Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.

Danela M. Hernández

Centro Agro empresarial y Acuícola

2187228: Gestión de Proyectos de Desarrollo Económico y Social

Nafer Vergara

7 de Abril del 2022

1. **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.**

Responda las siguientes preguntas de acuerdo con tus propios conceptos de cada una de ellas a fin de evaluar los conocimientos previos de cada aprendiz.

a. **¿Qué es emprendimiento?**

R/ta. Emprendimiento es una idea de negocio a llevarse a cabo, ya sea para la prestación de un servicio o la venta de un producto.

b. **¿Qué significa ser un emprendedor?**

R/ta. Un emprendedor es aquella persona con la capacidad de soñar y hacer realidad una idea de negocio, no solo para cambiar su nivel económico, sino para crecer personalmente y hacer de esa idea de negocio, un proyecto de vida.

c. **¿Pasos necesarios para ser un emprendedor?**

R/ta. Personalmente los pasos necesarios para ser un emprendedor son:

- ✓ Ser un soñador
- ✓ Tener una idea clara
- ✓ Gestionar recursos y herramientas
- ✓ Ser constante
- ✓ Responsable
- ✓ Innovador
- ✓ Resiliente
- ✓ Ser Líder

  Etc.

d. **¿Qué papel juega el análisis y diagnóstico del entorno en el emprendimiento?**

R/ta. el análisis y diagnóstico del entorno es un elemento sumamente esencial , ya que nos va a permitir conocer el ambiente en el que nos queremos desenvolver con nuestro emprendimiento y de esta forma deducir si es factible o no llevarlo a cabo.

2. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

a) ¿En qué consiste un análisis de contexto?

R/ta. El **análisis** del **contexto** interno debe enfocarse en la gestión y las relaciones con los stakeholders, vinculándolas con la cultura, principios, procesos, comunicaciones y la estructura organizacional. Con el **análisis** interno se deben abordar al menos 5 aspectos: Capacidad directiva. Capacidad competitiva.

El **análisis de contexto** es una herramienta **que** permite considerar una multiplicidad de factores significativos (hechos, conductas, discursos) de acuerdo con las hipótesis **que** se tengan.

b) ¿Qué es una unidad productiva?

R/ta. Se entiende por **unidad productiva** una empresa, negocio, asociación, productor o grupo de personas que realizan actividades con ánimo de lucro y que se encuentran inscritas en el Registro Mercantil (o Registro Nacional de Turismo) o en una organización de productores legalmente constituida.

c) ¿Qué es Proyecto y tipos de proyectos?

R/ta. Un proyecto es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para conseguir un objetivo, en un periodo determinado y utilizando unos recursos disponibles.

Tipos de proyectos Según su grado de dificultad

Simples. La relación entre sus actividades es básica y no requiere de una planificación u organización detallada. Suele ejecutarse en un equipo de trabajo reducido y no suele contar con demasiados *stakeholders* o colaboradores externos.

Complejos. La red que relaciona sus actividades es amplia y compleja. Muchas tareas no se pueden ejecutar hasta que otras no estén finalizadas. Para este tipo de proyectos es clave que utilices una aplicación capaz de simplificar todo. Sinnaps, calcula la mejor ruta de trabajo, aprovechando todos los recursos disponibles y en función a esta red compleja de relaciones entre las actividades.

Según la procedencia de capital

Públicos. Su financiación es procedente de instituciones gubernamentales.

Privados. Se financian exclusivamente con capital procedente de empresas o iniciativas privadas.

Subvencionados o **mixtos**. Combinan ambos métodos de financiación

Según el contenido del proyecto

Construcción. Relativos a la construcción de una obra civil o arquitectónica. Usan métodos predictivos, y gracias a la nueva tecnología para la gestión de este tipo de proyectos, ya pueden combinar técnicas predictivas con ágiles. En este enlace encontrarás un artículo escrito por Richard Balet, CEO y fundador de Sinnaps, que explica cómo planificar y gestionar proyectos usando dos métodos que hasta ahora eran opuestos.

