

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MÉXICO.**

**FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA.
LIC. EN GASTRONOMÍA**

**EMPRENDIMIENTO Y
CREATIVIDAD**

PLAN DE NEGOCIOS

E.A.E.T Sonia Edith Mejía Castillo

CONTENIDO

- 1.- Conceptos de emprendimiento
- 2.- La creatividad
- 3.- Técnicas de creatividad para identificar ideas de negocio
- 4.- Desarrollo de ideas de negocio.



EMPRENDIMIENTO



- Se denomina **emprendedor** a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para llevarla a cabo
- «Persona que crea una **empresa**» o que encuentra una oportunidad de negocio, alguien quien empieza un proyecto por su propia **iniciativa**.

- El concepto de ser emprendedor está irremediabilmente atado a la idea de **innovación, creatividad y riesgo.**
- **Ser emprendedor** no es tarea sencilla, ni todo el mundo está preparado para ello ya que crear una empresa es una aventura que requiere mucho trabajo y capacidades.



Características emprendedor

Sánchez Almagro (2003)

CUADRO ANEXO

Alcázar (2011)

- Creatividad e innovación.
- Confianza en él mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.



Visión

Trabajo en
equipo

Capacidad de
aprendizaje
(incluso errores)

Creatividad e
Innovación

Autoestima

Pasión

Determinación y
Coraje

Búsqueda de
resultados

Persistencia

Sentido de
oportunidad

Asertividad

Organización





INADEM

- Visionario
- Inversionista
- Especialista
- Persuasivo
- Intuitivo
- Emprendedor-empresario
- Emprendedor-oportunista
- Emprendedor-vocacional

Schollhammer (1980)

- emprendedor administrativo
- emprendedor oportunista
- emprendedor adquisitivo
- emprendedor incubador
- emprendedor imitador.

Tipos de emprendedor



**KEEP
CALM
AND
PREPARE
FOR A TEST**

EMPRENDER CON ÉXITO!!

PASO 1

Responde....

PASO 2

Identificar metas

PASO 3

Eliminar mitos y barreras

PASO 4

Desarrollar un buen plan de negocios

PASO 5

Acción!!



ÉXITO

¿CÓMO SURGE LA
IDEA DE NEGOCIO??

¿CÓMO VISUALIZO UNA
OPORTUNIDAD DE
INNOVACIÓN?

IDEA

ESTRATEGIA





CREATIVITY

The image shows a corkboard with the word "CREATIVITY" spelled out using colorful paper letters. Each letter is pinned to the board with a pushpin of a different color. The letters are: C (red), R (blue), E (orange), A (green), T (white), I (black), V (black), I (white), T (yellow), and Y (black). The pushpins are: blue, yellow, red, blue, yellow, green, blue, white, red, and yellow.

¿Qué es la Creatividad?



La creatividad es una capacidad inherente al ser humano para crear ideas o cosas nuevas. Representa el acto de inventar cualquier cosa nueva y una cierta voluntad de re-inventar o transformar la realidad ya conocida.



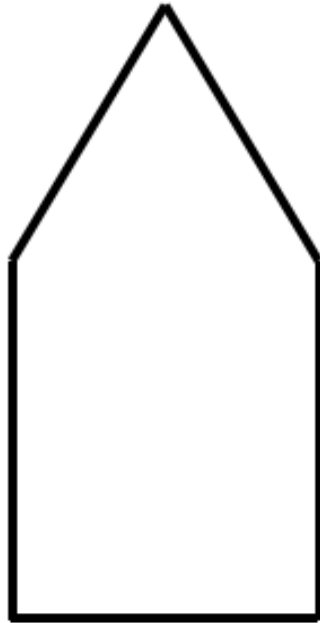
Innovación

Creatividad

Es la capacidad de convertir estas ideas en **algo aplicable**, de darles sentido y valor dentro de un contexto.

