



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL

NOMBRE DEL ALUMNO: ANGEL DE JESUS REYES RAMIREZ

TEMA: UNIDAD I

PARCIAL: I

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

**NOMBRE DEL PROFESOR: RUBEN EDUARDO DOMINGUEZ
GARCIA**

LICENCIATURA: ENFERMERIA 9NO ESCOLARIZADO

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO. (PLAN DE NEGOCIOS)

Consiste en

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

Específicamente

- 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.

- 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.

Beneficios

Logrando que

- 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

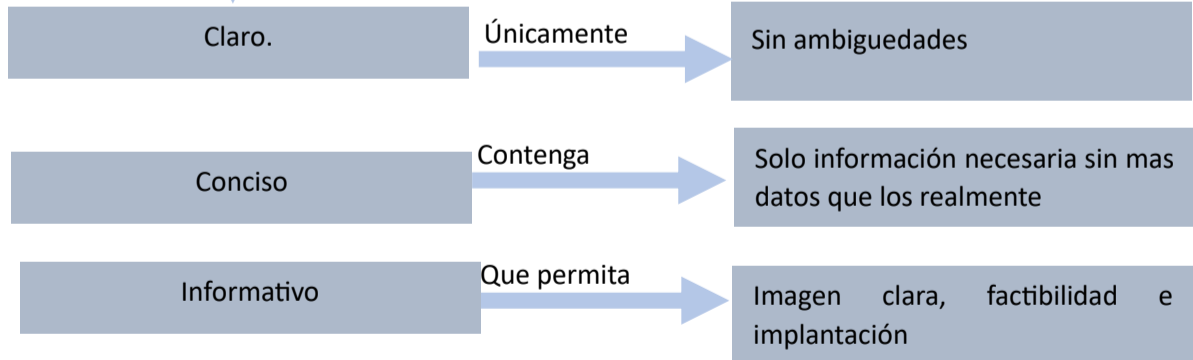
Exigiendo

- 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

Abarcando

- Naturaleza del Proyecto
- Mercado del producto
- Sistema de producción
- Organización
- Aspecto legal
- Finanzas del proyecto
- Proceso de planeación

Por lo que debe ser



ESPIRITU EMPRENDEDOR

Emprendedor en negocios

En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro

Emprendedor académico

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.

En que tal vocablo se deriva de la palabra entrepreneur, que a su vez se origina del verbo francés entreprendre, que significa "encargarse de", tal como lo señala Jennings (1994) en su libro Multiple perspectives of entrepreneurship

Coincidiendo

Características generales

- 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 intelectuales

- Versatilidad
- Creatividad
- Búsqueda
- Planificación
- Análisis
- Visión
- Solución de problemas
- Planificación

Competencias generales

- Liderazgo
- Orientación al cliente capacidad para conseguir recursos
- Direccion de empresa
- Red de contacto
- Comunicación

Conductas ya acciones

- Nueva unidad de negocios ← Consiste en Creación
- Generación y explotación comercial ← Consiste en Innovación
- Manejar el riesgo de fallas potenciales ← Consiste en Aceptación
- Lograr altos niveles de desempeño ← Consiste en Mejor desempeño
- Administración ← Consiste en Administración

Características motivacionales

- Necesidad de logro
- Necesidad de reconocimiento
- Necesidad de desarrollo personal
- Percepción de beneficio económico
- Baja necesidad de poder y estatus
- Necesidad de independencia
- Necesidad de afiliación
- Necesidad de escape

Características personales

- Iniciativa personal
- Capacidad de decisión
- Aceptación de riesgos
- Orientación hacia oportunidad
- Estabilidad emocional
- Orientación hacia metas específicas
- Tolerancia a ambigüedades
- Optimismo
- Individualista

Características físicas

- Energía
- Ahinco

Tipos de emprendedores por personalidad

- Administrativo ← Consiste en Investiga y desarrolla para mejorar la forma de hacer las cosas
- Oportunista ← Consiste en Se mantiene alerta a las posibilidades que le rodean
- Adquisitivo ← Consiste en Innova para crecer y mejorar lo que hace
- Incubador ← Consiste en Usa la autonomía para poder crear negocios nuevos que florezcan a futuro
- Imitador ← Consiste en Innova apartir de una idea ya establecida

