



Nombre de alumno: Víctor Maldonado García

Nombre del profesor: Maria Isabel Roblero Ordoñez.

**Nombre del trabajo: mapa conceptual
“introducción al emprendedurismo”
“nacimiento de la idea de negocio”**

Materia: taller del emprendedor

Grado: noveno cuatrimestre

Grupo: c

Frontera Comalapa chipas a 23/05/2022

INTRODUCCION AL EMPREDEDURISMO

Espíritu emprendedor

En el ámbito de negocios el emprendedor es el empresario.

Finley (1990) lo describe

Alguien que se ventura en una nueva actividad de negocios.

Drucker (1989)

Lo clasifica como

Un buen administrador

Shefsky (1997) y Baumol (1993).

Escribe a cualquier miembro de la economía.

Cuyas actividades son novedosas de alguna forma.

Burgess (1993), Siropolis (1990) y Drucker (1989)

Se refieren a la persona que hace negocios exitosos.

Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997).

Se refieren como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias.

Joseph Schumpeter (1934) —citado por Jennings (1994)

Afirma

Que la innovación se genera partir de la capacidad para emprender.

Características del emprendedor

De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares :

Compromiso total

Altos niveles de energía

Capacidad

Busca de realimentación

Orientación a las metas y oportunidades

Control interno

Iniciativa y responsabilidad

Toma de riesgos calculados.

Persistencia en la solución de problemas

Baja necesidad de estatus y poder

Realismo

Integridad y confiabilidad

Autoconfianza

Tolerancia al cambio.

VanderWerf y Brush (1989) comprenden conductas y acciones.

Stacey (1980) agrega otro elemento interesante en el perfil del emprendedor.

Creación

Creatividad e innovación

Administración general.

Confianza en el mismo y sus capacidades.

Innovación

Perseverancia

Aceptación del riesgo

Capacidad para mejorar problemas.

Mejor desempeño

Aceptación del riesgo

Tipos de emprendedores

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

El emprendedor imitador

Genera sus procesos de innovación a partir de Elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Otras formas de clasificar a los emprendedores

Segunda la razón por la que emprenden

Por aprovechar una oportunidad.

Porque encontraron un necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido

Por necesidad

es el caso si está desempleado.

Según el tipo de empresa que desarrollan

El emprendedor social busca

producir un cambio social en beneficio de un sector de la población.

