

Nombre del alumno: Carolina Hernandez jimenez

Materia: Desarrollo Empresarial

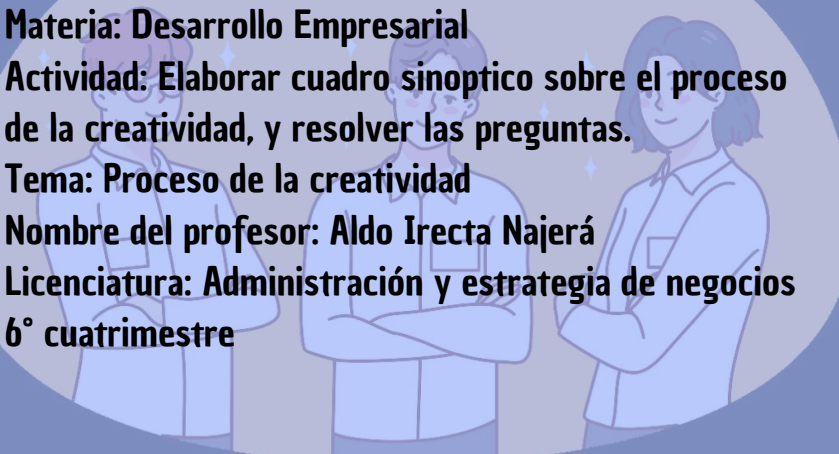
Actividad: Elaborar cuadro sinoptico sobre el proceso de la creatividad, y resolver las preguntas.

Tema: Proceso de la creatividad

Nombre del profesor: Aldo Irecta Najerá

Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

6° cuatrimestre



Introducción a la macroeconomía

Los hemisferios cerebrales y sus capacidades

Los hemisferios cerebrales ayudan a desarrollar cierta parte de la creatividad que el individuo necesita.

Hemisferio izquierdo

- capacidades
- Lógica
- Razonamiento
- Lenguaje
- Números
- Análisis
- Pensamiento lineal
- Pensamiento digital
- Pensamiento concreto

Hemisferio derecho

- capacidades
- Ritmo
- Música
- Imágenes
- Color
- Reconocimiento de formas
- Ensoñaciones
- Pensamiento abstracto

Tipos de creatividad

Weisberg 1989

- Artística** - Aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura.
- Científica** - Actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química.

Psicología

- Ordinaria** - Se trata de la creatividad innata que toda persona es capaz de plasmar a través de cualquier situación en la plástica, la música, la cocina, así como en sus relaciones personales, familiares, sociales o profesionales.
- Excepcional** - Aquella que rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres.

Guilford 1978

creatividad al pensamiento divergente, es una condición necesaria, pero no suficiente para la creatividad, ésta depende de un amplio conocimiento del área de interés

Paso para incrementar la creatividad

1. Determinar el problema.
2. Buscar opciones alternativas de solución.
3. Evaluar las diferentes opciones.
4. Elegir la mejor opción.
5. Aplicar la solución elegida

preguntas y respuestas

1. ¿Qué es un plan de negocios?

- es un documento donde el emprendedor detalla información relacionada con su empresa.

2. ¿Qué define el plan de negocios?

- Las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.

3. ¿Qué transmite el plan de negocios?

- Los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa.

4. ¿Qué justifica el plan de negocios?

- cualquier meta sobre el futuro que se fije.

¿Para quién es conveniente que conozcan las proyecciones que se emplearon para estimar la utilidad pronosticada?

- inversionistas y financieros

5. ¿Qué se debe incluir que para el plan de negocios sea más objetivo y fácil de analizar?

- información histórica y comparativa, con datos estadísticos y gráficos de los últimos cinco años, en dinero y porcentajes, sobre diferentes aspectos de la empresa o el mercado.

6. ¿Qué cosa hace que disminuya los niveles de incertidumbre del posicionamiento exitoso del negocio en el mercado?

- El planeamiento correcto de la creación de la empresa.

7. ¿Qué evita consecuencias funestas que afecten la estabilidad de la empresa?

- El control y evaluación de los resultados

8. ¿A qué le ayuda al emprendedor el plan de negocios?

- Comprometerse con la idea.

- Desarrollarse como un excelente Administrador.

- Salvar el dinero y el tiempo invertido, mediante un

correcto enfoque de las actividades y control de las mismas.

- Convencer a otras compañías con las cuales desea formar alianzas estratégicas.

- Mejorar la habilidad de tomar decisiones con mayor solidez informativa de manera inteligente, ágil y correcta.

9. ¿es un error en la elaboración del plan de negocios que dice que un negocio será exitoso por el simple hecho de?

- Comenzar con suficientes recursos económicos

10. ¿menciona cuales son todos los errores en la elaboración del plan de negocios?

- Que un negocio será exitoso por el simple hecho de comenzar con suficientes recursos económicos.
- Enamorarse de la idea y cegarse ante las deficiencias del producto (bien o servicio).
- Pensar que cualquier producto (bien/servicio) tecnológicamente importante es comercializable y puede convertirse por ello en un negocio factible y rentable.
- Carecer de claridad para conformar el equipo de trabajo adecuado.
- Estimar las ventas a través de la capacidad de producción de los equipos y no contar con otros aspectos relevantes que influyen en la variación de sus ventas.
- Fallar en el análisis y entendimiento de su mercado meta.
- Tratar de ocultar debilidades de su negocio.
- Suponer cifras sin razón alguna y no evaluar el efecto del supuesto.
- Ajustar sus estados financieros a la conveniencia o con proyecciones irreales.
- Enviar El Plan de Negocios a la persona equivocada.
- Mostrar más de lo que tiene. Evite la codicia y el engaño.

11. ¿Cuáles son las razones para escribir el plan de negocios?

- Proporciona información al empresario para convencerse de la idea antes de realizar un compromiso financiero y de negocio.
- Brinda la posibilidad de explicar, justificar, ampliar o reducir las razones que le dan vida a un proyecto, o por el contrario que demuestran que se debe llevar a cabo en otras circunstancias.
- Permite registrar el estado actual y futuro del proyecto y de su entorno, y el plan de acción para la empresa con factores en pro y en contra, con lo cual es posible controlar el desarrollo del mismo y la forma de correctivos a tiempo.
- Es una herramienta de evaluación para conseguir inversionistas, préstamos bancarios, proveedores y clientes.

12. ¿Cuáles son las características del plan de negocios?

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

13. ¿Qué es el resumen ejecutivo?

- Es la herramienta que le brinda a los interesados datos claves para atraer su atención, de manera que se vean obligados a continuar leyendo el resto del Plan de Negocios con el fin de obtener una información completa de la empresa.

14. ¿Qué es la definición del sector industrial?

- Ayuda al emprendedor a conocer mejor el sector donde ubicará su negocio.

15. ¿Qué es la descripción de la empresa?

- Se define la visión y misión de la empresa, y una proyección de lo que será su negocio en un futuro, cómo se verá, y las metas y objetivos para conseguirlo.

16. ¿Qué es el plan de mercadeo?

- Todo lo relacionado con estrategias, publicidad, ventas, canales de distribución, promoción y relaciones públicas se tocan en este punto.

17. ¿Qué es el análisis técnico?

- Define e identifica la necesidad de procesos productivos, materias primas e insumos, recursos humanos, maquinaria y equipo, infraestructura física y distribución en planta.

18. ¿Qué es el análisis social?

- Determina la forma como incide el negocio sobre el conjunto social en el cual se va a establecer, y analice las posibles incidencias negativas sobre la comunidad, pues de ella depende, en gran parte, el éxito del negocio.