



**NOMBRE DEL ALUMNO: JORGE PORRAS JIMENEZ**

**NOMBRE DEL PROFESOR: ANDRES ALEJANDRO REYES MOLINA**

**NOMBRE DEL TEMA: “EL EMPRENDEDOR”**

**MATERIA: DESARROLLO EMPRESARIAL**

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

**CUATRIMESTRE: V**

**6 °A**

**COMITAN DE DOMINGUEZ, CHIAPAS A 22 DE MAYO DEL 2024**



# UNIDAD 1.

## EL EMPRENDEDOR

### CONCEPTOS BASICOS DE LA CREATIVIDAD



• Creatividad y términos afines La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa "dar origen a algo nuevo", es decir, hacer algo que no había, ya sea un invento o una obra de arte. Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente,



• La creatividad es un proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original. 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

### HERRAMIENTAS DE LA CREATIVIDAD

El uso de herramientas creativas en una empresa potencia la capacidad para generar ideas innovadoras para un buen funcionamiento.

Algunas herramientas son:

- SLEEPWRITING Una de las técnicas muy utilizadas por artistas y escritores es el poder creativo del sueño.
- SCAMPER Es la técnica de las siete acciones que son muy útiles al momento de analizar un producto para mejorarlo. Consiste en formular preguntas con estas palabras: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otro uso, Eliminar y Reformar.

- Mapas mentales
- Brainstorming La lluvia de ideas es la técnica más usada para encontrar una solución
- La técnica 6-3-5
- Es una lluvia ideas en la que se forman equipos de 6 personas y cada una de ellas debe aportar mínimo 3 ideas en un lapso de 5 minutos hasta que se cumplan media hora de sesión
- Aprender a aprender Esta técnica consiste en usar preguntas abiertas con curiosidad,
- Cuaderno creativo
- Prototipo
- Redes sociales

### DETECCION DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

¿Qué es detección de oportunidades de negocio?  
Una oportunidad de negocio es el momento oportuno para llevar a cabo una idea empresarial y obtener ganancias con ello

Elementos clave para identificar una buena oportunidad de inversión:

1. Valor. ...
2. Tamaño. ...
3. Momento
- Volatilidad. ...
5. Analiza el mercado. ...
6. Sé cauteloso. ...
7. Identifica los riesgos. ...
8. Asegúrate de que la oportunidad sea clara

¿Cuáles son los tipos de oportunidades?

- Oportunidades políticas.
- De medioambiente.
- Oportunidades de tecnología.
- Oportunidades sociales.
- Oportunidades comerciales



### CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIO

¿Qué es un plan de negocios y por qué es importante?

El plan de negocios es un documento que permite identificar y planificar los objetivos y la viabilidad de una empresa. Incluye información detallada sobre la identidad del negocio, el funcionamiento, los costos y el potencial de crecimiento.

¿Cómo hacer un plan de negocios paso a paso?

1. Resumen Ejecutivo En este apartado, debes establecer la identidad corporativa de tu empresa (misión, visión y valores) y explicar claramente cuáles son los objetivos y la estrategia de tu negocio. Es la primera carta de presentación
2. También puedes incluir el organigrama de tu empresa, su ubicación física, alcance geográfico y funciones generales de cada empleado.

### PROCESO DE SELECCIÓN DE PROYECTO

Consiste en evaluar proyectos potenciales y luego decidir cuál de ellos debe derivar en su implementación. Los beneficios y las consecuencias, las ventajas y desventajas, los pros y contras de cada proyecto deben considerarse y evaluarse. Los proyectos pueden ser: cuantitativos y cualitativos.



### PLAN DE NEGOCIOS

Es la redacción ordenada de nuestra idea de negocio; donde te permite hacer una reflexión sobre tu modelo inicial, estructurando y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos.

presenta los siguientes objetivos:

- Definir la oportunidad de negocio.
- Permitir un estudio de mercado que aporte la información requerida para llevar a cabo un correcto posicionamiento del producto o servicio.
- Determinar con bastante certeza la viabilidad económica del proyecto