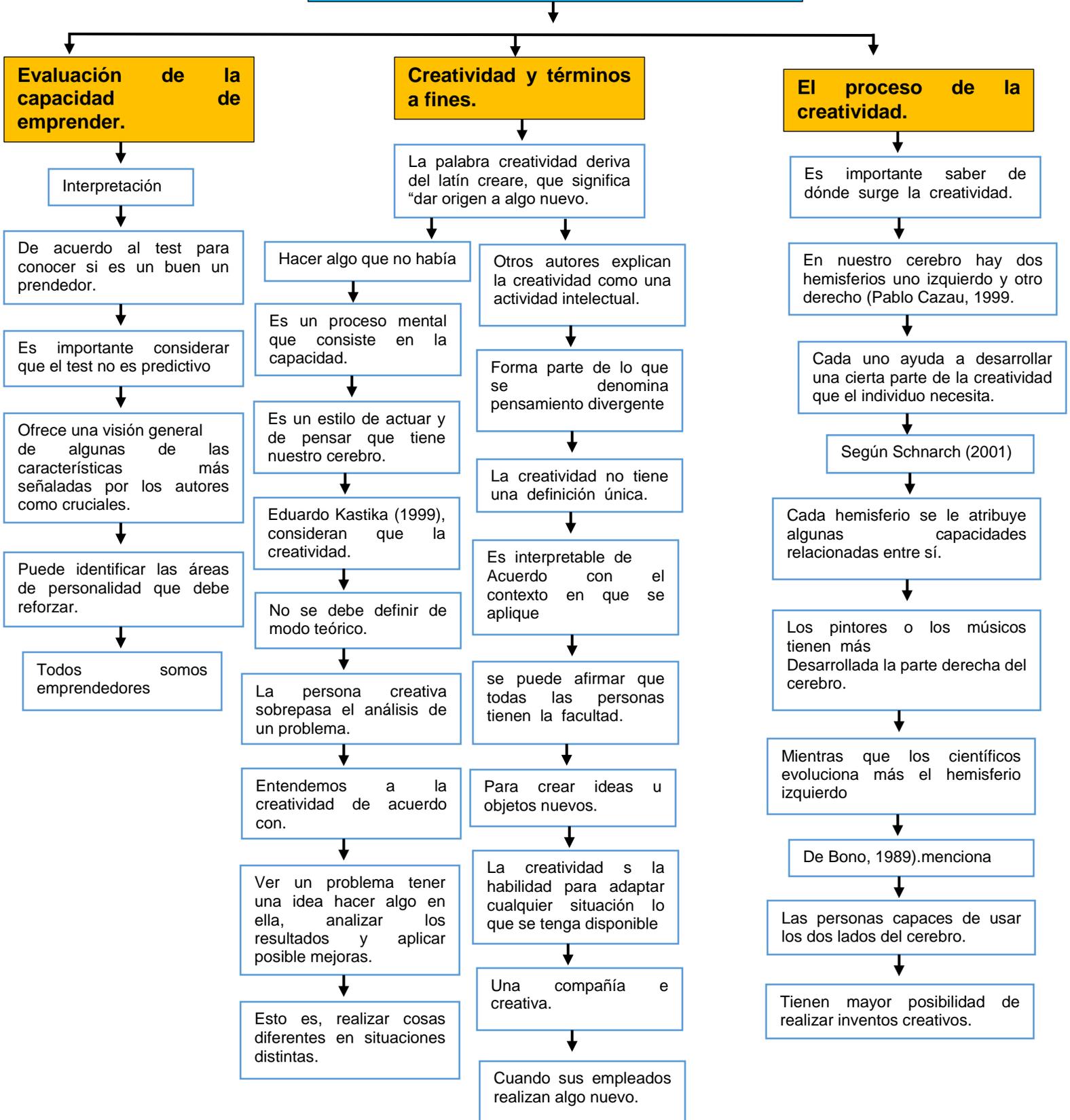
El emprendedor que busca destacar

en cierta área y ser modelo para otros

Si el individuo emprende dentro de una empresa

que no es la suya se le llama emprendedor interno.

INTRODUCCION AL EMPREDEDURISMO



INTRODUCCION AL EMPRENDEDURISMO

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 restauración

Se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química.

La creatividad artística se aplica en.

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.

Equipo de trabajo

Thiagarajan y Parker (2000)

El hombre es un ser social y debido a aquello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse.

(Stewart y otros, 2003).

Menciona que en los equipos se pone en juego las personalidades de los involucrados.

En su definición, Smith (2001) aclara

Un equipo es un número reducido de individuos con capacidades complementarias.

quienes se organizan para la realización de una tarea concreta, relacionadas entre sí.

Interactúan para alcanzar los objetivos que se han propuesto.

Se necesitan mutuamente para dicho fin y se ven como una unidad.

Según Holp (2003), "un equipo se puede definir.

Como un grupo de personas que trabajan juntas hacia una serie de objetivos específicos

Hayes (2002) dice que es

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

Manrique y Sarabia (1996):

Existe un equipo cuando se forma un grupo de personas que trabajan de manera interdependiente

para lograr el desempeño adecuado de un equipo de trabajo

Los miembros del equipo deben tener presente un objetivo común

Deben tener competencias diversas

Características de los equipos de trabajo.

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

Liderazgo participativo

Responsabilidad compartida

Una comunidad de propósito

La buena comunicación

La mira en el futuro

Concentración en las tareas

Respuesta rápida y proactiva.

Otras acciones para motivar al equipo de trabajo

Crear un entorno de trabajo agradable

Dedicar tiempo suficiente a la capacitación.

Crear nuevos e interesantes retos

Principales causas del fracaso de los equipos.

No tener metas y objetivos claros

Falta de coordinación

Ausencia de un buen proceso de comunicación

El liderazgo rígido inexistente

Desinterés por la individualidad

Ausencia de esquema y seguimiento y control

La comunicación

Se da en sencillos pasos

La persona que comunica

El individuo que comunica trasmite el mensaje

El individuo que comunica trasmite el mensaje

Nacimiento de la idea del negocio

Propuesta de valor

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva.

Metzger y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes

No obstante, Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta de valor.

En un ámbito más global al decir que el emprendimiento se trata de crear valor.

Ronstadt (1984), Fayolle define

el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental

Bruyat (1993), señala que

Se da una dinámica de interrelación entre el individuo y la creación de valor.

Metzger (2007) comenta

La mayoría de las personas no pueden explicar qué hace su empresa

Para Mejía (2007) el término "propuesta de valor.

se acuña a partir de estudios sobre estrategia empresarial.

Kotler también menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas (o Posicionamientos.

Elegir un posicionamiento amplio.

