

TEMA 1. EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA. LA IDEA DEL EMPRENDEDOR

ÍNDICE

1. TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA O AJENA
2. ESPÍRITU EMPRENDEDOR
3. REQUISITOS DEL EMPRESARIO
4. CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS EMPRENDEDORES
5. CULTURA EMPRENDEDORA
6. LA ACTUACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES COMO EMPRESARIOS
7. EL RIESGO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
 - 7.1. Concepto de riesgo empresarial
 - 7.2. Clases de riesgo empresarial
 - 7.3. Gestión de riesgos empresariales
8. INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO
 - 8.1. Tipos de innovación
 - 8.2. Efectos de la innovación sobre la economía
9. ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO
10. LA IDEA DE NEGOCIO
 - 10.1 Fuentes de ideas de negocio
11. PROYECTO EMPRESARIAL

1. TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA O AJENA

La primera pregunta a la hora de estudiar este módulo es: ¿Qué prefieres: trabajar por cuenta ajena en una empresa que no sea tuya o trabajar por cuenta propia en tu empresa?

Si tu intención es tener un contrato de trabajo en una empresa, asumir las responsabilidades de tu puesto de trabajo y olvidarte cuando se cumpla el horario, sin asumir los riesgos de la marcha de la empresa, seguramente tienes el perfil de trabajador por cuenta ajena. Si te mueve por dentro “la inquietud” de crear tu propia empresa, asumiendo los riesgos y las responsabilidades que conlleva, es que tienes un perfil de trabajador por cuenta propia.

¿Qué sucede si tengo un perfil de trabajador por cuenta ajena? ¿Me aporta algo este módulo de EIE si no quiero tener mi propia empresa? Sí, por dos motivos:

- Por un lado tus inquietudes y tus necesidades laborales de ahora no serán las mismas que las de dentro de 5 o 10 años: habrás madurado en tu trabajo y estarás más seguro de ti mismo, te podrás encontrar con una oportunidad de crear un negocio que no esperabas o incluso con un capital que antes no tenías. El espíritu emprendedor de crear una empresa puede activarse dentro de unos años porque las personas maduran y cambian con el tiempo.

- ¿Y si no se “activa” el espíritu emprendedor en un futuro? ¿Para qué sirve EIE? Si no tienes ninguna intención de crear una empresa este módulo te aportará el conocimiento del funcionamiento interno de una empresa, de sus departamentos y funciones, de las dificultades y de las posibilidades de crecimiento de las empresas; y este conocimiento “sobre” las empresas te será útil para cuando trabajes dentro de una de ellas como trabajador por cuenta ajena.

¿Qué diferencias encontramos entre ser trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia?

<i>Trabajador cuenta ajena</i>	<i>Trabajador cuenta propia</i>
Depender de un jefe	Ser nuestro propio jefe
Responsabilidad limitada a cumplir con su trabajo	Asumir responsabilidades en la marcha del negocio
Un salario fijo, con independencia de beneficios	Beneficios o pérdidas, asume el riesgo económico
Cumplir un horario de trabajo	Llevarse la tarea a casa fuera del horario de la empresa
La satisfacción laboral viene muy determinada por el clima y el funcionamiento interno de la empresa	Es una fuente de satisfacción personal y profesional el asumir un reto empresarial

2. ESPÍRITU EMPRENDEDOR

El **espíritu emprendedor** es aquella actitud del individuo que le lleva a tomar la iniciativa con determinación, responsabilidad y asunción de riesgos hasta alcanzar la meta que se ha propuesto, tanto en su vida personal como en su carrera profesional o en la creación de una empresa.

Actualmente se utiliza el término **emprendedor** para referirse a la persona capaz de descubrir las oportunidades de negocio que ofrece el mercado, creando algo nuevo o dando un uso diferente a algo ya existente, y que posee la actitud y la habilidad para conseguir y organizar los recursos necesarios para ello.

El espíritu emprendedor no es una capacidad exclusiva de los individuos que crean su propia empresa. Destacamos los siguientes tipos de emprendedores:

- *Intraemprendedor*. Es el trabajador por cuenta ajena que aplica innovaciones en la empresa donde trabaja para crear nuevos productos, procesos y servicios, que permiten que esta sea más competitiva. Por ejemplo, un trabajador crea un nuevo negocio que se añade a la actividad tradicional de la empresa ensanchando su mercado e incrementando sus resultados.

El empleado-emprendedor actúa como un auténtico empresario y es un tipo de empleado muy demandado en las empresas de la nueva economía.

