



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del alumno: Domínguez  
Arellano Jacqueline**

**Nombre del profesor: Dra. Hernández  
López Gladis Adilene**

**Nombre del trabajo: CUADRO  
SINÓPTICO DE LA INTRODUCCIÓN AL  
EMPREDURISMO**

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: Metodología de la  
investigación**

**Grado: 7 ° "A"**

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de marzo de 2023

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO

¿Qué es?

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos.

También es un medio para concretar ideas; es una forma de ponerlas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor.

Plan de negocios

- 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.

Beneficios

- 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.

Áreas

- Naturaleza del proyecto (descripción de la empresa).
- El mercado del producto o servicio (situación del mercado, precio, sistema de distribución, esquema de promoción y publicidad, plan de introducción y ventas, etc.).
- Sistema de producción (el producto y su proceso de elaboración y/o prestación de servicios).
- La organización (sistema administrativo) y el recurso humano en el proyecto.
- El aspecto legal en que el proyecto está inmerso.
- Las finanzas del proyecto.
- El proceso de planeación para el arranque, desarrollo y consolidación del proyecto.

Plan

- Claro** - Sin ambigüedades, entendible (que cualquier persona lo pueda comprender), que no dé lugar a dudas o se preste a confusiones.
- Conciso** - Que contenga sólo la información necesaria, sin más datos que los realmente indispensables.
- Informativo** - Tener una imagen clara del proyecto (incluidas sus ventajas competitivas y áreas de oportunidad).  
- Medir la factibilidad del proyecto.  
- Facilitar la implantación, la cual asegure, paso a paso, un desarrollo adecuado.

Espíritu emprendedor

Emprendedor

- Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique.
- En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.
- Emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Características del emprendedor

- 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.

Características de los emprendedores.

1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de logro</li> <li>Necesidad de reconocimiento</li> <li>Necesidad de desarrollo personal</li> <li>Percepción del beneficio económico</li> <li>Baja necesidad de poder y estatus</li> <li>Necesidad de independencia</li> <li>Necesidad de atención o ayuda a los demás</li> <li>Necesidad de escape, refugio o subsistencia</li> </ul>
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Secretivo personal</li> <li>Capacidad de decisión</li> <li>Aceptación de riesgos moderados</li> <li>Orientación hacia la oportunidad</li> <li>Estabilidad emocional/adaptabilidad</li> <li>Orientación hacia metas específicas</li> <li>Niveles de control interno (participa a él mismo sus dotes o fracasos)</li> <li>Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre</li> <li>Es receptivo en sus relaciones sociales</li> <li>Posee sentido de urgencia/tiempo valioso</li> <li>Intensidad/integridad y confianza</li> <li>Perseverancia/constancia</li> <li>Responsabilidad personal</li> <li>Es independiente</li> <li>Es optimista</li> </ul>
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energía</li> <li>Trabaja con alto ritmo</li> </ul>
4. Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veracidad/flexibilidad</li> <li>Creatividad/integración/innovación</li> <li>Alto nivel de la realidad e información</li> <li>Planificación y seguimiento sistemático de resultados</li> <li>Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)</li> <li>Valde compromisos de los problemas</li> <li>Capacidad para solucionar problemas</li> <li>Planificación con límites de tiempo</li> </ul>
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo</li> <li>Orientación al cliente</li> <li>Capacidad para conseguir recursos</li> <li>Gerente/administrador de recursos</li> <li>Patrones de factores de producción</li> <li>Exige eficiencia y calidad</li> <li>Operación y gestión de la empresa</li> <li>Red de contacto</li> <li>Comunicación</li> </ul>

Conductas y acciones

- Creación: establecimiento de una nueva unidad de negocios.
- Administración general: dirección apropiada para una buena utilización de recursos.
- Innovación: generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios, procesos, mercados, sistemas de organización, etcétera.
- Aceptación del riesgo: capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- Mejor desempeño: el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento.

Emprender con éxito

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

Tipos de emprendedores

Schollhammer (1980)

- **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.

Clasificación

Según la razón por la que emprenden.

- Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
- Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.

Según el tipo de empresa que desarrollan.

- El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro.
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.
- Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur) y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comercializar de forma diferente a la tradicional un producto que ya existe.



INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO

Evaluación de la capacidad de emprender

Table with 2 columns: Item description and Score (1-5). Includes items like '¿Adeudo tiempo ideas originales y la puesta en práctica?' and '¿Conocimiento y experiencia para el que pueda hacer los cosas bien?'.

Interpretación

Si la puntuación que obtuvo en cada una de las características evaluadas suma de cero a ocho puntos acumulados, su nivel es bajo y posee un área de oportunidad para desarrollar. Si acumula entre nueve y 15 puntos, su nivel es medio y posee un área fuerte, aunque susceptible de ser mejorada.