Determinar una postura de valor

Desarrollar la propuesta de valor .

la propuesta de valor es una oferta total de marca.

Es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios

los atributos de los productos y servicios que generan la propuesta de valor.

Están relacionados con la funcionalidad, la calidad.

a oportunidad y el precio de acuerdo al Grupo Kaizen (2005).

Generación de ideas

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005)

¿Por qué es necesario el producto?

¿Dónde puede hacerse?

¿Cuándo debería hacerse?

¿Cómo se hace?

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

El mercado la experiencia que recibió el cliente

El producto o servicio que ofrece el cliente.

Las alternativas y las diferencias

Las evidencias o pruebas

propuestas por Kaplan y Norton (2004

Mejor compra o menor costo total

Guardia en el desarrollo de productos

Ofrecer solución a necesidades

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva.

Elementos relacionados con el cliente

Características del mercado potencial

Necesidad que cubrirán

Beneficios de permanencia con el producto

Descripción del producto que resalte.

Políticas de atención y servicio.

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa

Objetivo estratégico de la empresa

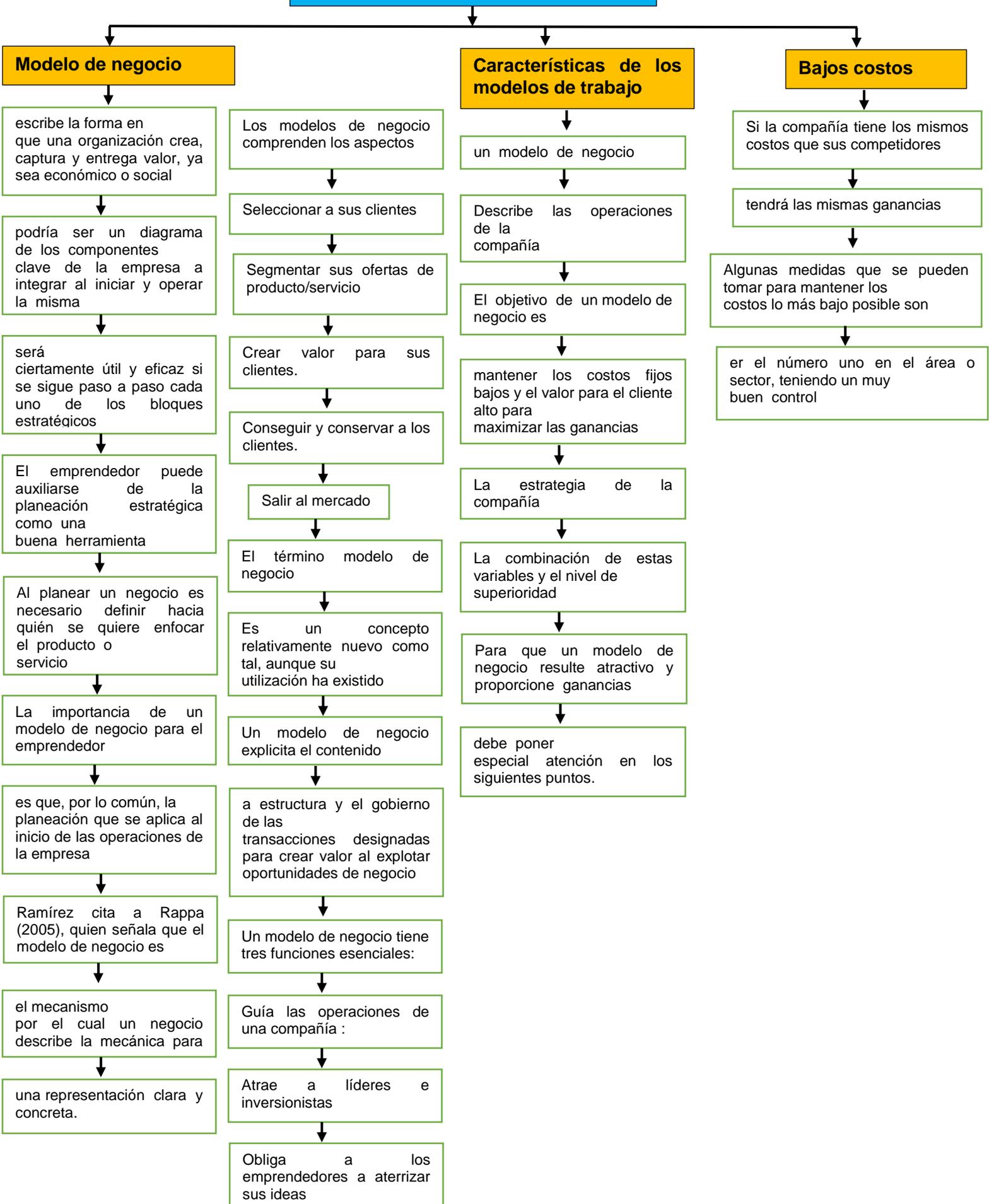
Como lograr que la empresa sea percibida

