



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: MEDINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: V

6 °A

COMITAN DE DOMINGUEZ, CHIAPAS A 22 DE MAYO DEL 2024



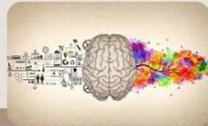
UNIDAD 1.

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

