

PRESENTACIÓN.



UNIVERSIDAD DEL SURESTE.

CARRERA: Lic. en Enfermería.

MATERIA: Taller del emprendedor.

ACTIVIDAD: Cuestionarios del libro emprendedor éxito de Rafael Alcaraz Rodríguez.

UNIDAD I: Introducción al emprendurismo

DOCENTE: González Salas Víctor Antonio.

ALUMNA: Deyanira Santiago Pacheco.

CUATRIMESTRE: 9no.

MATRICULA: 422419083.

FECHA: 21/05/22.

CAPITULO 1. ESPÍRITU DEL EMPRENDEDOR.

1. ¿El emprendedor nace o se hace?

R: según mi punto de vista algunas personas ya nacen para ser emprendedores y otras personas se hacen o se va formando de acuerdo a sus necesidades, metas u objetivos que se proponga o conforme a las experiencias durante lo largo de su vida.

2. ¿Soy yo un emprendedor?

R: en la actualidad o por el momento no. Pero si me lo propongo como una meta, lo puedo llegar a hacer ya que tengo esa capacidad y sobre todo debo de contar tanto con recurso económico y personal si quiero que mi emprendimiento sea novedoso.

3. ¿Cuántos tipos de emprendedor existen?

R:

- El emprendedor administrativo.
- El emprendedor oportunista.
- El emprendedor adquisitivo.
- El emprendedor incubador.
- El emprendedor imitador

4. ¿Cuáles son las ventajas de emprender?

R:

- Independiente económica y libertad de horarios. Posibilidad de manejar tus propios tiempos, planificar y proyectar mejor tu vida y el tiempo dedicado a tu familia.
- Posibilidad de proyectar objetivos y logros.
- Aprovechamiento de los frutos de tu esfuerzo y sacrificio.
- Posibilidad de disfrutar los logros obtenidos.
- Posibilidad de disfrutar los logros obtenidos.
- Posibilidad de generar tus propios ingresos.
- Desarrollo y crecimiento personal de acuerdo a tus necesidades y sueños.

5. ¿Cuáles son las desventajas de emprender?

R:

Todos los riesgos y responsabilidades recaen sobre el emprendedor.

El riesgo de que la idea sobre la que está basada el proyecto o negocio no sea adecuada o viable.

Los ingresos económicos pueden variar mucho de un mes a otro.

6. ¿Cuáles son las características de los emprendedores?

R:

- Creatividad e innovación.
- Confianza en el mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.

7. ¿Todos somos emprendedores?

R: si, pero eso depende de cada persona, es decir que quiera ser emprendedor, que tenga esas ganas de superarse, esa motivación y esa voluntad.

8. ¿Cuál es la clave para emprender con éxito?

R: Es tener confianza y seguridad tanto en uno mismo como en el producto/servicio que ofrecemos y tener bien claro un plan de negocios.

CAPITULO 2. CREATIVIDAD.

1. ¿Todos somos creativos?

R: yo considero que no, no todas las personas son creativas porque no todos nacen con esa capacidad, habilidad o cualidad de crear o innovar cosas y los que no lo son por más que lo intenten no pueden o se les dificulta, ya que no se les da.

2. ¿Cuáles son las razones o excusas (barreras) para no innovar?

R: siempre cuando una persona va a innovar se presentaran razones o excusas, pero considero que las que más resaltan son:

- Miedo al fracaso.
- La flojera.
- Miedo al cambio y consecuencias de los cambios.
- Falta de interés.
- Falta de recurso económico.
- Carecer de mentalidad abierta.
- Falta de tiempo.

3. ¿Cuáles de esas barreras le afectan a la mayoría de las personas?

R: el miedo, la falta de recurso económico y carecer de mentalidad abierta por eso las personas no se animan a innovar.

4. ¿Cómo incrementar la creatividad?

R:

- El uso de analogías, que consiste en buscar parecido a una cosa con otra.
- Usar los seis sombreros para pensar de Edward de Bono, que consisten en un método de solución de problemas en el que, según el sombrero en turno, se toma una postura diferente para visualizar y evaluar el caso, lo cual genera diversas soluciones posibles.
- Dibujar e inventar historias a partir de una palabra, un conjunto de ellas o un contexto dado.
- Realizar una lluvia de ideas acerca de un tema particular.
- Llevar a cabo ejercicios de flexibilidad y fluidez.