- *Emprendedor independiente o económico*. Es el trabajador que, por cuenta propia, inicia un proyecto empresarial para explotar una oportunidad de negocio, aplicando su capacidad innovadora y asumiendo riesgos. Este tipo de emprendimiento responde a los siguientes perfiles:

- *Persona emprendedora vocacional*: es la persona que ha creado un nuevo producto o servicio, un nuevo proceso de producción o de comercialización y está dispuesto a desarrollarlo empresarialmente. Por ejemplo, Steve Jobs, creador de Apple, desarrolló el ordenador personal Mackintosh y los tres revolucionarios dispositivos: iPod, iPhone y iPad.
- *Trabajador experimentado*: es el trabajador que, aunque tiene un trabajo, desea establecerse por cuenta propia. Generalmente son intraemprendedores que han alcanzado la experiencia y madurez suficiente para abordar su propio proyecto empresarial.
- *Emprendedor por necesidad*: es la persona que pone en marcha su propio proyecto por causas ajenas a su voluntad. Suele haber perdido su trabajo y por eso decide crear un negocio propio, que dirige y gestiona y del que espera obtener beneficios económicos. El objetivo de este emprendimiento es el autoempleo, es decir, desarrollar una actividad por cuenta propia como alternativa al mercado laboral por cuenta ajena.

- *Emprendedor social*. Es la persona que pone todo su empeño en desarrollar iniciativas empresariales en las que se prioriza la responsabilidad social y la creación de riqueza sobre otros objetivos propios de las empresas tradicionales como son la maximización de beneficios económicos propios. Por ejemplo, la ONG Médicos Sin Fronteras.

Una cuestión que despierta gran interés es por qué surgen los emprendedores. Los estudiosos del tema distinguen entre el emprendedor personal, el social y el reticular:

- La figura del emprendedor personal plantea que esa capacidad del individuo está en su misma base y surge como consecuencia del desarrollo de la persona. Aquí se incluyen la familia, la educación y aquellos aspectos que rodean a la persona en su primera etapa, antes del trabajo. Esta hipótesis sugiere la importancia de los padres en el desarrollo del espíritu emprendedor de los hijos, así como la importancia de la educación.
- Por otra parte, hay determinadas comunidades que son más emprendedoras que otras; esto plantea que existe una causa social que explica el espíritu emprendedor, es decir, que existen grupos de personas en los que se ha desarrollado más dicho espíritu. Como, por ejemplo, los judíos o los libaneses, o comunidades de inmigrantes, como la india. En estos casos, se atribuye dicho espíritu a las características de convivencia social y a las necesidades económicas de dichas comunidades.

- Finalmente, la perspectiva reticular propone que el espíritu emprendedor surge como consecuencia de facilitar a las personas el acceso a la información y reducir los costes de los recursos necesarios para acometer los proyectos. Esta perspectiva tiene su base en la existencia de más emprendedores en aquellas zonas donde los servicios empresariales están más desarrollados, como, por ejemplo, empresas de capital riesgo, centros de información y formación, etcétera.

3. EL EMPRESARIO

Los empresarios son emprendedores en el ámbito económico. El éxito de muchas economías está en la existencia de una gran cantidad de empresarios que ponen en marcha sus proyectos empresariales. En este apartado profundizaremos un poco más en la figura del empresario.

3.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA FIGURA DEL EMPRESARIO

No se comienza a estudiar la figura del empresario hasta principios del siglo XVIII, con Cantillon, quien introdujo por primera vez el término “entrepreneur”. Los economistas clásicos del siglo XVIII, como Richard Cantillon, Adam Smith y otros, no prestaron mucha atención a la función del empresario. Lo que podemos destacar de esta primera etapa es que esos autores no diferenciaban la función del capitalista (propietarios de los medios de producción) con la de empresario. Es decir, existía una identificación entre empresario y propietario.

Hasta el siglo XX no se identifica de forma clara y diferenciada el concepto del “empresario”. Podemos resumir, de forma secuenciada, las distintas aportaciones teóricas relativas al empresario:

1. El empresario riesgo (F.H. Knight, 1921): el empresario contrata los factores productivos a unos precios determinados, que representan los costes de la empresa. Debe anticipar las rentas (remuneración) a los factores que participan en la producción antes de conocer los resultados de la actividad económica emprendida para buscar un beneficio, siempre de carácter incierto.

El empresario incurre, por una parte, en unos costes determinados, derivados de la remuneración de los factores y, por otra, en los ingresos que espera obtener, que son inciertos. Si acierta en sus previsiones, y los ingresos son mayores que los precios (costes) pagados a los factores, conseguirá un beneficio, pero, por el contrario, si su cálculo económico es erróneo, tendrá que soportar las pérdidas.

2. El empresario innovador (J.A. Schumpeter, 1911 y 1942): el empresario es el promotor fundamental del desarrollo económico capitalista. La principal función del empresario consiste en innovar (un nuevo producto, servicio, etc.). La introducción de la innovación le permite obtener beneficios extraordinarios.

