

**Nombre del alumno: Cecilia jhaile Velazquez Vazquez**

**Nombre del profesor: Icel Bernando Lepe**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado:9° cuatrimestre Grupo: escolarizado**

Frontera Comalapa Chiapas a 22 de mayo del 2022



**UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO**

Séneca dijo una vez que “al que no sabe a qué puerto quiere llegar, la ausencia de viento le es ventajosa”. Un plan de negocios es una herramienta que le permite al emprendedor llevar a cabo el proceso de planeación, ayudándolo a elegir el camino correcto para alcanzar sus metas y objetivos. Es también un medio para materializar ideas, es una forma de ponerlas por escrito, en blanco y negro, de forma formal y estructurada, de modo que se convierta en una guía para el día a día del emprendedor.

El plan de negocios es, 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

¿por qué escribir un plan de negocios? Según Welsh y White, porque:

• 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.

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.

* 1. **ESPÍRITU EMPRENDEDOR**

**EMPRENDER:** el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; Say (1800) —citado por Drucker (1989)— lo clasifica como un “buen administrador”. Otros le confieren la capacidad para dar un uso adecuado a los recursos disponibles. Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un “ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas.

* 1. **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.

• 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. **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.

• 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.