También existen algunos consejos que auxilian al emprendedor a aprovecharla y desarrollarla:

- Arriesgarse, sin temer al ridículo o al fracaso.
- Buscar siempre la excelencia en lo que se hace.
- Encontrar soluciones diferentes a un mismo problema.
- Tener la costumbre de buscar información cuando haga falta.
- No descartar ideas sin haberlas analizado con detenimiento.

- No criticar las ideas de los demás.
- Cuando se falle en una primera ocasión, volver a intentarlo.
- No esperar a que los demás actúen.
- Interesarse por diversos temas, aunque estén fuera de nuestra especialidad.
- Rodearse de personas optimistas y creativas.
- Permitirse soñar. Los minutos previos a la hora de dormir son un buen momento para explorar posibilidades.
- Dejar de depender de la estructura extrema, en especial cuando se buscan opciones de solución a problemas determinados.
- Divertirse lo más que pueda durante el proceso, así dará libertad al pensamiento.
- Mantener una elevada autoestima.
- Utilizar rutinas diferentes; romper paradigmas.

5. ¿Qué relación tienen la creatividad y los proyectos emprendedores?

R: tiene mucha relación ya que la creatividad va de la mano con los proyectos emprendedores, porque la creatividad es una característica importante de una persona emprendedora. Como por ejemplo si un empresario o simplemente una persona quiere emprender algún negocio debe de tener la habilidad de creatividad, de generar nuevas ideas que sean innovadoras y así pueda obtener éxito en su empresa o negocio

6. ¿Cuál es la diferencia entre innovar y crear?

R:

Innovar: es darle un cambio a algo que ya existe, hacer modificaciones que no tenía ese negocio o producto con el fin de mejorarlo.

Y crear: es generar o plasmar nuevas ideas, para producir o hacer algo nuevo.

7. ¿Por qué se confunde el término “artista” con “creativo”?

R: porque ambos términos se relacionan en la creación de algo, por ejemplo un artista (cantante) para poder escribir una canción necesita generar ideas o pensamientos creativos, es decir que la canción tenga sentido o que sea coherente.

8. En general, ¿se podría decir que un emprendedor exitoso se distingue por su creatividad?

R: si, porque todo emprendedor necesita usar la creatividad para poder promover, hacer publicidad o marketing a su producto o incluso hacer que sus productos tengan una buena imagen que atraigan al cliente y así poder tener más ventas o productividad.

CAPITULO 3. TRABAJO EN EQUIPO.

1. ¿Qué es trabajar en equipo?

R: es aquella actividad en la que se necesita la participación de diferentes personas con una perspectiva organizada y clara sobre sus metas, donde todos los miembros participan de forma activa y coordinada, que comparten habilidades, cualidades y conocimientos y buscan el mejor desempeño posible para el bien del proyecto y el cumplimiento de las metas que tienen en común.

2. ¿Existe diferencia entre trabajo de equipo y de grupo?

R: si, en el trabajo de grupo el liderazgo que manejan es asignado, las tareas son distribuidas por igual, trabajan no siempre por el mismo objetivo, en las decisiones discuten, deciden y delegan, la confianza no es absoluta y la responsabilidad es personal y en cambio en el trabajo de equipo el liderazgo es compartido, las tareas son distribuidas según capacidades y conocimientos, trabajan por objetivos personales y compartidos, en las decisiones discuten, deciden y hacen el trabajo en conjunto, los miembros promueven la confianza y la responsabilidad es tanto individual como del equipo.

3. ¿Cuáles son las ventajas del trabajo en equipo?

R:

- La división de tareas.
- Aumenta la productibilidad
- Facilita la organización.
- Mejora las capacidades y la actitud de cada individuo en la empresa.
- Se crean mejores ideas o soluciones.
- Coordinación de esfuerzos.
- La diversidad.

4. ¿Cuáles son las desventajas del trabajo en equipo?