Es el **proceso de generación de ideas**. es la inspiración que nos permite crear nuevas soluciones.

¿Qué ves aquí?



Encuentra 10 nuevas funciones





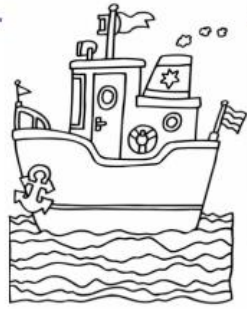
- DIVIDE UNA HOJA EN 8 APARTADOS

- 1.- Escribe el mayor numero posible de objetos cortantes (2 min)

- 2.- Escribe todo lo que se puede hacer con una lata vacía



¿En que se parece un barco a un coche?



3.-

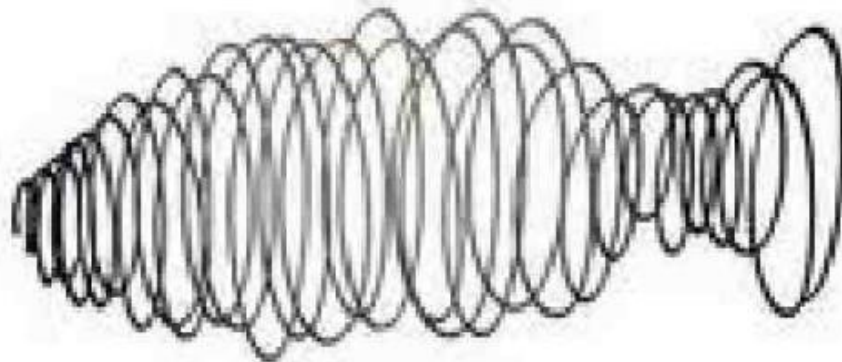
Haz una lista con objetos que conozca que sean rosas y a la vez suaves.

4.-

Haz una lista con distintos criterios que permitan ordenar a los enfermos de un hospital.

5.-

¿ Qué te sugiere este dibujo? Haz una lista con todo lo que podría ser (puedes cambiar el dibujo de posición)



- Imagínate que un hombre puede vivir más de trescientos años. Haz una lista de las consecuencias que originaría un hecho de este tipo.

¿Qué hay mas banal que una ducha? Haz una lista con todas las mejoras que podrías realizar.

- 8.-

Proceso y etapas de la creación



Tipos de creatividad

- Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística.
- De acuerdo con la psicología, hay dos tipos de creatividad: la ordinaria y la excepcional.

Elas Aguilar

5 Tipos de Creatividad



Jeff de Graff



Creatividad + Diseño = Innovación

Mimética

Aplicar una idea ya existente en otra área para adaptarse al nuevo mercado.

IMITAR

Bisociativa

Generar un concepto a través de una lluvia de ideas.

**FLUIDEZ
FLEXIBILIDAD
FLUJO**

Analógica

Enlazar distintas cosas aunque no tengan semejanza.

RELACIONAR

Narrativa

Capacidad de inventar y narrar un historia.

CONTAR

Intuitiva

Vínculo que se establece entre nuestros pensamientos más “primitivos” y los más “avanzados o racionales”.

**MEDITACIÓN
CONCENTRACIÓN
YOGA**

La actitud creativa

- Mantener un espíritu de **búsqueda continua** de nuevas soluciones y alternativas.
- **Motivación** intrínseca por realizar **un avance significativo**, por superar un reto del trabajo en sí, no sujeta a estímulos externos.
- **Originalidad** a la hora de utilizar nuevos enfoques y nuevos métodos, relacionando elementos sin aparente relación.
- **Voluntad y flexibilidad** para adaptarse a las necesidades del entorno.
- **Individualismo**, determinación por el éxito y confianza en uno mismo.
- **Inconformismo** con la situación existente y ansias por encontrar vías de mejora.
- **Formación profunda** en un área de conocimiento.
- **Optimismo**, incluso convirtiendo las situaciones de crisis en oportunidades de mejora.