Y si los puntos acumulados son 16 o más, su nivel es elevado y posee una fortaleza que deberá aprovechar para el desarrollo de su actividad emprendedora.

Creatividad y términos afines

La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa —dar origen a algo nuevo. 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.

Definiciones asociadas

- Facultad de crear.
• Capacidad de creación.

El emprendedor tiene que usar la creatividad para dar origen al producto o servicio en el que sustentará el desarrollo de su empresa, así como para hacerla crecer y perdurar.

Equipo de trabajo

Smith (2001)

Es un número reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan comunes; además de compartir las responsabilidades.

Un equipo es una unidad compuesta por un número indeterminado de personas, quienes se organizan para la realización de una tarea concreta, relacionadas entre sí y, por esta condición, interactúan para alcanzar los objetivos que se han propuesto. Reconocen, también, que se necesitan mutuamente para dicho fin y se ven como una unidad.

Condiciones

Los miembros del equipo deben tener presente un objetivo común, el cual es el motor que los mueve a trabajar para lograrlo. Deben tener competencias diversas, a fin de que se complementen y permitan la generación de la sinergia. Todas las actividades del equipo deben estar estructuradas, planeadas y bien definidas hacia el cumplimiento de las metas u objetivos trazados. Las tareas deben repartirse con equidad entre los integrantes del equipo. Debe haber una buena coordinación de sus labores, así como integrar las diversas funciones y actividades desarrolladas por las personas que conforman el equipo. Es necesario que exista un liderazgo, el cual puede y debe ser asumido por los integrantes del equipo. Es indispensable que exista una óptima comunicación entre todos los integrantes del equipo, en la cual la tolerancia desempeña un papel decisivo. Es importante que haya mecanismos de autorregulación y control en el equipo, así como una supervisión de calidad.

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.

Atributos

- 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.
3. Una comunidad de propósito; es decir, los integrantes conocen cuál es su razón para pertenecer a ese equipo y, también, cuál es su función dentro de él.
4. La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación.
5. La mira en el futuro, tanto en la meta final como en el proceso, para alcanzar los propósitos y no perder de vista su capacidad para mejorar con el tiempo. Esto es esencial para concebir el cambio como una oportunidad de crecimiento.
6. Concentración en las tareas que se acuerdan en las reuniones periódicas de planeación, seguimiento y evaluación.
7. Respuesta rápida y proactiva; es decir, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.

Acciones

- Crear un entorno de trabajo agradable, en el cual las personas se sientan cómodas con sus labores, deseen permanecer el tiempo necesario para lograr sus objetivos y asuman sus responsabilidades.
• Que todos los integrantes del equipo se conozcan entre sí para fomentar una mayor integración y mejorar las relaciones entre ellos.
• Mostrar interés por las inquietudes personales de los integrantes del equipo (identificación y aprecio), ya que la relación debe ir más allá de la simple concurrencia a un espacio laboral.
• Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica para seguir complementando las capacidades y lograr un proceso de desarrollo personal.
• Dar continuidad a las acciones que el equipo realiza, lo cual favorece conocer el avance y el grado de cumplimiento de los objetivos.
• Proporcionar suficiente espacio y tiempo para que se realice el trabajo.
• Encomiar los logros y otorgar incentivos.
• Crear nuevos e interesantes retos.
• Fomentar el autocontrol (responsabilidad y medición de indicadores) en todos los integrantes del equipo.
• Mostrar calidez humana en el trato a los compañeros.

Causas del fracaso de los equipos de trabajo

- 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.

Comunicación

Pasos

- La persona que comunica (emisora) construye la idea y la traduce a palabras, imágenes o gestos.
• El individuo que comunica transmite el mensaje por algún medio o canal.
• Otro sujeto (receptor) recibe el mensaje, lo traduce y lo comprende.
• El receptor contesta el mensaje (la respuesta en sí misma puede darse, incluso, a través de una falta de respuesta).

Una cosa es lo que se piensa. Otra lo que se dice. Y otra más, la que interpreta quien recibe el mensaje.

Elementos

- El mensaje del emisor es más fidedigno mientras más interés tenga el receptor, amén de la forma en que se transmita (el emisor debe ser muy claro y persuasivo para que su mensaje sea recibido, aceptado y bien interpretado).
• El receptor decodifica e interpreta la información. Luego emite una respuesta que convierte al proceso en un ciclo, ya que por lo regular el emisor manda otro mensaje para verificar que la recepción ha sido correcta o hay una reacción ante el mensaje recibido.
• El mensaje es la información que el emisor transmite al receptor por medio de un canal de comunicación. Para que sea efectivo, debe ser claro, preciso, objetivo, oportuno y de interés para el receptor.

## Bibliografía

Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill

Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc  
Graw hill

Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.

REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.