Recursos físicos, tecnológicos, logísticos

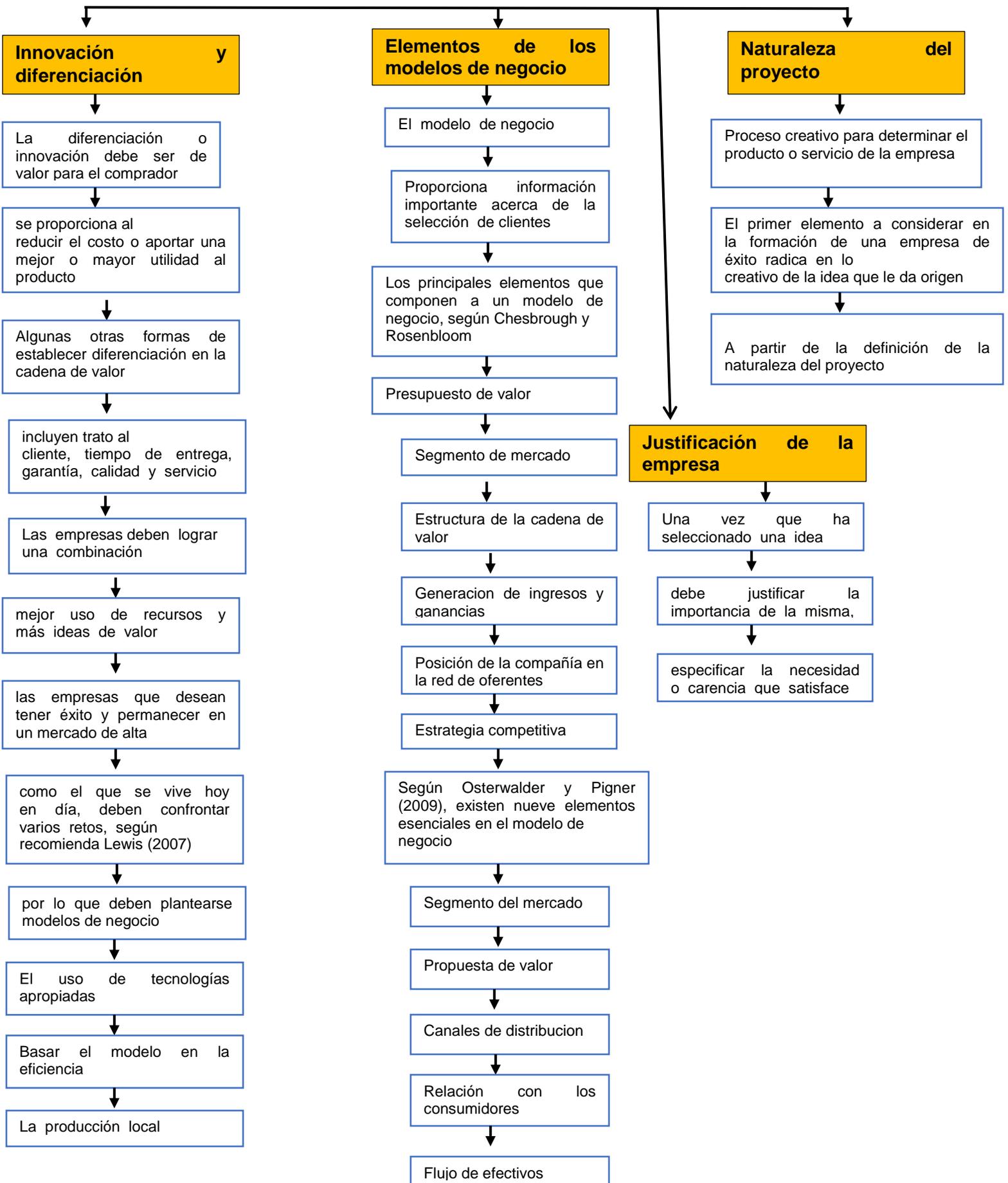
Recursos físicos, tecnológicos, logísticos

Inversiones necesarias presentes o futuras.

Nacimiento de la idea del negocio



Nacimiento de la idea del negocio



Nacimiento de la idea del negocio

Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa, propuesta de valor

Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa