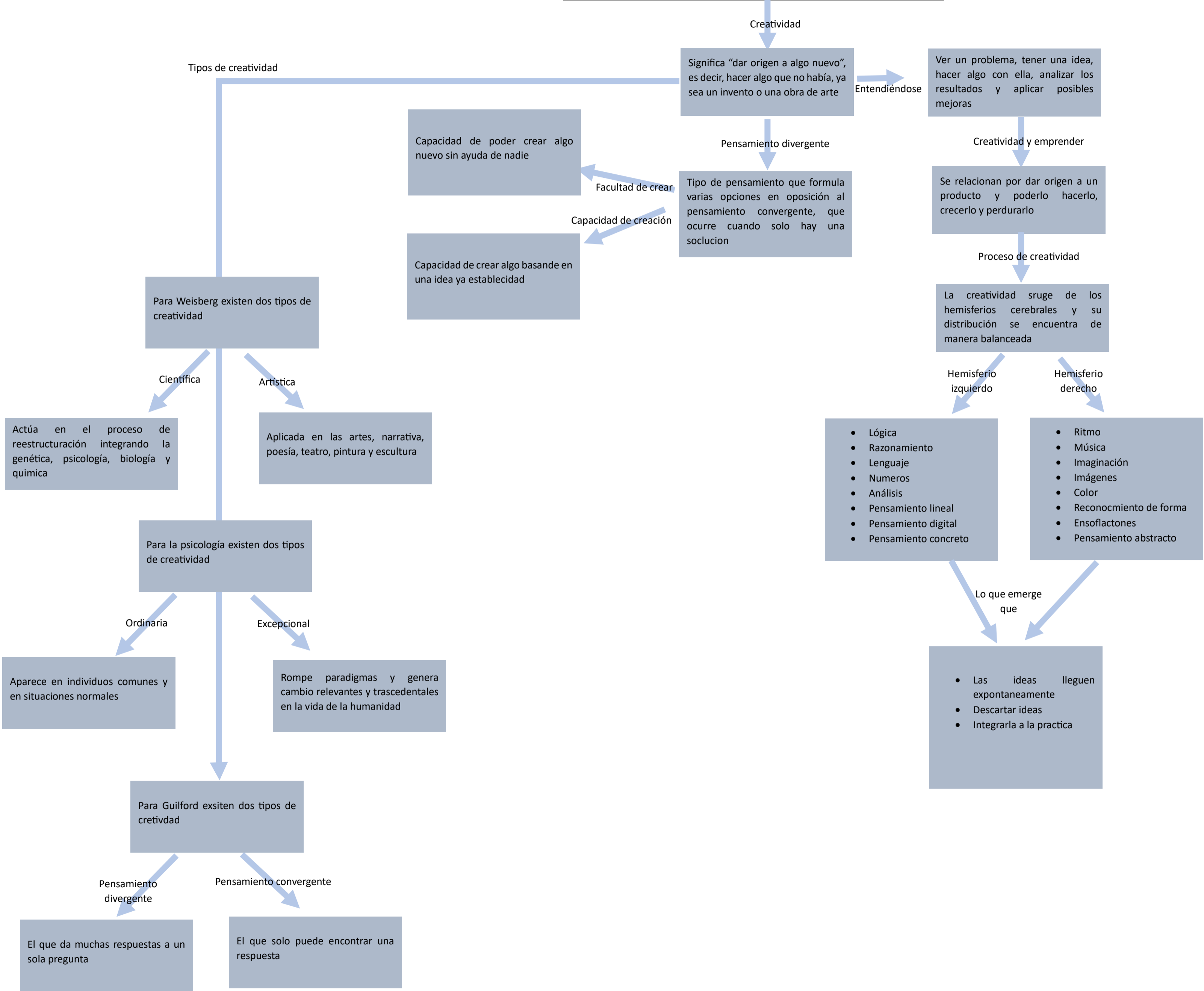
Por la razón que emprender

- Aprovechar oportunidad ← Encuentran un necesidad insatisfecha o desatendida
- Necesidad ← Encuentra una situación desfavorable y por la necesidad tiende a procurar un ingreso

Por el tpo de empresa

- Social ← Consiste en Produce un cambio social en beneficio de la población
- El que destaca ← Destaca un área que puede ser explotada como el arte, deporte o política
- Interno o externo ← Emprender dentro de una empresa ya situada. Inician con la misma idea pero de manera independiente

CREATIVIDAD Y TERMINOS AFINES



EQUIPO DE TRABAJO

Para Smith 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

El trabajo

Ha ganado importancia dentro de las empresas, donde poco a poco se ha vuelto una necesidad debido a las exigencias de calidad, eficacia y competitividad que la sociedad espera del sector empresarial

Por lo que

Las nuevas estructuras de las organizaciones precisan una mayor interacción entre las personas, lo que sólo puede lograrse con una actitud cooperativa

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.

Características

- Liderazgo participativo
- Responsabilidad compartida
- Comunidad con propósito
- Buena comunicación
- Mirar el futuro
- Concentración en tareas
- Respuesta rápida

Es indispensable

Contar con integración que promueva la dirección motivacional en el trabajo para alcanzar metas

Para motivar necesitamos

- Entorno de trabajo agradable
- Que todos los integrantes se conozcan
- Interés por inquietudes personales
- Dedicación de tiempo suficiente
- Continuidad a las acciones
- Suficiente espacio
- Economizar
- Crear nuevos retos
- Fomentar autocontrol
- Calidez

¿Por que fracasan los equipos de trabajo?

- No tiene metas y objetivos
- Falta de coordinación
- Ausencia de comunicación
- No hay liderazgo
- Desinterés
- Ausencia de esquemas de seguimiento

Condiciones

- Los miembros deben de tener un objetivo en común
- Deben de tener competencias diversas
- Actividades estructuradas
- Tareas repartidas por equidad
- Coordinación de labores
- Liderazgo bien empelado
- Optima comunicación
- Mecanismos de autorregulación
-

Destacando a la comunicación

Es un proceso en el que se intercambia información, opiniones, experiencias y sentimientos

Esta se da en dos pasos

El emisor contruye una idea mediante imágenes, gestos o palabras
Mientras que el receptor recibe el mensaje para entenderlo y comprenderlo y continuar con el ciclo

Integrando tres elementos

- El emisor debe ser mas fidedigno
- El receptor debe decodificar la información
- El mensaje debe ser transmitido por un canal de comunicación

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- 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.