¿Cómo desarrollar una idea?

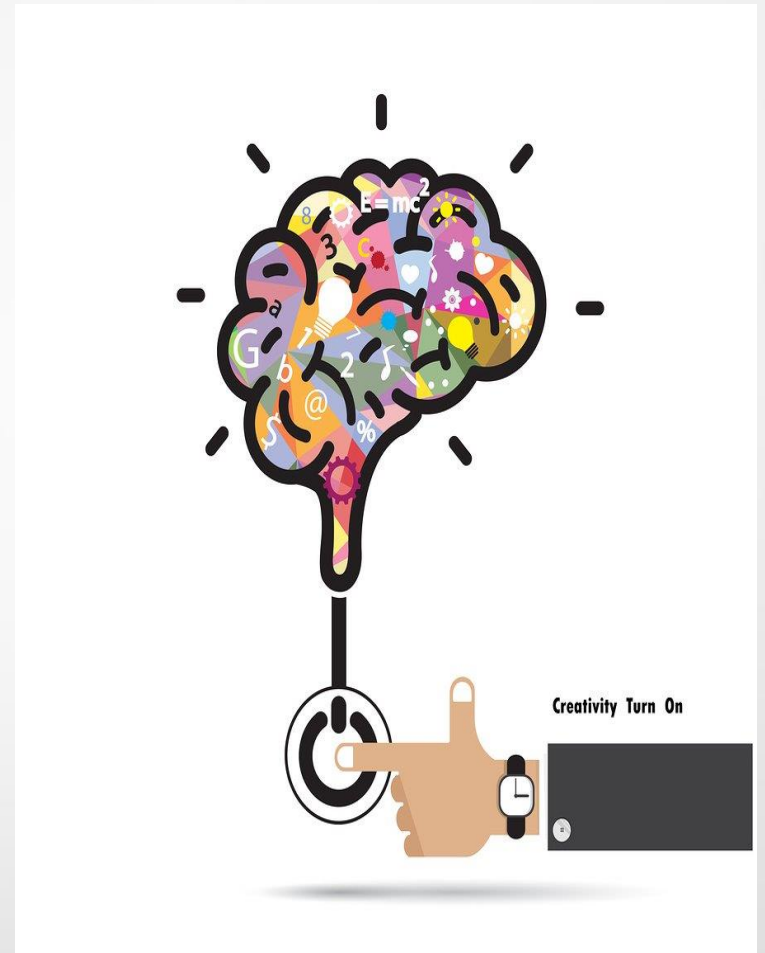


Creatividad: ¿método o técnica?

Ambos términos implican modos de hacer y caminos a seguir para conseguir un objetivo, la diferencia fundamental radica en que el método hace referencia a un planteamiento y meta general, mientras que la técnica lo hace referencia a un proceso con una aplicación precisa, concreta y más limitada.

- Un **método** es un procedimiento general orientado a un fin.
- Las **técnicas** son diferentes maneras de aplicar el método. Es decir, es un procedimiento más específico que un método.

Un emprendedor puede utilizar las técnicas creativas como una parte del conjunto de métodos que nos ayudan a desarrollar el proceso de generación de ideas creativas.



