, es un ser social y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse. Ésta es la razón de 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, como lo afirman Thiagarajan y Parker (2000).

1.8 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. Buchholz (1993) propone siete atributos para que un equipo sea considerado de alto desempeño, o de gran eficiencia (efectivo), como: 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.

UNIDAD II

- 2.1 NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO:** Las ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello. Jeffrey Timmons (1990), creador de varios libros que tratan acerca del desarrollo emprendedor, asegura que: —Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio, esto es lógico, ya que la idea, por sí misma, aunque es la esencia del emprendimiento, requiere una combinación de factores que beneficien su desarrollo; así, es uno de los puntos clave de inicio, pero debe acompañarse de lo que se define como un buen modelo y plan de negocios.
- 2.2 GENERACIÓN DE IDEAS:** En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren. Aunque no siempre, las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio (por ejemplo las tiendas que venden todos los productos a 10 pesos), otras veces el cambio está en dar una utilidad posterior al envase, en ocasiones el cambio está en el servicio (por ejemplo las empresas de comida rápida, las que entregan a domicilio o las empresas que venden productos que sólo pueden adquirirse en línea), otras veces está en el proceso de producción (dar eficiencia y mayor rentabilidad al producto, reducir su costo)
- 2.3 MODELO DE NEGOCIO:** Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.
- 2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS:** Tal como hemos señalado, un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor. El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de —secretoll que los diferencia de otros. La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único. La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el —secretoll del modelo).
- 2.5 ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS:** Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:
- Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.
 - Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el

producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades. En ocasiones el potencial de un producto sólo se aprovecha cuando se dirige a un nuevo segmento de mercado que resulta ser más adecuado. • Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena. • Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.