Esta situación es temporal, ya que surgirán imitadores de la innovación que provoquen el retorno a una situación de equilibrio con beneficios normales.

3. Teoría del empresario como tecnoestructura (basada en la separación de la propiedad y el control) (J.K. Galbraith, 1967): en las grandes corporaciones, quien realiza el papel del

empresario no es el propietario, sino los expertos que ejercen la dirección y la gestión de la empresa, de forma que el empresario no es una persona física, sino un ente colegiado formado por especialistas a los que hemos denominado “tecnoestructura”.

4. Teoría del empresario como descubridor de oportunidades (J.M. Kirzner, 1973): destaca que la esencia del empresario es su estado de alerta, que le permite descubrir en el mercado oportunidades no detectadas hasta entonces. Según este autor, una de las principales funciones del empresario es la de intuir y aprovechar estas oportunidades.

3.2. VISIÓN ACTUAL DEL EMPRESARIO

El empresario es la figura que da vida y gobierna la empresa, aquella persona que ejecuta las acciones de organización coordinación, dirección y control del proceso productivo. La faceta de creación es quizá la más característica del empresario, ya que de su mano las ideas se convierten en realidad y los proyectos se materializan. De esta forma se constituyen las funciones del empresario desde una perspectiva actual, sin vincular la función del empresario necesariamente a la propiedad de los medios de producción, sino que se trata de una figura que engloba las siguientes funciones:

- Configura el sistema de dirección de la empresa.
- Ejerce funciones de liderazgo e innovación.
- Asume el riesgo del sistema, lo que quiere decir que:
 - Percibe necesidades.
 - Organiza la producción.
 - Remunera anticipadamente a los factores.
 - Satisface las necesidades percibidas.
 - Recupera vía precios el esfuerzo realizado.

Para llevar a cabo las funciones descritas, el empresario deberá reunir las siguientes cualidades, además de poseer espíritu empresarial:

- Ser un experto estratega.
- Tener un conocimiento profundo del mercado.
- Tener habilidades de comunicación.
- Tener capacidad negociadora.
- Tener capacidad de resolución de conflictos.
- Tener actitud para gestionar el cambio.

4. REQUISITOS DEL EMPRESARIO

Hay 3 requisitos básicos que debe cumplir mínimamente para poder convertirse en empresaria: aceptar el riesgo que supone la aventura de crear una empresa, disponer de un capital mínimo y acceso a la tecnología necesaria de esa actividad, y poseer unas habilidades personales y sociales que le permitan desarrollar el proyecto empresarial.

A) Riesgo:

- Debe ser una persona que acepte el riesgo. Si desea la seguridad de tener un empleo y un sueldo estable no será una persona idónea para crear una empresa.

Una empresa tampoco es un segundo trabajo, ya que requiere la presencia continua en el negocio.

- Por otro lado, el contexto familiar puede limitar o no la aceptación del riesgo que supone crear una empresa: el cuidado de hijos, la pérdida de empleo del cónyuge o heredar la empresa familiar son condiciones que influirán en la aceptación o no del riesgo. De igual manera, un círculo de amistades donde haya empresarios o trabajadores por cuenta ajena también generará expectativas positivas o negativas hacia el riesgo.

B) Capital y tecnología:

- Debe disponer de un capital mínimo para afrontar la creación de la empresa, si no de su totalidad, al menos de un 50% para buscar fuentes de financiación ajena. Los bancos no financian el 100% de la inversión, ya que exigen que el empresario asuma riesgos aportando capital al proyecto, o como mucho que esté respaldado por un avalista para que en caso de impago se responsabilice de la deuda.
- Además, deberá tener acceso a la tecnología para crear ese tipo de negocio. Por ejemplo, para poder abrir un taller de reparación de vehículos requerirá de un determinado tipo de maquinaria, la cual deberá conocer el empresario y poder acceder a los proveedores que la facilitan.

C) Habilidades:

- Conocer el negocio: cada negocio tiene sus propias particularidades, por ello es preferible que antes se haya trabajado por cuenta ajena en una empresa del mismo sector.
- Disponer de conocimientos de administración y gestión: si bien se pueden delegar algunas tareas repetitivas a la gestoría, dirigir una empresa implica estar tomando decisiones continuamente sobre la gestión y administración de la misma, para lo cual se requieren unos conocimientos mínimos. Pensar que es la gestoría quien llevará toda la gestión es un error.
- Habilidades personales y sociales: para crear una empresa se requieren unas características de personalidad que permitan ser capaz de crear un proyecto e ilusionar y hacer partícipes a los demás implicados en el mismo. Requiere una visión optimista y una elevada tolerancia a la frustración y las adversidades. Ser empresario también supone mantener unas relaciones sociales continuas con clientes y proveedores, lo que requiere cierto don de gentes, de escucha activa, empatía y asertividad en las relaciones sociales.

5. CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS EMPRENDEDORES

Las ocho características de un emprendedor son:

- Creatividad y tendencia a la innovación.

El emprendedor es un innovador por definición. Para emprender es preciso hacer algo nuevo o hacerlo mejor. Por tanto, la creatividad de la persona y su capacidad para aplicarla al proyecto es una característica básica del emprendedor.

Ten en cuenta que no hay ideas buenas o malas. Todo depende del enfoque y de que la lleves a la práctica de forma que reporte beneficio para ti y para la sociedad. Solo así se convertirá en una idea de negocio viable.

- Asumir el riesgo.

Emprender significa asumir el riesgo de fracasar en el intento. Ahora bien, el riesgo que se va a asumir debe calcularse, y realizarse los estudios previos necesarios. El riesgo siempre está presente en el emprendedor, no desaparece con la puesta en marcha exitosa del proyecto, siempre hay nuevas amenazas que sortear.

Como los riesgos son inevitables en todo negocio, el empresario debe enfrentarse a ellos a través de una gestión racional con una doble finalidad: evitar que las consecuencias de la materialización del riesgo ocasionen graves pérdidas (evitando, reduciendo o transfiriendo el resultado dañino) y, por otro lado, acometer las oportunidades que le proporcionen los máximos beneficios.

El desarrollo de la capacidad de asumir riesgos tiene mucho que ver con la forma en que se afronten las situaciones difíciles, y con la capacidad de tomar decisiones, es decir, con la confianza en uno mismo. Y todo esto se relaciona con la creatividad de la persona a la hora de buscar alternativas que sean buenas, ya que así podrá minimizar la incertidumbre y, en último término, el riesgo.

- Persistencia.

El emprendedor no se desanima ante el primer fracaso, pues sabe que siempre hay alguno, ni pretende un éxito instantáneo. Sabe aprovechar lo bueno de los intentos fracasados para mejorar en el siguiente intento. Además, los principios siempre son duros, hay que persistir y saber esperar.

- Autoconfianza pero con autocrítica.

El emprendedor se marca sus propios objetivos con realismo, tiene confianza en alcanzarlos, sabe lo que quiere conseguir y el esfuerzo que ello requiere. Sin embargo, el emprendedor no siempre acertará, con lo que tiene que tener capacidad de autocrítica que le permita aprender de sus errores, de lo contrario se cerrará en sus ideas.

- Capacidad de organización.

El emprendedor debe organizar diferentes recursos (humanos, materiales, capital, etc...) para lograr sus objetivos. Por tanto, debe ser una persona organizada a la que no le desborde llevar varios aspectos de la empresa a la vez.

- Capacidad de trabajo.

El emprendedor debe trabajar durante muchas horas al día, llevándose el trabajo a casa en muchas ocasiones, pues su trabajo viene dado en función de las exigencias del proyecto que emprende. No significa que no deba fijarse un límite al trabajo, pero sí que debe dar más de sí mismo para sacar el proyecto adelante.

- Habilidades sociales.

Un emprendedor debe estar comunicándose constantemente con clientes y proveedores. Ello le exige unas habilidades sociales de comunicación, escucha activa y asertividad que le permita interactuar con los demás de forma correcta.

- Honradez.

Para tener éxito a largo plazo es preciso tener sentido ético: respeto por los demás, cumplimiento de los compromisos, cumplimiento de la ley, etc... Proceder de forma no ética puede suponer beneficios a corto plazo, pero a largo plazo produce descrédito y desconfianza.

6. CULTURA EMPRENDEDORA

La cultura emprendedora es una actitud de participación activa en el cambio del entorno social, laboral, económico y empresarial, a través de la identificación de oportunidades de negocio que ofrece el mercado y la capacidad y habilidad para reunir los recursos necesarios (humanos, materiales, etc...) para transformarlos en una empresa.

La cultura de una sociedad se va formando a lo largo del tiempo con normas, valores, creencias, conocimientos, costumbres y hábitos, que determinan la forma de pensar y actuar de las personas que la integran. Para que podamos hablar de cultura, esta debe ser compartida por la mayoría de la sociedad y sus instituciones.

Muchos de los elementos de la cultura suponen una barrera para desarrollar la iniciativa emprendedora. Algunos de los factores que dificultan actualmente el emprendimiento en la cultura española son los siguientes:

- No nos atrevemos a innovar: es importante liberarse de la creencia de que las cosas no pueden hacerse de otro modo y dejar paso a la creatividad y a la innovación.
- Carencias formativas: el sistema educativo sigue formando a los alumnos a que realicen su actividad profesional en un sistema productivo que ya no existe. Debemos enseñarles a emprender.
- Falta de vocación empresarial: está muy arraigado el concepto de trabajo para toda la vida y por cuenta ajena.
- Falta de reconocimiento social de la figura del empresario: hay que dejar de pensar que quien emprende tiene malas intenciones (pegar el pelletazo y explotar a los trabajadores, defraudar a Hacienda, etc...) y verlo como la persona capaz de desarrollar una idea, de crear empleo y riqueza.
- Mediocridad: hay una falta de conocimiento en los temas que se van a desarrollar y que requieren capacidad de investigar y experimentar.
- Ausencia de compromiso entre el sistema financiero y el sistema productivo: la inversión es fundamental para generar innovación.
- Engorrosos procesos burocráticos para la creación de empresas: el papeleo exigido por las distintas Administraciones es excesivo y los procedimientos son muy lentos.