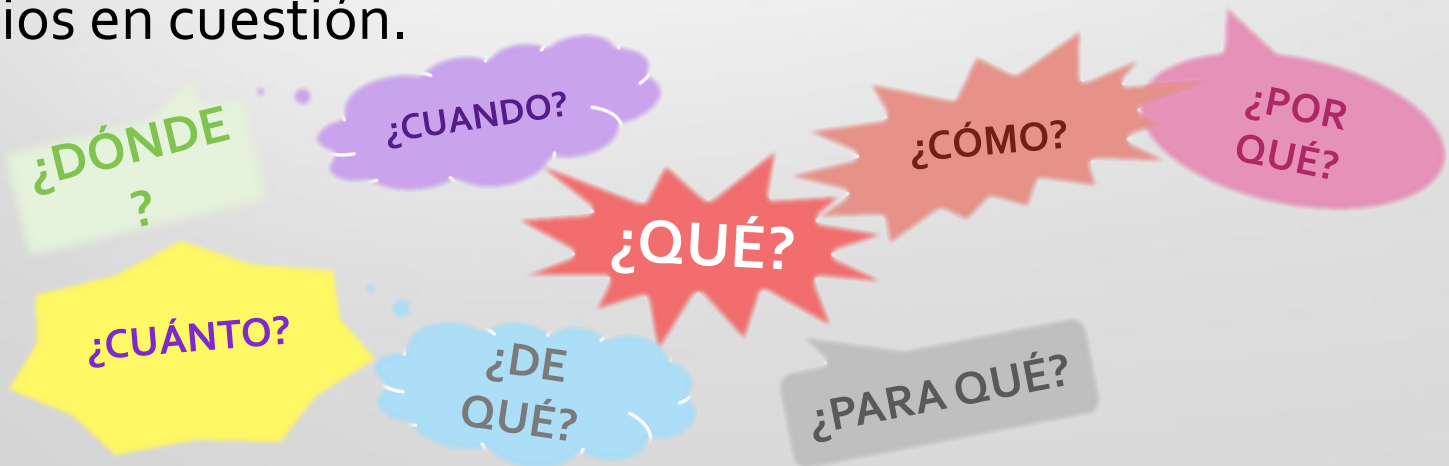
Las Técnicas Creativas

“herramientas que permiten al individuo generar ideas con más facilidad”



2. Cuestionamiento o listado de preguntas (Rudyard Kipling, 1902)

- Sobre una lista de ideas o sobre un tema concreto formulamos diferentes preguntas.
- A raíz de las preguntas más básicas irán surgiendo otras que nos ayudarán a analizar el producto, los objetivos o servicios en cuestión.



3. Método SCAMPER

(Alex Osborn –Bob Eberle)

S

• **Sustituir**

C

• **Combinar**

A

• **Adaptar**

M

• **Modificar**

P

• **Poner en otros usos**

E

• **Eliminar o minimizar**

R

• **Reordenar o invertir**

4. Lista de atributos (R.P. Crawford)

- Es una técnica ideal para la generación de nuevos productos.
- También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades de productos ya existentes.
- Puede ser considerada como una variante de la técnica creativa previa (libre asociación).

1. Analizamos el concepto original

2. Se escriben sus principales atributos para ser cuestionado individualmente

3. Finalmente se selecciona para evaluar las mejores ideas obtenidas.

6. Seis sombreros para pensar

(Edward De Bono, 1983)

- Cada participante se imagina usando un sombrero y debe realizar aportaciones sobre el tema a analizar, asociando sus ideas con el tipo de pensamiento de su sombrero que le ha tocado.
- Esta técnica nos permite analizar problemas complejos mediante puntos de vista diferentes siguiendo un orden de turnos.



7. Técnica 635 (Warfield)



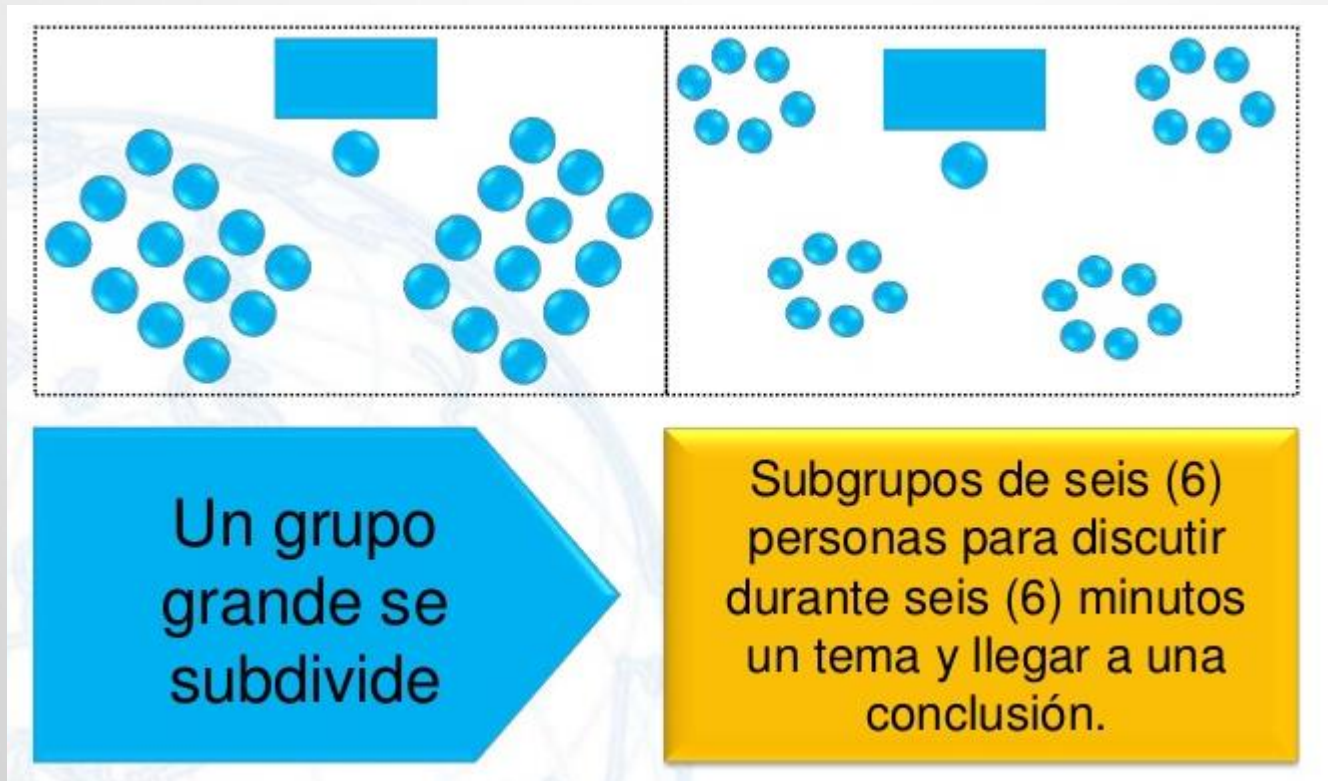
8. Técnica

4X4X4

Herramienta de creatividad

9. Phillips 6/6 (J.Donald Phillips)

6 personas que discuten un tema durante 6 minutos.

