




# Unidad 1

## LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

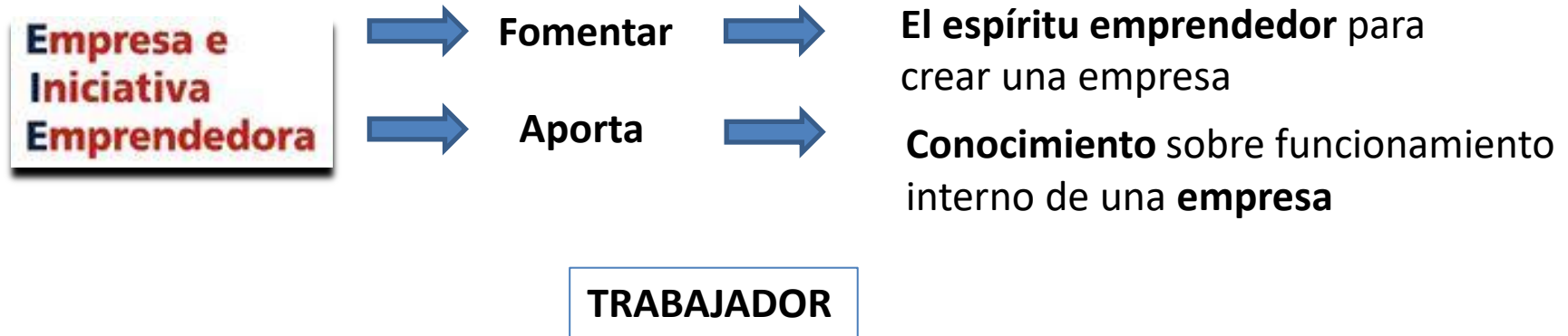
# CONTENIDOS

- 
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?**

# 1. El trabajador por cuenta propia /ajena



## 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

Motivos



Razones para crear una empresa

DISTINGUIR



...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



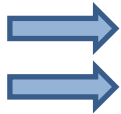
Contenidos

siguiente

## 2. Requisitos y teorías del empresario

### Requisitos:

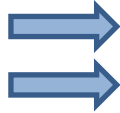
Riesgo



Ser persona que acepte el riesgo

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

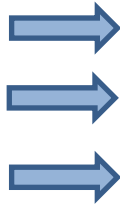
Capital y  
tecnología



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

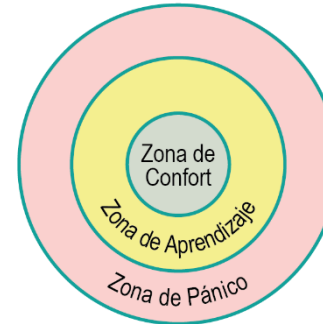


Zona psicológica segura cuando te mueves en un entorno que dominas, allí todo resulta conocido y no arriesgas

**Modelo clásico**  
**Confort-aprendizaje-pánico**



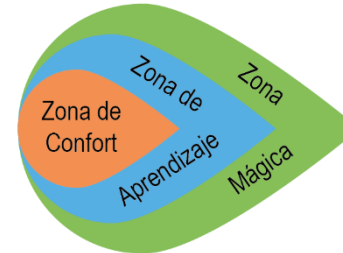
Cierta ansiedad pero no excesiva



**Modelo optimista**  
**Confort-aprendizaje-mágica**



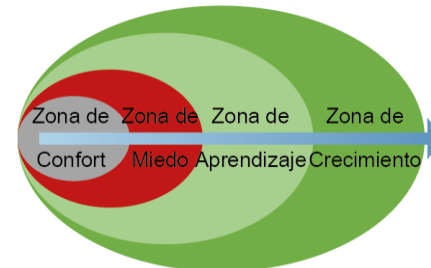
Pueden ocurrir cosas maravillosas



**Modelo intermedio**  
**Confort-miedo-aprendizaje-crecimiento**



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



anterior



Contenidos

siguiente

# 2. Requisitos y teorías del empresario

## Teorías:

Tª del empresario-riesgo  
(Knight - 1921)