La Unión Europea, consciente del déficit empresarial que padece, en comparación con otros países como Estados Unidos, Japón y China, considera que el fomento de la empresa es clave para la creación de empleo, la mejora de la competitividad y el crecimiento económico.

Por ello, en el año 2003, el Consejo Europeo publicó el Libro Verde del Espíritu Empresarial en Europa, en el que se indica la importancia de la educación para impulsar el espíritu emprendedor, fomentando una actitud favorable a salidas profesionales como la de empresario y promoviendo las competencias necesarias para la creación de empresas.

7. EL RIESGO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Como ya hemos visto, una de las características personales del emprendedor es la asunción del riesgo, ya que este resulta imposible de eliminar de la actividad empresarial, condiciona sus resultados y su existencia y, además, justifica la obtención de una rentabilidad extraordinaria de las inversiones realizadas por el emprendedor.

7.1. Concepto de riesgo empresarial

El riesgo empresarial es la probabilidad de que puedan ocurrir hechos internos o en el entorno de la empresa que afecten al cumplimiento de los objetivos previstos.

Por lo tanto, debemos medir el riesgo en términos de probabilidades y consecuencias.

Para que podamos hablar de riesgo debe existir la posibilidad de elegir entre varias alternativas. Al hacerlo, se produce el coste de oportunidad, que refleja el valor de la mejor de las alternativas rechazadas. Es decir, aquello a lo que se renuncia cuando se escoge una opción y se rechaza el resto.

El riesgo empresarial está relacionado con otros conceptos como la incertidumbre, la probabilidad, las opciones y los resultados.

Poner en marcha un negocio, así como su consolidación y crecimiento, exige una exposición al riesgo tanto mayor cuanto mayor sea la expectativa de ganancia.

Al existir esta proporcionalidad entre el grado de riesgo y la rentabilidad empresarial, tanto para los riesgos favorables (oportunidades) como para los desfavorables (amenazas), la dirección de la empresa debe considerar los riesgos como un factor más que hay que gestionar, evaluándolos y eligiendo entre las oportunidades presentes y futuras que pretende alcanzar y los riesgos que está dispuesto a tomar para desarrollarlas.

7.2. Clases de riesgos empresariales

Existen diferentes clasificaciones de los riesgos empresariales; destacamos los siguientes:

- Atendiendo a su origen:

- Riesgos externos: surgen del entorno de la empresa, derivados de la incertidumbre de situaciones como el contexto económico y social, las estrategias de la competencia, los cambios en las preferencias de los clientes, las regulaciones legales, etc...

- Riesgos internos: pueden afectar a los procesos, recursos humanos, físicos, tecnológicos, financieros y organizacionales, a los clientes e incluso a la imagen de la empresa.

- Atendiendo a las consecuencias de la materialización del riesgo:

- Riesgos puros: si se materializan ocasionan una pérdida económica. Entre ellos están los riesgos personales, materiales, de responsabilidad civil, etc... La empresa generalmente busca, a través de pólizas de seguro, la cesión o transferencia del riesgo a las compañías de seguro a cambio de un coste fijo.
- Riesgos especulativos: suponen la situación de incertidumbre de que ocurra un determinado suceso cuya materialización produciría expectativa de beneficio o pérdida (riesgos de producción, ventas, financiación, dirección, etc.).
- Generalmente, estos riesgos son asumidos por el empresario y quedan fuera de las pólizas de seguros. Por ejemplo, si ponemos en marcha un negocio, podemos tener una buena aceptación del mercado y obtener grandes beneficios, pero también podemos fracasar y perder toda la inversión realizada, y esto no lo cubre una póliza de seguros.

