

Liceo Politécnico San Luis
Departamento de gastronomía
Guía N° 3

Asignatura/ Módulo: emprendimiento y empleabilidad

Nivel: cuarto medio

Fecha

Contacto del docente y horario: n.conejeros.c@gmail.com martes, miércoles y viernes de 9 a 17 hrs

Instrucciones:

Lee atentamente a guía y responde las preguntas que se encuentran en ella.

Objetivo de aprendizaje

Diseñar y ejecutar un proyecto para concretar iniciativas de emprendimiento, identificando las acciones a realizar, el cronograma de su ejecución y los presupuestos, definiendo alternativas de financiamiento y evaluando y controlando su avance.

Contenido

Realizar tareas de planificación

Creatividad e innovación

Las PYMES (pequeña y mediana empresa) juegan un papel significativo en todas las economías y son las principales generadoras de empleo e ingresos y los motores de la innovación y el crecimiento. Las habilidades creativas pueden ser herramientas útiles para superar la crisis, como han puesto de manifiesto varios estudios.

La **creatividad** es un aspecto crucial para el desarrollo de las ventajas competitivas de las pymes. Debido a la cada vez mayor importancia que se otorga a la innovación en el nuevo entorno empresarial competitivo, la creatividad se ha convertido en un elemento que ofrece un valor que marca la diferencia en los productos y servicios creados por cada emprendedor. Por todo esto, es necesario desarrollar herramientas y metodologías, analizando nuevos métodos que fomenten la incorporación de la creatividad a los planes de las pymes. Esto será posible mejorando el clima que estimulan la innovación y el desarrollo.

La definición de creatividad (y también de innovación) es un desafío. Para algunos investigadores es indefinible, intangible e imposible de enseñar o debatir; es solo algo que existe. Para otros, la creatividad es la habilidad de pensar de

manera diferente y mirar hacia nuevas soluciones o nuevos métodos para llevarlos a cabo. **La creatividad se define como una generación de ideas, mientras que la innovación consiste en la transformación de esas ideas en acciones a través de la selección, mejora e implementación:**. La creatividad no es una fuente de procesos innovativos, como una especie de entrada para la innovación; es el entorno donde los procesos innovativos se pueden realizar con mayor facilidad. Es decir, la creatividad es el contexto donde se puede desarrollar la innovación. En nuestra opinión, la creatividad es una energía positiva capaz de producir por sí misma valor y resultados y, al mismo tiempo, potenciar las habilidades y competencias de las personas, para desencadenar procesos de cambio y mejoras. La creatividad es un valor esencial en una organización. En un sistema con un alto nivel de creatividad se crean procesos innovativos en los que la innovación puede florecer. Por eso, la innovación es el resultado y la creatividad. ***Un alto nivel de creatividad produce inevitablemente innovaciones.***

Tu idea de negocio: cómo darle forma y pulir sus imperfecciones

La idea de negocio es nuestro punto de partida. Durante los primeros días, la ponemos a prueba dentro de nuestra cabeza. Si la idea sobrevive a este primer filtro, es momento de dar un paso más y ponerla en papel.

Como describirla es divertido, lo habitual es envalentonarse y empezar a añadir todo tipo de detalles. Uno de los puntos más importante es cuando empezamos a imaginar las previsiones de ingresos.

A medida que el tamaño de nuestro documento crece, la idea pinta cada vez mejor. Poco a poco vamos obteniendo la energía que nos hace falta para dar el siguiente paso: empezar de verdad.

Pero comenzar da miedo, así que seguimos perfilando nuestra idea sobre el papel tanto como podemos, quizás durante meses.

Tres pasos que te ayudarán en la formación de tu pymes.

1. Antes de empezar a desarrollarla, explicar la idea a potenciales usuarios. Nos servirá para descubrir su interés inicial y también posibles problemas que seguramente estaremos pasando por alto.

Conversar con una docena de potenciales usuarios sólo requiere dedicar tiempo y ser consciente de que no es momento de vender, sino de escuchar.

Error evitable: Preguntar a amigos y familiares; es muy probable que nos digan que les gusta, aunque no sea así. El error es aún mayor si nuestros amigos y familiares no encajan con el perfil de nuestro cliente.

2. Poner en marcha la idea lo más rápidamente posible, aunque sea de manera incompleta. Por ejemplo, se puede empezar a vender online pidiendo al comprador que nos haga una transferencia.

Error evitable: Pensar que nuestra idea solo funcionará si la implementamos al completo y con todos los extras que somos capaces de imaginar. No se trata de dar un servicio de mala calidad o roto, simplemente de ofrecer una versión lo más simplificada posible que sigue aportando el valor que queremos ofrecer al cliente.

3. Observar y escuchar a los primeros usuarios y clientes.

Error evitable: Dejar que nuestro deseo de que la idea funcione nos haga malinterpretar lo que está pasando realmente. Cuanta más presión externa tengas para que la idea funcione (porque ya has invertido dinero, porque no te queda tiempo, porque ya te has comprometido con el proyecto...), más riesgo hay de que escuches lo que quieres escuchar.

Siguiendo estos tres pasos y casi sin darnos cuenta, estamos en pleno desarrollo de la idea.

1.- ¿Qué importancia tiene la creatividad en la creación de una pymes?

2.- ¿Qué importancia tiene la innovación en la creación de una pymes?

3.- ¿Qué tipo de pymes usted implementaría? (que sea realista) fundamente

4.- ¿Cómo se complementa la creatividad con la innovación? Fundamente

5.- ¿Qué opina de los tres pasos que te ayudarán a formar una pymes? Fundamente