




Unidad 1

LA

INICIATIVA

EMPREENDEDORA

CONTENIDOS

- 
1. El trabajador por cuenta propia /ajena
 2. Requisitos y teorías del empresario
 3. El espíritu emprendedor
 4. Características personales de los emprendedores
 5. La idea de negocio y su generación



Anexo: ¿Autónomo o con socios?



RECUERDA

PUEDES ACCEDER
A VÍDEOS Y ENLACES
EN EL AULA DIGITAL DE EIE
[AQUÍ](#)

1. El trabajador por cuenta propia /ajena

**Empresa e
Iniciativa
Emprendedora**



Fomentar



El espíritu emprendedor para
crear una empresa



Aporta



Conocimiento sobre funcionamiento
interno de una **empresa**

TRABAJADOR

Cuenta Ajena

- Depender de un jefe
- Responsabilidad limitada
- Salario fijo, independiente de beneficios
- Cumplir un horario de trabajo
- Dependencia del clima laboral

Cuenta Propia

- Ser nuestro propio jefe
- Responsabilidades
- Beneficios o pérdidas
- Tarea fuera de horario del negocio
- Satisfacción personal y profesional
- Reto empresarial



Contenidos

siguiente

1. El trabajador por cuenta propia /ajena

Empresario
a la fuerza



“Las circunstancias” le han llevado a ello



“necesidad urgente” encontrar trabajo

DISTINGUIR

Motivos



Razones para crear una empresa

...querer ganar más dinero, insatisfechos con la empresa, encontrar empleo, satisfacción personal...

Motivación interna



Ilusión en el proyecto

Lo que nos permitirá continuar en el proyecto empresarial a pesar de las dificultades

Amplía 1: “**Primer error: emprender con motivos pero sin motivación**”

anterior

Contenidos

siguiente

2. Requisitos y teorías del empresario

Requisitos:

Riesgo



Ser persona que acepte el riesgo



Contexto familiar y círculo de amistades pueden influir en aceptación del riesgo

Capital y tecnología



Capital inicial



Acceso a la tecnología

Habilidades



1) Conocer el negocio



2) Conocimientos de administración y gestión



3) Habilidades personales y sociales



2. Requisitos y teorías del empresario

ZONA DE CONFORT

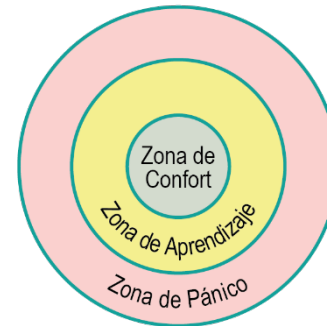


Zona psicológica segura cuando te mueves en un entorno que dominas, allí todo resulta conocido y no arriesgas

Modelo clásico
Confort-aprendizaje-pánico



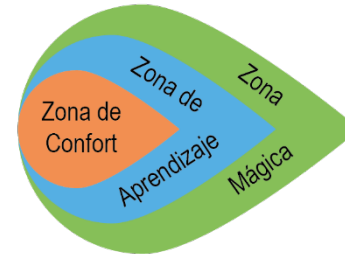
Cierta ansiedad pero no excesiva



Modelo optimista
Confort-aprendizaje-mágica



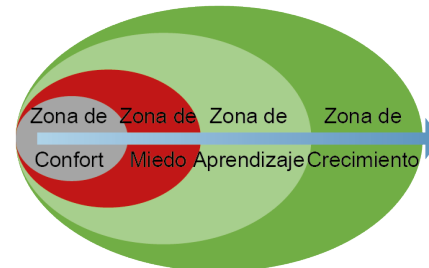
Pueden ocurrir cosas maravillosas



Modelo intermedio
Confort-miedo-aprendizaje-crecimiento



Salir del confort supone una zona de dudas que debes gestionar para crecer



← anterior



Contenidos

siguente →

2. Requisitos y teorías del empresario

Teorías:

T^a del empresario-riesgo
(Knight - 1921)



Asume el riesgo económico

T^a del empresario innovador
(Shumpeter - 1944)



3 etapas cambio tecnológico:
invención ✉ innovación ✉ imitación



Verdaderos empresarios son los innovadores

T^a de la tecnoestructura
(Galbraith - 1967)



Directivos toman decisiones



Pequeñas empresas propietario = directivo

T^a de la oportunidad
(Kirzner - 1973)