- Otra clasificación se basa en los factores que ocasionan los riesgos:

- Riesgos económicos: relacionados con la incertidumbre en el rendimiento de la inversión de capital debido a los cambios en la situación económica del sector de actividad en el que opera la empresa.
- Riesgos de mercado: relacionados con la inestabilidad de la coyuntura económica, con las pérdidas potenciales por los cambios de los precios, por la mano de obra, los materiales y otros elementos de su proceso de producción, así como por los precios que puede demandar por sus bienes o servicios.
- Riesgos de insolvencia: insuficiencia de capital para afrontar el pago de las deudas contraídas con los acreedores.
- Riesgos de crédito: cuando los clientes y otros deudores no realizan el pago en la fecha de vencimiento de sus obligaciones con la empresa.
- Riesgos tecnológicos: las innovaciones tecnológicas pueden ocasionar obsolescencia en las empresas no preparadas para adoptarlas o para sustituir sus equipamientos, produciendo una menor eficiencia, incrementando los costes, disminuyendo su competitividad y frustrando la satisfacción de los servicios prestados a su clientela.
- Riesgo organizacional: probabilidad de pérdidas por errores e ineficiencia de la organización interna de la empresa.
- Riesgos de reputación: pérdida de imagen de la empresa por actividades realizadas.
- Riesgos de legalidad: probabilidad de producirse pérdidas por el incumplimiento de la normativa legal (sanciones) o por el cambio de esta, de forma que afecte a la actividad de la empresa (adaptaciones).
- Riesgos catastróficos: relacionados con desastres naturales (inundaciones, terremotos), incendios, actos de terrorismo, etc.

Generalmente el impacto sobre los objetivos planificados de las empresas son multifactoriales, es decir, no se deben a un solo factor de riesgo.

7.3. Gestión de riesgos empresariales

Como los riesgos son inevitables en todo negocio, el empresario debe enfrentarse a ellos a través de una gestión racional con una doble finalidad: evitar que las consecuencias de la materialización del riesgo ocasionen graves pérdidas (evitando, reduciendo o transfiriendo el resultado dañino) y, por otro lado, acometer las oportunidades que le proporcionen los máximos beneficios.

Para ello, se deberá actuar de la siguiente manera:

1.- Identificación de riesgos.

2.- Clasificación de riesgos (puros o especulativos).

3.- Evaluación de los riesgos: frecuencia e intensidad.

4.- Planificación de riesgos: toma de decisiones para minimizar los efectos.

5.- Control de las decisiones sobre el riesgo.

8. INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

La innovación es la creación e implantación de cambios significativos en los productos, los procesos de producción, la comercialización o la organización de la empresa, con el propósito de mejorar los resultados.

Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos o la combinación de conocimientos ya existentes y la tecnología. La innovación es el motor del desarrollo económico de un país.

8.1. Tipos de innovación.

Diferenciamos, por su importancia, los siguientes tipos de innovación:

- Según su grado de originalidad:

- Innovación radical: se incorpora al mercado un nuevo producto (bienes o servicios) o proceso de producción.
- Innovación incremental: se introducen mejoras en un producto (bienes o servicios) o proceso de producción existente.

- Según su aplicación:

- Innovación en la oferta del producto: comercialización de un producto tecnológicamente distinto o con mejoras en sus prestaciones, en la facilidad de uso, estética, peso, coste, seguridad, tiempo de vida, etc...
- Innovación del proceso: consiste en desarrollar y aplicar con éxito nuevos métodos de:

- Fabricación: supone un incremento de la productividad y la calidad, estandariza los componentes, minimiza el tiempo de montaje, reduce costes, etc.
- Logística: reduce el coste de almacenaje, el tiempo de entrega, etc.
- Organización y gestión: modificaciones en las prácticas y procedimientos de la empresa, en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores o en la aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados.
- o Innovación en la comercialización: se implanta un nuevo método de comercialización que consiste en cambios significativos en el diseño, envasado, posicionamiento, promoción, facturación, etc...

8.2. Efectos de la innovación sobre la economía.

Dentro de los efectos más importantes de la innovación sobre la economía, destacamos los siguientes:

- Eleva la renta nacional.
- Incrementa la inversión.
- Incrementa la productividad.
- Incrementa la calidad.
- Reduce costes.
- Incrementa la competitividad.
- Desciende los precios.
- Incrementa las ventas.
- Incrementa el empleo.

9. ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

El nuevo modelo de economía del conocimiento ha supuesto el paso de una estrategia competitiva basada en costes y precios (modelo de la economía tradicional) a otra basada en ideas, productos diferenciados y servicios a medida.

El tránsito de un modelo económico a otro está condicionado por la revolución tecnológica y la globalización de la economía.

En este entorno, la competitividad de una economía reside en su capacidad para ofrecer al mercado productos diferenciados.

Actualmente, la aportación de valor a la actividad económica se basa en la incorporación constante de valor, lo que exclusivamente depende de la capacidad de innovación de los agentes económicos.

En la economía del conocimiento los mayores costes se derivan de la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i), instrumentos imprescindibles para la supervivencia de las empresas y la mejora de la competitividad, lo que a su vez redundará en la generación de riqueza.