R:

- Lentitud.
- Integración incompleta del equipo.
- Incertidumbre y conformismo.
- Dominio de la discusión.
- Responsabilidad ambigua.

5. ¿Cuáles son los pasos para construir un equipo de trabajo que tenga éxito?

R:

Etapa 1: Formación (individualista). Cuando se conforma el grupo, cada integrante tiene una actitud de incertidumbre hacia los demás, por lo cual se crea una atmósfera de inseguridad. Cada participante trata de mostrar sus habilidades y fortalezas. Se establece un ambiente de competencia e individualidad. Los sentimientos encontrados son: excitación, optimismo, orgullo por ser miembro, apego, miedo y otros. Es, básicamente, la etapa de presentación de los integrantes.

Etapa 2: Poder (identificación). En esta etapa los integrantes del equipo comienzan a establecer las metas y a catalogar las competencias de cada uno. Es la etapa de definición de las funciones e inicio de la acción.

Etapa 3: Regulación (integración). Cuando los miembros se conocen e identifican, inicia el verdadero trabajo en equipo; poco a poco empiezan a ayudarse entre sí, lo cual da principio al establecimiento de reglas.

Etapa 4: Actuación (resultados). Es la fase del crecimiento, los integrantes se entienden y están cómodos con el trabajo conjunto; tienen una misma dirección: conseguir las metas establecidas. Todos tienen las mismas expectativas y cada uno acepta las virtudes y debilidades de los demás, por lo que se complementan en su quehacer.

6. ¿Cuáles son algunas causas del fracaso del trabajo en equipo?

R:

- 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.

7. ¿Cómo debe ser una reunión de trabajo?

R: deben planearse con anticipación e incluir ciertas secciones (Lectura del acta o minuta anterior, revisión del desempeño, compromisos de cada integrante, reconocimiento del éxito).

8. ¿Qué problemas aparecen en el trabajo en equipo?

R:

- Los problemas tienen relación directa con el carácter y personalidad de los participantes.
- La incertidumbre derivada de la mala comunicación.

9. ¿Qué importancia tiene la comunicación en el éxito de un equipo de trabajo?

R: es importante porque entre los miembros del equipo de trabajo debe haber una buena comunicación para que haya un buen ambiente laboral, es decir que todos se lleven de la mejor manera y no existan malos entendidos y puedan trabajar cómodos o a gusto entre sí.

CAPITULO 4. PROPUESTA DE VALOR.

1. ¿Qué es una propuesta de valor?

R: es todo aquello que una empresa tiene para ofrecer a sus clientes. Como por ejemplo productos, servicios, beneficios y valores. Es la principal razón por la que un prospecto va a comprar contigo y no con la competencia.

2. ¿Cuáles son las ventajas de redactar una propuesta de valor?

R:

- Te ayuda a tener una comunicación clara con los clientes, hacer una buena oferta y generar más ingresos.
- Conocer y reflejar las características visibles o no, que atraen a un posible comprador.
- Comunicar lo que hace mejor la empresa a la diferencia de la competencia.
- A obtener mejores oportunidades de venta al ofrecerles lo que realmente necesitan.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.
- Te ayuda a asegurar que los valores de tu marca se transmitan de manera correcta.

3. ¿Cómo una propuesta de valor puede hacer que el consumidor prefiera un determinado producto o servicio antes que el de los competidores?

R: con las características de los productos y servicios que se brinden, ya que están relacionados con la eficiencia, la calidad, la oportunidad y el precio por lo tanto el consumidor optara por producto o servicios que cumpla con esas características.

4. ¿Cuáles son las características de una propuesta de valor?

R:

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
- Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
- Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.

- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

5. ¿Qué elementos debe incluir una buena propuesta de valor?

R:

Elementos relacionados con el cliente:

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.
- Políticas de atención y servicio.
- A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia.
- Características de las personas vendedoras o puntos de venta, así como tipo de atención que se dará en el proceso de venta.
- Canal o canales de distribución.
- Servicios de posventa.