Asume el riesgo económico

Tª del empresario innovador  
(Shumpeter - 1944)



3 etapas cambio tecnológico:  
invención → innovación → imitación



Verdaderos empresarios son los innovadores

Tª de la tecnoestructura  
(Galbraith - 1967)



Directivos toman decisiones



Pequeñas empresas propietario = directivo

Tª de la oportunidad  
(Kirzner - 1973)



Ver oportunidad de negocio en mercado

Tªs socioculturales

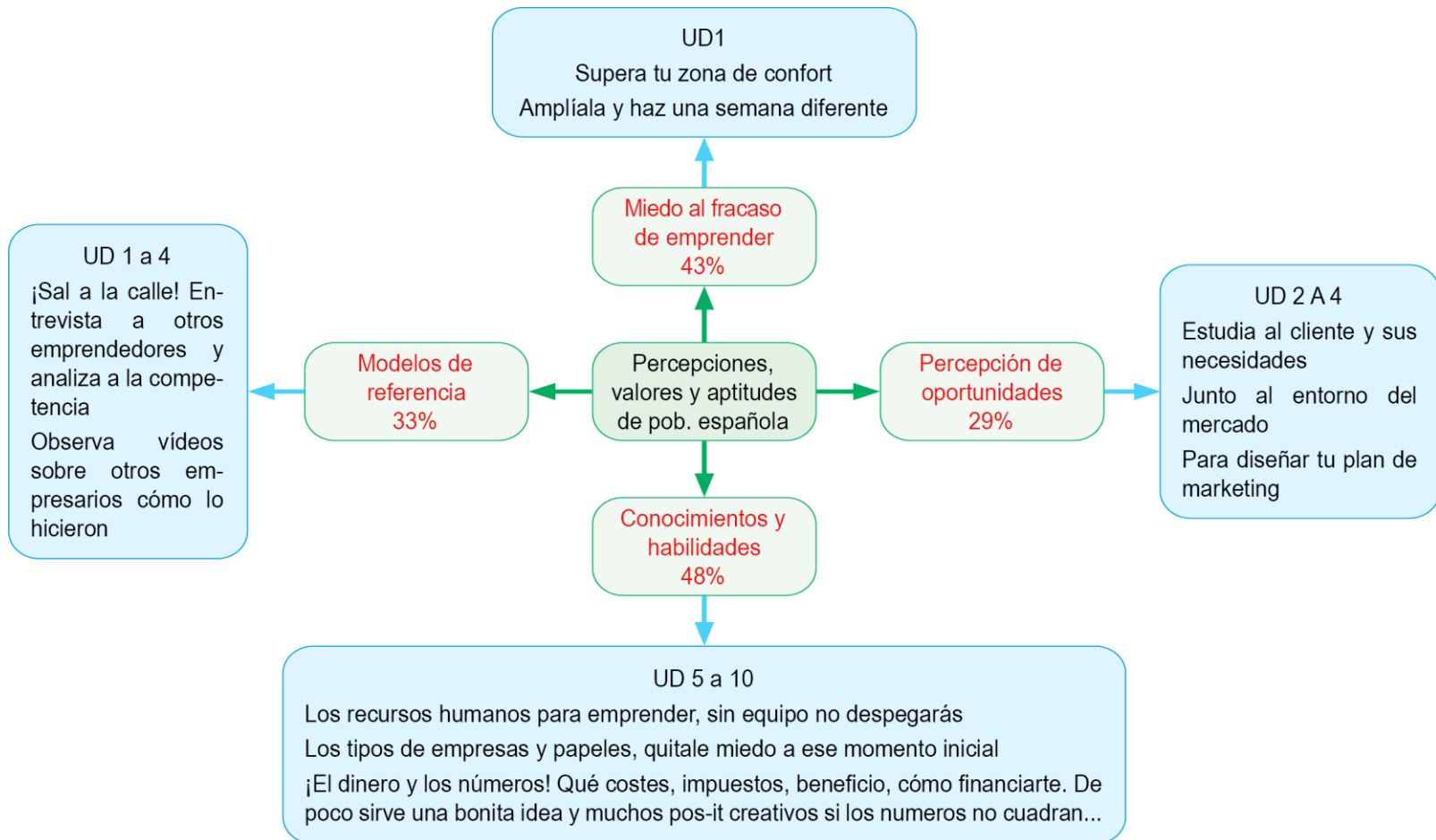


Condiciones sociales y culturales

- *Tª de la incubadora*
- *Tª de la marginación social*

# 2. Requisitos y teorías del empresario

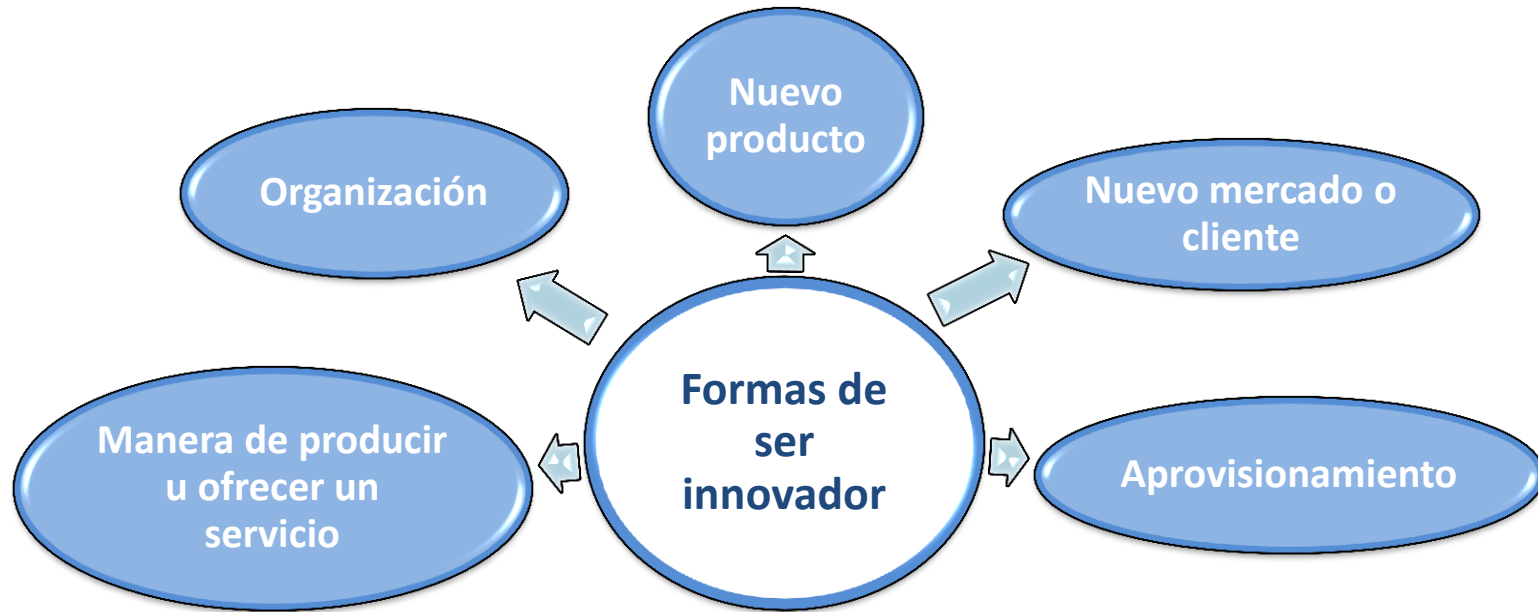
## PERCEPCIONES, VALORES Y APTITUDES DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO





# 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*

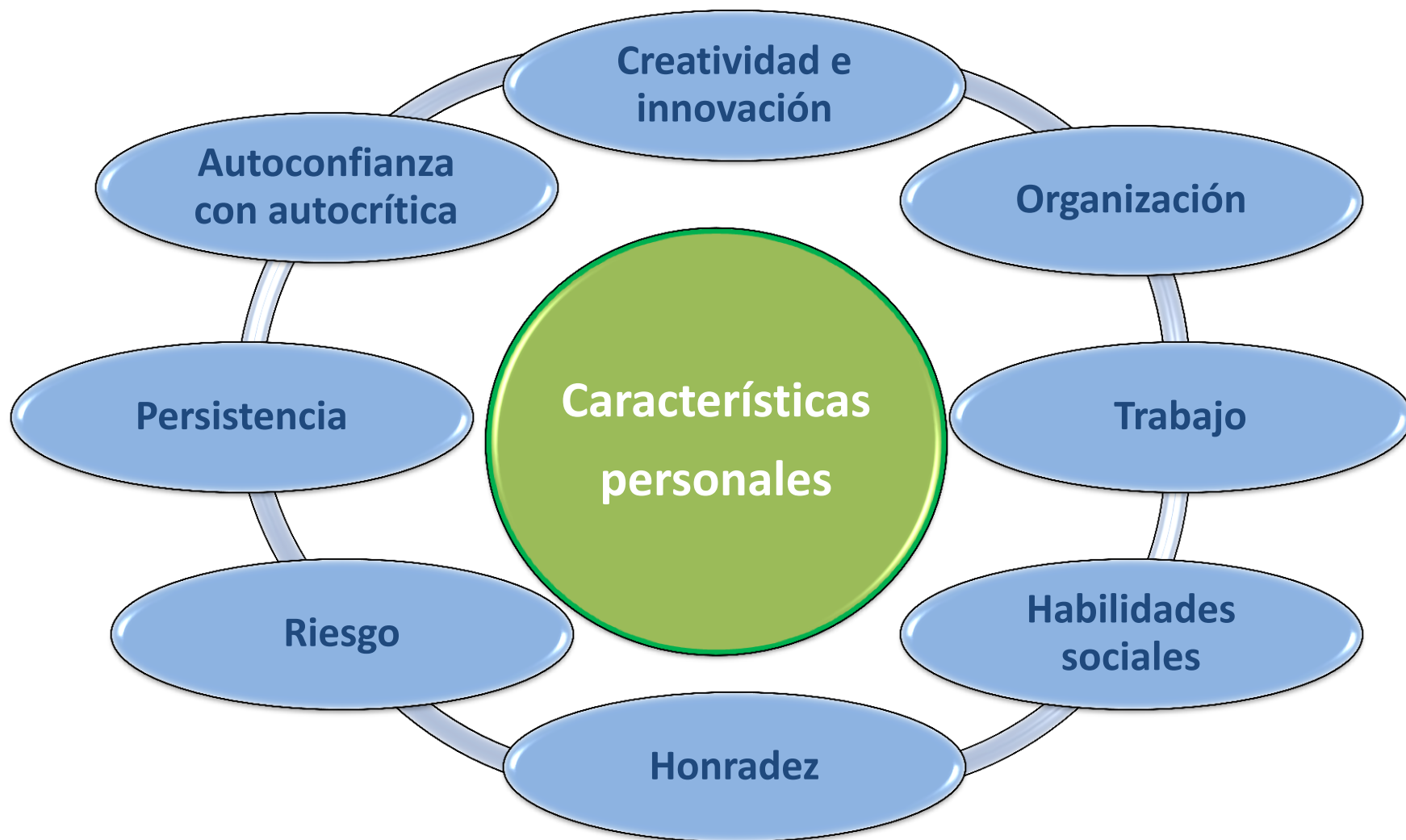
← anterior



Contenidos

siguiente →

## 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.*

## 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.*