Varios fenómenos ilustran el relevante papel del conocimiento, la tecnología y la innovación como factores determinantes del crecimiento económico actual en las economías más avanzadas:

- La inversión en I+D+i está experimentando un crecimiento acelerado en todos los sectores económicos.
- El conocimiento, la tecnología y la innovación constituyen los recursos sustanciales de la nueva empresa; los factores tradicionales de la producción (tierra, trabajo y capital) tienen una influencia cada vez menor.
- La utilización de las nuevas tecnologías contribuye al incremento de la productividad, la reducción de costes y la expansión comercial.
- El entorno de la empresa están en continua expansión. La globalización supone una oportunidad y una amenaza al mismo tiempo.
- Las ofertas de empleo se dirigen a perfiles profesionales altamente cualificados (investigadores y científicos).
- La riqueza de una nación es creada (por la capacidad creativa e innovadora de sus emprendedores) y no heredada.

Nuestro país, si desea crecer, debe apostar por un modelo económico basado en el conocimiento y la innovación y generar un capital humano cualificado y difícil de sustituir.

Hay que tener en cuenta que la capacidad de producir en serie puede deslocalizarse, pero no así la capacidad de generar nuevos productos o servicios o nuevas formas de producir (conocimientos).

La siguiente es una tabla comparativa entre el modelo económico tradicional y la nueva economía:

<i>Modelo económico tradicional</i>	<i>Nuevo modelo económico</i>
Organizaciones jerarquizadas, con puestos simples	Organizaciones descentralizadas, con puestos complejos
Priman la posesión de recursos naturales y materiales	Prima el conocimiento (I+D+i)
Capital fijo	Capital intangible
Producción masiva y estandarizada	Producción flexible y personalizada
Ciclo de vida largo. Mercado local o regional	Ciclo de vida corto. Mercado global, en red (network)
Se vende lo que se produce	Se produce lo que se vende
Precio = coste por unidad + margen de utilidad	Precio = valor percibido por el cliente

10. LA IDEA DE NEGOCIO

Todo proyecto emprendedor comienza con una idea de negocio.

La idea es la visión que tiene el emprendedor de su proyecto empresarial, la cual viene a resumir tres aspectos:

- a) La actividad a la que se va a dedicar: qué producto vende, en qué sector, a quiénes se les va a vender el producto.
- b) El porqué de la venta de ese producto, por qué le comprarán a él y no a la competencia, qué ofrece a los clientes para que se venda el producto, qué hace que no hagan los demás, qué le diferencia. Este aspecto se llama “propuesta de valor” o factor diferenciador.
- c) Qué objetivos pretende alcanzar con este proyecto. ¿Qué visión tiene de su empresa a corto plazo, dentro de 1 año? ¿Y a más largo plazo, dentro de 4 o 5 años?

10.1. Fuentes de ideas de negocio.

Las ideas de negocio surgen de una oportunidad que el emprendedor ve como viable para lanzar un proyecto empresarial. Los orígenes de estas ideas de negocio pueden venir de:

- La experiencia profesional en otra empresa. Muchos emprendedores han trabajado en otra empresa de esa misma actividad y han ido perfilando su idea de negocio para posteriormente lanzarse como trabajador por cuenta propia.

Esta experiencia puede venir precedida de poseer un título académico en ese sector, pero otras veces el emprendedor no tiene ninguna titulación previa, sino que ha aprendido de la experiencia.

Amancio Ortega, fundador y principal accionista de Inditex, inició su andadura profesional con 14 años trabajando en comercios textiles de A Coruña.

- Las aficiones personales. El practicar un deporte, un hobby, o cualquier actividad en el tiempo libre puede dar lugar a una idea de negocio al conocer los detalles de esa actividad y de las necesidades que hay que cubrir en los clientes.

Enzo Ferrari, fundador de la Escudería Ferrari, desde niño fue un apasionado de la velocidad, los coches y las compras de automóviles.

- La observación de una carencia en el mercado. Un emprendedor puede observar oportunidades en el entorno: existen servicios mal prestados o bien no hay ninguna empresa que ofrezca ese servicio en esa zona, existiendo clientes que quisieran comprarlo. En estos casos, el emprendedor va a ofrecer un producto a unos clientes insatisfechos con el producto actual o que tenían que desplazarse a otra zona geográfica para adquirirlo.

La importancia de las economías emergentes como China ha hecho que el número de alumnos que desean estudiar este idioma se multiplique. La falta de centros especializados en la enseñanza de estos idiomas ha sido aprovechada por numerosos centros que han creado o ampliado su oferta.

- El estudio de otros mercados. Algunos emprendedores se dedican a observar qué es lo que ya funciona en el mercado o lugares, y lo “importan” a nuestro país para ser los primeros en ofrecer ese producto que se ha demostrado que ya funciona.

Pedro Espinosa, fundador de las heladerías LlaoLlao importó la idea del yogur helado desde EEUU a España, donde no existía este producto.