Informática. Desarrollo software, sistemas de tecnologías de información, etc. Suelen utilizar técnicas ágiles de gestión. Entre las más populares está la Scrum y Kanban.

Empresarial. Desarrollo de un negocio, gestión de un equipo de trabajo, gestión de costes, etc. Todo proyecto que esté enfocado a la administración de una empresa siguiendo una estrategia comercial.

Producción de productos o servicios. Desarrollo de un producto o servicio innovador, diseño de un nuevo producto, etc. Aquí entraría la diferencia entre proyecto y proceso, por lo que deberíamos tener claro qué es un proyecto. Por eso, suelen usarse en departamento I+D para el diseño y la ejecución de prototipos.

d) fases de un proyecto de innovación.

R/ta. Existen diferentes etapas del proceso de innovación. Todas ellas están encaminadas al éxito, si bien, ninguna lo asegura. Es decir, lograr una idea innovadora no implica que vaya a tener éxito. Y es que, en ocasiones las ideas empresariales de innovación requieren de mucha financiación y un amplio análisis previo. Además, es aconsejable que el éxito sea una consecuencia, pero no un fin, del proceso de innovación.

Etapas de la innovación empresarial

Podemos encontrar las siguientes **fases del proceso de innovación** a la hora de buscar nuevas ideas para un negocio.

1. Estar en constante alerta con la competencia

La primera etapa de la innovación consiste en crear estructuras para realizar un constante estudio de la competencia. Pero también será necesario estudiar el exterior, es decir, a la sociedad, y tomar decisiones en función de los datos que se obtengan.

2. Fijar decisiones para el corto, medio y largo plazo

Es importante que la empresa no piense a corto plazo, sino que ha de entender qué objetivos puede obtener a medio y largo plazo. Esta **etapa de la innovación** depende de cómo evolucione cada sector. En algunos sectores, la competencia es tan voraz que el "medio plazo" puede suponer un tiempo de seis meses. Sin embargo, en otras áreas la misma medida puede hacer referencia a un período de años.

3. Realizar un examen in-out de la empresa

A la hora de innovar, una fase esencial es preguntarse qué ofrece nuestra empresa y en qué grado lo que se ofrece está demandado por la sociedad. Esta pregunta puede ser la clave para crear nuevos producto o servicios. Si, por ejemplo, nuestro producto está en desuso por la sociedad, deberemos adaptarlo, para modificar nuestra oferta de manera efectiva.

4. Fomentar la creatividad para innovar

La creatividad es fundamental en el **proceso de innovación**. Es necesaria para desarrollar una idea, detectar necesidades y estructurar un plan que impacte en la sociedad y cambie la vida la de gente. Esta creatividad ha de ser trabajada a conciencia dentro de la propia empresa. De lo contrario, será difícil que se logren buenos resultados.

5. Conocer la historia pasada para que nos ayude en el futuro.

Otro **consejo para innovar a nivel empresarial** es contar con un departamento que sea capaz de aprovechar la experiencia previa de la empresa para resolver conflictos futuros. De esta forma, se estará más preparado para evitar el fracaso y aprovechar más las oportunidades de negocio.

6. Sin cooperación no es posible la innovación

Cooperar es necesario para poder sacar adelante proyectos empresariales innovadores. Si bien, buscar cooperantes no significa buscar accionistas o inversores. Por el contrario, se trata de encontrar partners que se impliquen en el desarrollo real de nuevas ideas y asuman todas las consecuencias de sus decisiones.

7. Diseñar la idea en sí

La última **fase del proceso de innovación** es estructurar la idea o ideas que hayan surgido en etapas anteriores. Esto implica fijar la actividad de branding, los eslóganes publicitarios, su presencia en la web, etc. Realmente, ninguna empresa debería ponerse a dibujar el logo de un producto sin tener claro los 6 puntos anteriores.

e) Proceso administrativo en un proyecto de ECommerce.