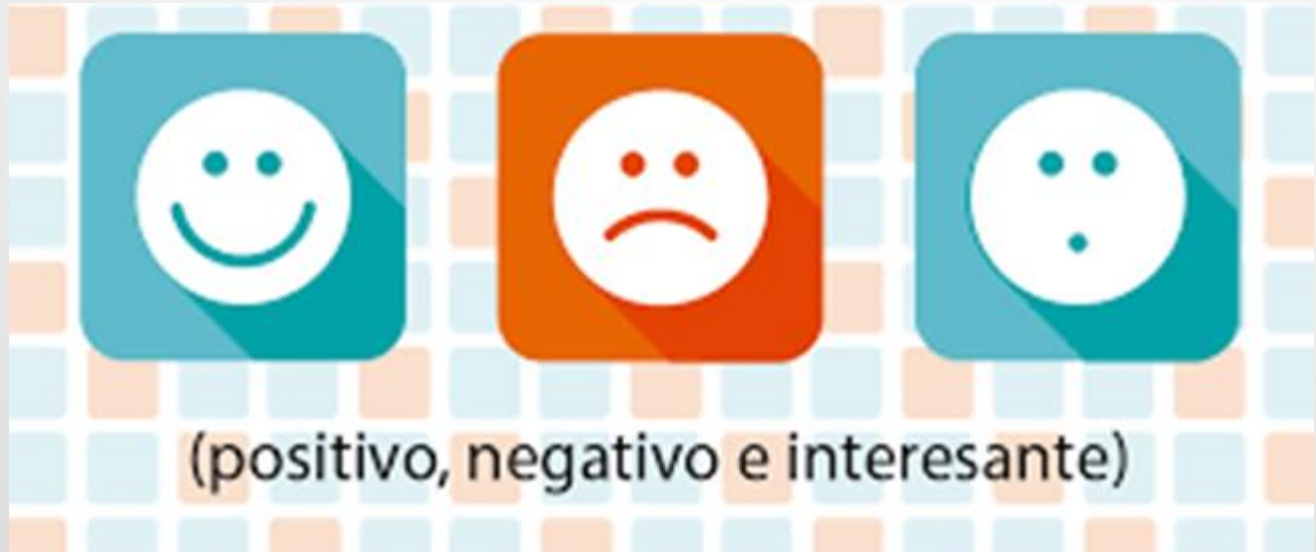


10. Método Delphi o panel

(Rand Corporation)



11. Aspectos PNI



- Tomando como base las variables más conocidas para la medición de la creatividad y lo que Kastika, E. (2001) llama “enfoque creativos”, que son los elementos que se buscan en las organizaciones cuando hace falta innovar, se seleccionan algunos de estos elementos para poder asociar las técnicas presentadas anteriormente, de acuerdo a la mayor utilidad que nos brindan para desarrollar:



- Flexibilidad
 - Fluidez
- Originalidad
- Elaboración



Con la aplicación de alguna de estas técnicas, ya puedes comenzar a idear un negocio!!



IDEA DE NEGOCIO



Idea que diferenciará un producto de otros con características similares; es la razón que se le da al consumidor para escoger un producto y no otro.



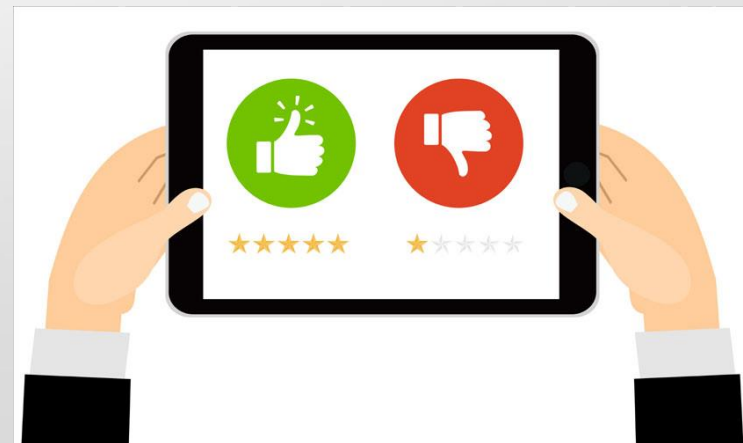
ORIGINAL IDEA

Generación de Ideas



El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

- El mercado
- La experiencia que recibió el cliente: opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor
- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- Las alternativas y las diferencias



Determinación de la Idea de negocio.

	Producto o servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			

Evaluación de las Ideas

Criterios Ideas	Nivel de Innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Total

Nota: Evaluar de 1-5, donde 5 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio evaluado.

Justificación de la empresa

Señale la justificación de su empresa y describa detalladamente la necesidad que ésta satisface o el problema que resuelve.

Propuesta de Valor

Señale, a detalle, la propuesta de valor del producto o servicio con el que su empresa iniciará operaciones; incluya todos los aspectos recomendados.