- La observación de tendencias. Continuamente aparecen nuevas tendencias o pautas de consumo en la población. Hay nuevos productos que están en auge y que los consumidores están dispuestos a incluir en su cesta de la compra.

El emprendedor en este caso es un observador de lo que se vislumbra que comienza a triunfar en el mercado, por lo que se adelanta a los competidores y ofrece un producto que previsiblemente será aceptado por los clientes.

La crisis económica ha variado los hábitos de muchos consumidores, convirtiéndose en algunos casos en oportunidades de negocio, como son las peluquerías low cost o las agencias de viaje orientadas al turismo económico.

- Ofrecer un nuevo producto. En este caso el emprendedor toma un invento nuevo y lo lleva al mercado. Es una opción muy arriesgada, pues todavía no tiene información sobre si será aceptado por los clientes, por ello es más típico de las grandes empresas que ya tienen varios productos y lanzan nuevos y prueban si son aceptados o no por el mercado.

La empresa Pelamatic ha presentado su nueva creación "Orange Peel", una máquina que pela cualquier tipo de fruta y verdura "sin necesidad de mancharse las manos ni coger cuchillos".

- Ofrecer un producto de forma distinta. Innovar no es sólo ofrecer un nuevo producto al mercado, sino también ofrecerlo de manera distinta, por ejemplo:

- * Cambiar alguna característica del producto para que sea diferente: con el interés por la ecología y el ahorro energético, los híbridos y los vehículos eléctricos van ganando más adeptos.
- * Darle un nuevo uso al producto: la aspirina se utilizaba inicialmente para el dolor de cabeza, sin embargo, se promocionó su nuevo uso para cualquier tipo de dolor muscular.
- * Vender el producto a otros clientes: Chocolates Valor, con su campaña de publicidad "Placer adulto", quiere ampliar su clientela de los niños al mundo de los adultos.

El interés del público por los llamados "panes de autor" ha hecho que proliferen en muchas ciudades españolas panaderías (como Panaria, PanPan...) que junto al producto de siempre ofrecen nuevas combinaciones de ingredientes y servicios como cafetería o catering.

Para que una idea de negocio tenga éxito, debe cumplir unos requisitos:

- Cubrir una demanda insatisfecha.
- Tener un nicho de mercado.
- Su producción debe ser rentable económicamente.
- La empresa debe tener las capacidades y habilidades necesarias para desarrollar la idea de negocio.
- Las ideas de negocio debe de aportar valor añadido.

11. PROYECTO EMPRESARIAL

¿Por qué necesitamos realizar un plan de negocio o business plan?

Cada vez más las nuevas teorías del emprendimiento priorizan la aplicación del método científico para el lanzamiento de nuevas empresas, destacando la necesidad de acudir al mercado e interactuar con los potenciales clientes, frente a la creación de planes hechos en despachos. Sin embargo, sigue siendo necesaria la elaboración de un plan de negocio una vez que hayamos concretado, probado y pivotado nuestro producto mínimo viable.

Es aconsejable, una vez diseñado nuestro producto, seguir un plan de acción para tener claro desde el principio cuáles son nuestros objetivos y si realmente es viable nuestro proyecto, así como el riesgo y las oportunidades que tiene en el mercado.

Los motivos por los que se aconseja establecer un plan son muy variados, pero las utilidades más importantes son las siguientes:

- Establece un marco para una correcta toma de decisiones. Si tenemos una elaborada información, las decisiones son más fáciles de tomar, sobre todo porque podemos anticipar diferentes situaciones y asignar probabilidades.
- Proporciona una visión clara y objetiva de nuestro negocio. Gracias al plan, no pecaremos ni de un arriesgado optimismo ni de un desmotivador pesimismo, por lo que tendremos un camino que seguir en los momentos en los que estemos más perdidos.
- Verifica que nuestro negocio es viable económicamente (producirá beneficios) y financieramente (podremos llevarlo a cabo con los recursos con los que contamos).
- Detecta y previene los problemas antes de que ocurran, lo que nos proporciona tiempo para buscar soluciones antes de que las situaciones conflictivas se presenten.
- Determina qué recursos tenemos antes de comenzar nuestro negocio y cómo podemos ampliarlos.
- Constituye una carta de presentación a la hora de conseguir socios estratégicos, financiación bancaria, ayudas, etcétera.
- Sirve para conseguir clientes potenciales. Gracias a una buena exposición de nuestra idea de negocio, podemos lograr que haya personas interesadas en adquirir nuestros productos antes de salir al mercado, lo que nos permitirá tener un buen comienzo.
- Es una guía de las acciones que debemos realizar y una lista de comprobación de hitos a lograr.

En definitiva, un plan coherente y serio demuestra que el emprendedor está capacitado para sacar el proyecto adelante y desarrollarlo.