- ✓ Necesidades legales y fiscales.
- ✓ Elección de nuestro nombre comercial.
- ✓ Registro de dominio.
- ✓ Estudio financiero.
- ✓ Formas de pago y logística.

3. Actividad de Apropiación No. 2:

a) ¿Qué es la matriz Dofa?.

R/ta. La **matriz DOFA** es una herramienta muy útil para todo empresario o emprendedor, pues les ayuda a entender elementos de su empresa y a verla en contexto con su entorno. El análisis **DOFA** permite elaborar una **matriz** que identifica unos factores internos y externos que intervienen en el desempeño de una empresa. Las variables internas son fortalezas y debilidades, las externas son oportunidades y amenazas.

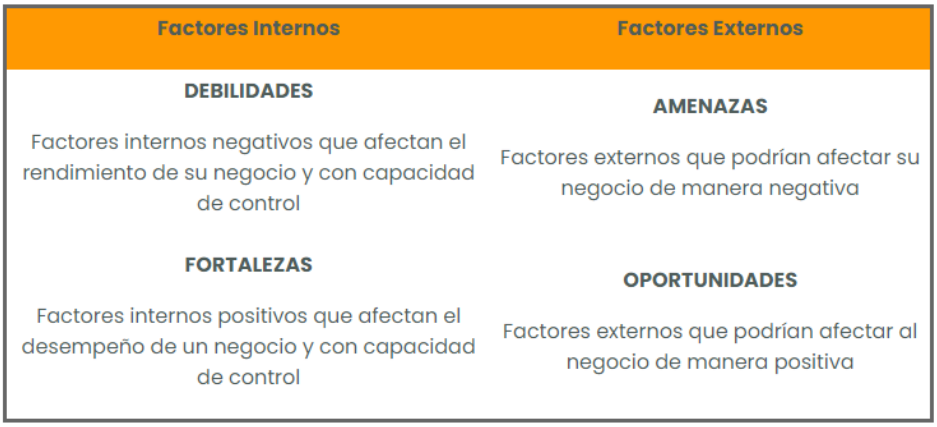
b) ¿Para qué sirve aplicar la matriz Dofa?

R/ta. El análisis **DOFA** permite elaborar una **matriz que** identifica unos factores internos y externos **que** intervienen en el desempeño **de** una empresa. Las variables internas son fortalezas y debilidades, las externas son oportunidades y amenazas.

c) Análisis de variables según la matriz Dofa

R/ta. El análisis DAFO puede ser realizado por una persona o un grupo de miembros que son directamente responsables de la evaluación de la situación de una empresa. El análisis FODA básico se realiza con bastante facilidad:

- Listado de las fortalezas y debilidades clave de la empresa.
- Identificación de oportunidades y amenazas.



Las **fortalezas y debilidades son los factores del entorno interno de la empresa**. Cuando se busquen fortalezas, es necesario preguntarse qué hacemos mejor o tiene más valor que la competencia.

En el caso de las debilidades, son cuestiones que se podrían mejorar y al menos ponerse al día en relación al resto de los competidores.

A menudo, los factores internos de una empresa son vistos como fortalezas y debilidades, al mismo tiempo. En estos casos, un minucioso detalle de estos puntos será clave para acabar nivelando la balanza hacia un lugar u otro.

Las fortalezas y debilidades se centran principalmente en el presente, están bajo nuestro control y pueden cambiarse con el tiempo, mientras que las oportunidades y las amenazas se centran más en el futuro.

Algunos ejemplos de las fortalezas y debilidades, podemos destacar: cultura de la empresa, bienes, propiedad intelectual, reputación, listado de cliente.

Por otro lado, **las oportunidades y amenazas generalmente están fuera de nuestro control**. Se puede intentar planificar o influir para estimular un cambio positivo, pero al final no solo dependen solo de nosotros: proveedores, competencia, mercado, industria, regulaciones, tendencias, etc