Ver oportunidad de negocio en mercado

T^as socioculturales

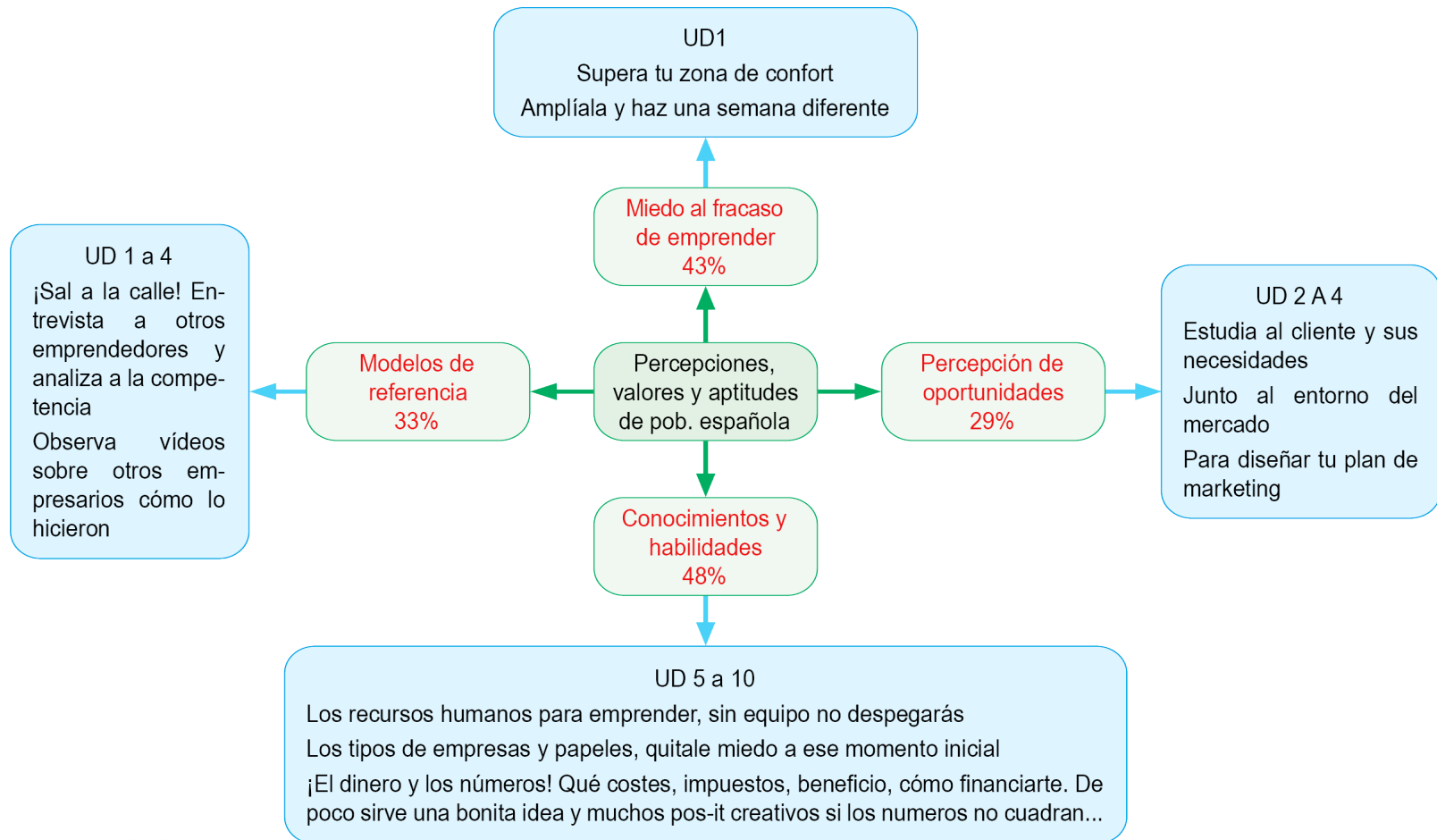


Condiciones sociales y culturales

- *T^a de la incubadora*
- *T^a de la marginación social*

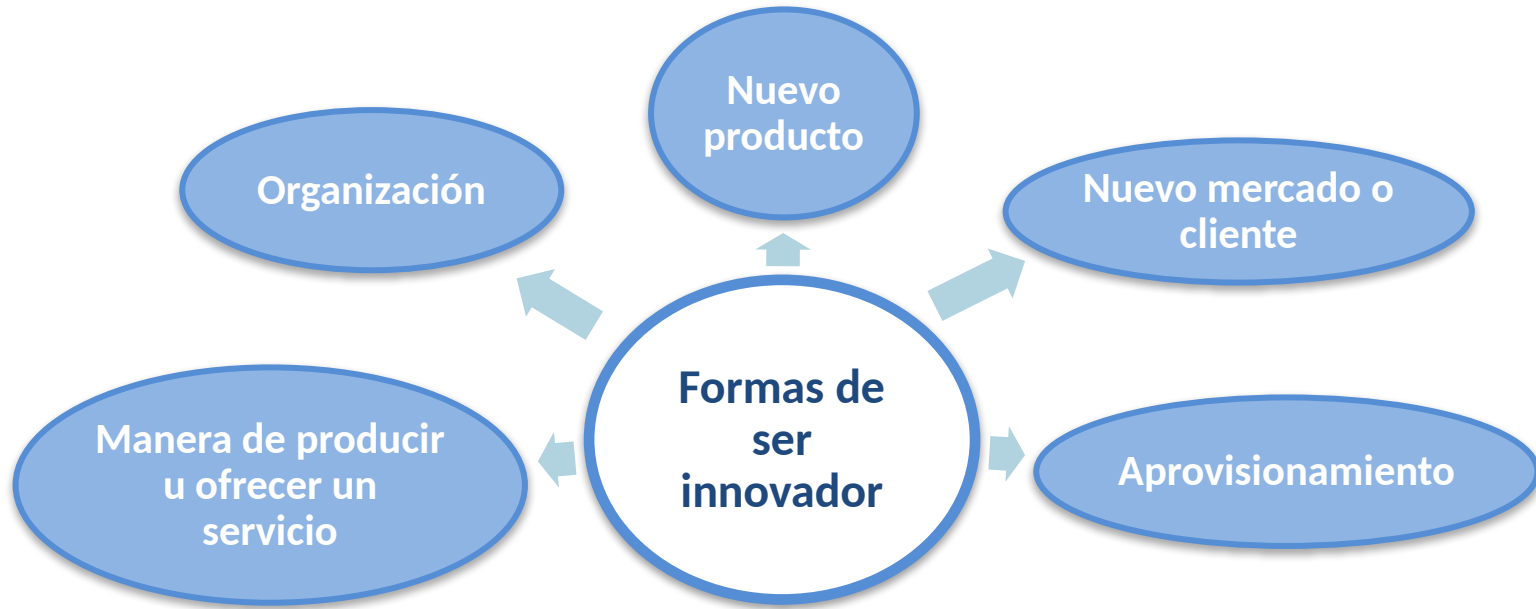
2. Requisitos y teorías del empresario

PERCEPCIONES, VALORES Y APTITUDES DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO



3. El espíritu emprendedor

Capacidad innovadora de probar cosas nuevas o hacerlas de una manera diferente



EMPRENDEDOR

✉ *Persona con capacidad de convertir una idea en proyecto real generando innovación en el entorno. No hace falta crear empresa*

- ☐ *Emprendedor empresario*
- ☐ *Emprendedor corporativo o intraemprendedor*

4. Características personales de los emprendedores



5. La idea de negocio

La **idea** es la visión que tiene el emprendedor de su proyecto empresarial

4 aspectos

Actividad

+

A quiénes

+

Propuesta de valor.
El porqué se venderá

+

Qué objetivos

Fuentes de Ideas de Negocio

➤ Características personales

- Experiencia otra empresa
- Aficiones personales

➤ Observación del entorno económico

- Carencia de mercado
- Estudio otros mercados
- Tendencias

➤ Innovación de un producto

- Nuevo producto
- Ofrecer producto de forma distinta

Propuesta de valor de la idea

✉ Lo importante no es el producto sino la propuesta de valor que hay detrás



Amplía 2: **"Sobre esa gran idea que usted dijo que tenía"**



Contenidos

anterior

siguiente



ANEXO: ¿Autónomo o con socios?

1) ¿Por qué se asocia?

- Por miedo
- Por sentirse acompañado
- Un socio es caro, es un recurso sustituible

2) ¿Hay situaciones en que sería recomendable asociarse?

- Un socio capitalista
- Por carencia. Conoce muy bien el sector
- Por falta de carácter luchador y saber rodearse de la gente apropiada