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa:

- Objetivo estratégico de la empresa (rentabilidad, altruismo, posicionamiento, crecimiento, altos ingresos, etcétera).
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Inversiones necesarias, presentes o futuras.
- Riesgos calculados y posibles acciones.
- Objetivos del plan de ventas: precio, ventas esperadas, estrategias de introducción al mercado.
- Sistemas de información internos, necesarios para un buen control.
- Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

6. ¿En qué consiste el éxito de una propuesta de valor?

R: para tener éxito es indispensable que ambos, el consumidor y la empresa, resulten beneficiados en el proceso de producción y venta de bienes y servicios, de ahí la importancia de tener perfectamente establecida la propuesta de valor.

7. ¿Cuáles son algunas recomendaciones para la redacción de propuestas de valor?

R:

- Las marcas que establecen un estándar no siempre son marcas de lujo. Muchas marcas definen altos estándares de calidad en diferentes categorías. Es una proposición de valor envidiable y que funciona.
- Los clientes invertirán en un producto o servicio de una empresa si éste ofrece algo diferente a lo de la competencia. Ese algo, mejor conocido como valor agregado, toma la forma de diferenciación en el producto o servicio (características diferenciales).
- Un producto es diferenciado si los consumidores perciben que obtienen algo de valor que otros productos no ofrecen.
- Es bueno adelantarse a la competencia: al ser el primero en ofrecer e introducir un producto o servicio, obtiene diferenciación, dado que es el único en el mercado y ningún producto de la competencia tiene nada similar; pero debe proteger esta ventaja con otras propuestas complementarias o pronto dejará de serlo.
- Dos productos o servicios con las mismas características pueden diferenciarse por su ubicación física, lo cual genera que uno de los dos sea de acceso más rápido pero, de nuevo, esto debe complementarse o protegerse de alguna manera.
- Una empresa puede hacer la diferencia por su rapidez para reparar alguna falla o dar atención, es decir, por los servicios de valor agregado que le da al cliente.
- Las alianzas estratégicas con diferentes entidades que complementan su operación generan una ventaja respecto a la competencia.
- Contar con un reconocimiento de marca por parte del cliente genera una diferenciación con la competencia, ya que se cuenta con una buena reputación; el cliente percibe que adquiere lo mejor, algo que no puede obtener de la competencia.
- Si mantiene bajo el costo, sin sacrificar la calidad, el mercado percibe que un producto o servicio es mejor que el de la competencia.

CAPITULO 5. MODELO DE NEGOCIO.

1. ¿Qué es un modelo de negocio?

R: es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Es una herramienta de análisis que te permitirá saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener.

2. ¿Cuáles son las ventajas al establecer un modelo de negocio?

R:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

3. ¿Qué información debe reunir el emprendedor para redactar su modelo de negocio?

R:

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar a respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Quién es el cliente potencial para la empresa?
- ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?
- ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa?
- ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio?
- ¿Con qué recursos se cuenta y cuáles es necesario conseguir?
- ¿Hasta dónde se quiere llegar con este proyecto (futuro esperado de la empresa)?
- ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa?

4. ¿Cuáles son los elementos esenciales de un modelo de negocio?

R:

- Segmento del mercado.
- Propuesta de valor.

- Canales de distribución.
- Relación con los consumidores.
- Flujos de efectivo.
- Recursos clave.
- Actividades claves.
- Socios clave.
- Estructura de costos.

5. Considerando su propia idea de proyecto emprendedor (empresa), ¿qué elementos debe incluir en el modelo de negocio, de acuerdo al formato que proponen Osterwalder, Chesbrough y Rosenbloom, o Ramírez?

R:

- Propuesta de valor.
- Segmento de mercado.
- Estructura de la cadena de valor.
- Generación de ingresos y ganancias.
- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia).
- Estrategia competitiva.
- Canales de distribución
- Relación con los consumidores.
- Flujos de efectivo.
- Recursos clave.
- Actividades clave.
- Socios clave.
- Estructura de costos.
- Concepto de negocio.
- Diferenciación del producto o servicio.
- Diferenciación mediante bajos costos.
- Mercados y clientes.
- Dimensionamiento financiero.
- Modelo de ingresos.
- Cadena de valor y estructura de procesos.