Nombre de la empresa

- Descriptivo
- Original
- Atractivo
- Claro y simple
- Significativo
- Agradable

Realice una lluvia de ideas y determine cinco posibles nombres, evalúe los atributos especificados.

Atributo	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
Nombre							

Descripción de la empresa

TIPO DE EMPRESA (GIRO)

- Comercial
- Industrial
- De servicios

Mencione en qué giro se ubica su empresa.

- 2.- Ubicación y tamaño de empresa
 - Comercial
 - Industrial
 - De servicios

Clasificación de empresas por tamaño.

Sector	Tamaño de la empresa	Núm. de empleados
Industria	Micro	1-30
	Pequeña	31-100
	Mediana	101-500
	Grande	Más de 500
Comercio	Micro	1-5
	Pequeña	6-20
	Mediana	21-100
	Grande	Más de 100
Servicios	Micro	1-20
	Pequeña	21-50
	Mediana	51-100
	Grande	Más de 100

Análisis FODA

fortalezas todos los aspectos con que cuenta una empresa y que la coloca por encima de otras.

debilidades todas las áreas de oportunidad para mejorar o complementar.

oportunidades todos los aspectos favorables para una empresa.

amenazas aspectos que atentan o que pueden ir en contra del desarrollo de una empresa.

- Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

Cuadro para realizar el análisis FODA.

Positivas	Negativas
Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Debilidades

Misión de la empresa

- La **misión** de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.

Toda misión debe contestar tres preguntas básicas:

1. ¿Qué? (Necesidad que satisface o problema que resuelve.)
2. ¿Quién? (Clientes a los cuales se pretende llegar.)
3. ¿Cómo? (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad.)

Visión de la empresa

- la **visión** de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.
- entre 5 y 10 años

¿Cómo será mi empresa en unos años?

¿Cómo quiero que mi empresa sea reconocida por los clientes?

¿Qué ofrece esta empresa a los clientes, proveedores y sociedad?

¿Hasta dónde quiero llegar con esta empresa?

¿Cuáles son los valores y principios que rigen las operaciones de esta empresa?

Objetivos de la empresa (corto, mediano y largo plazo)

- Los **objetivos** son los puntos intermedios de la misión.
- En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.
- corto plazo (6 meses a 1 año).
- mediano plazo (1 a 5 años).
- largo plazo (5 a 10 años).
- Deben ser
 - Alcanzables en el plazo fijado.
 - Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
 - Ser medibles (cuantificables).
 - Ser claros y entendibles.

Ventajas competitivas

- Los productos y/o servicios de la empresa poseerán ciertas características particulares, distintivas, que los diferenciarán de otros similares, presentes en el mercado.
- **VENTAJA COMPETITIVA.**- productos y/o servicios innovadores, con características excepcionales o fuera de lo ordinario, que los productos y/o servicios en el mercado no poseen aún.
- **DISTINGOS COMPETITIVOS.**- normalmente son elementos comunes que existen ya en el mercado, pero a los que se les dará atención especial, para que la empresa se distinga por poseerlos.

Análisis de la Industria o Sector

- Este punto del plan de negocios establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que haya presentado.
- Asimismo, deberá ubicar los principales riesgos y oportunidades que esta industria ofrece, de acuerdo con las características de su medio actual y futuro. Es muy importante justificar la información y proyecciones que se presenten, citar las fuentes de donde fue obtenida la información.

Productos y/o servicios de la empresa

- Es muy importante establecer con claridad los productos y/o servicios que la empresa ofrecerá al mercado; la descripción, si bien no es necesario que sea muy precisa, sí debe proporcionar una idea clara del producto o servicio.

Todo lo anterior es el PUNTO DE PARTIDA de un PLAN DE NEGOCIOS



Lo siguiente es desarrollar el Plan como tal:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo-legal
- Estudio financiero



A silver metal spiral binding is visible on the left edge of the page, consisting of a series of loops that hold the pages together.

GRACIAS

POR SU

ATENCIÓN