- Por edad o enfermedad

3) ¿Cómo escoger a los socios?

- Los valores por encima de todo (principios morales y éticos similares)
- Complementariedad (carácter distinto pero complementario)
- Que aporte valor real (cuya opinión merezca respeto)
- Misma ambición (mismos objetivos)

4) ¿Cómo pactar con los socios?

- Como separarse
- No a partes iguales cuando no aporta lo mismo. Se remunera con sueldo.

Fuente: Fernando Trias de Bes: Extracto de "El libro negro del emprendedor". Ed. Urano.

Amplía 1: “Primer error: emprender con motivos pero sin motivación”



“El motivo es irrelevante, mientras haya motivación”

Motivos



*Causa
*Detonante

Motivación interna



*Ilusión
*Deseo de emprender

Emprender:



Forma de enfrentarse al mundo, en la que la persona disfruta con la incertidumbre y la inseguridad de qué pasará mañana.

Fuente: Fernando Trias de Bes: “El libro negro del emprendedor”. Ed. Urano.

volver

Amplía 2: “Sobre esa gran idea que usted dijo que tenía”

- Emprendedores muertos antes de empezar ✉ “ He tenido una idea, no se la cuentes a nadie que como me la roben me muero” ✉ “Emprendedores Gollum (¡mi tesoro!)”
- Lo importante no es la idea sino la forma de la idea, el éxito se debe a la forma en como ha sido hecha realidad (por ejemplo Imaginarium, Fresh&Co).
- “Más vale una idea mediocre brillantemente implementada que una idea brillante mediocrementemente implementada.”
- Lo importante: No es *qué* el van a comprar, sino el *porqué* le van a comprar, y puede ser porque:
 - Hace algo mejor.
 - Hace algo igual que los demás pero más barato.
- Si no puede responder en menos de 30 segundos difícilmente tendrá éxito, porque si no puede resumirlo en una frase tampoco va a entenderlo un cliente.

Fuente: Fernando Trias de Bes: Extracto de “El libro negro del emprendedor”. Ed. Urano.