

**Mapa conceptual**

*Nombre del Alumno: Rosaura Hernández González*

*Nombre del tema: unidad 1 y 2*

*Parcial: 1*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: LAEA: Beatriz Adriana Méndez González*

*Nombre de la Licenciatura: Trabajo social y gestión comunitaria*

*Cuatrimestre: 9no*

*Lugar y Fecha de elaboración*

**ESPIRITU EMPRENDEDOR**

Emprendedor emprendedor es un conjunto

es el propietario de una empresa de características que hacen actuar

comercial con fines de lucro a una persona de manera determinada

y le permiten mostrar ciertas competencias

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.

**TIPOS DE EMPRENDEDORES**

***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.

**CREATIVIDAD Y TERMINOS AFINES**

La palabra creatividad es 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.

Eduardo Kastika, consideran capacidad para ver nuevas posibilidades

que la creatividad no se debe en todo alrededor, las personas

definir de modo teórico, porque con creatividad sobre pasa el análisis

en el afán de buscar una definición de un problema e intenta poner en

única se limita el potencial del práctica un cambio.

concepto y, por lo tanto, no se le

precisa correctamente.

**EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD**

Es ampliamente conocido que en Hemisferio izquierdo

nuestro cerebro hay dos hemisferios: lógica, razonamiento, lenguaje, números,

izquierdo y derecho, Cada uno ayuda análisis, pensamiento lineal, pensamiento

a desarrollar una cierta parte de la digital, pensamiento concreto.

creatividad que el individuo necesita

Hemisferio derecho

Ritmo, música, imaginación, imágenes, color, reconocimiento de formas

Pensamiento abstracto

**TIPOS DE CREATIVIDAD**

Weisberg divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística.

En el primer caso es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras.

La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura.

**EQUIPO DE TRABAJO**

El hombre por naturaleza es un ser social y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse.

En los equipos se ponen en juego las personalidades de los involucrados, así como sus habilidades y cualidades.

Un equipo es una unidad compuesta por un número indeterminado de personas, quienes se organizan para la realización de una tarea concreta, relacionadas entre si y, interactúan para alcanzar los objetivos.

**NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

Effry Timmons (1990), creador de varios libros que tratan acerca del desarrollo

emprendedor, asegura que: “Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio”, esto es lógico, ya que la idea, por sí misma, aunque es la esencia del emprendimiento, requiere una combinación de factores que beneficien su desarrollo; así, es uno de los puntos clave de inicio, pero debe acompañarse de lo que se define como un buen modelo y plan de negocios.

**PROPUESTA DE VALOR**

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Las propuestas de valor son los beneficios que la empresa le ofrece al

cliente a través de cierto producto (o proceso) y/o servicio, la empresa debe ser capaz de responder a la pregunta del consumidor: ¿por qué debería comprarle a usted?

**GENERACION DE IDEAS**

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

- El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.

- La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en

cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir realimentación directa

y verídica.

- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o

atributos de valor para el cliente.

- Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué

hace diferente al producto que la empresa ofrece.

- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

**MODELO DE NEGOCIO**

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social**.**

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una

buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio, que facilitan el desarrollo del modelo entre los más recomendados se encuentran:

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).

- Análisis técnico–operativo.

- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.

- Análisis financiero