

EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

La Iniciativa Emprendedora

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| / 1. Introducción y contextualización práctica | 3 |
| / 2. El emprendimiento y cultura emprendedora | 4 |
| / 3. Innovación y desarrollo | 4 |
| / 4. Caso Práctico 1: “El paso hacia delante de Nuria” | 5 |
| / 5. Idea de negocio | 6 |
| / 6. Técnicas para crear ideas de negocio | 6 |
| / 7. Cómo definir y presentar una idea de negocio | 7 |
| / 8. Caso práctico 2: “La cuchara de José Manuel” | 8 |
| / 9. Fuentes de investigación comercial | 8 |
| / 10. Resumen y resolución del caso práctico de la unidad | 9 |
| / 11. Bibliografía | 10 |

OBJETIVOS



Conocer qué es el emprendimiento y los distintos tipos que existen.

Identificar qué es una idea de negocio.

Conocer los distintos tipos de innovación que existen.

Entender la importancia del espíritu emprendedor para la sociedad.

Averiguar qué es la cultura empresarial.



/ 1. Introducción y contextualización práctica

En este tema introduciremos todo lo relacionado con el emprendimiento y la idea de negocio, aspectos imprescindibles para iniciar un proyecto empresarial.

Además, vamos a conocer la importancia que tienen la innovación para la sociedad, tanto a nivel económico, como a nivel social, para nosotros y para futuras generaciones.

Escucha el siguiente audio donde planteamos la contextualización práctica de este tema, encontrarás su resolución en el apartado Resumen y resolución del caso práctico



Fig.1. Las ideas son importantes para el desarrollo de una sociedad.



Audio Intro. "Comenzar a emprender"

<https://bit.ly/3cYqSxg>



/ 2. El emprendimiento y cultura emprendedora

Aunque no hay ninguna definición oficial y hay una gran cantidad de teorías al respecto, podemos decir que **la iniciativa emprendedora** es esa **actitud que tiene una persona para iniciar nuevos retos, convirtiendo una idea en una innovación tangible mediante distintas aptitudes y actitudes**, por ejemplo: creatividad, esfuerzo, constancia y exposición al riesgo¹.

Esas aptitudes y actitudes conforman lo que se conoce como **cultura emprendedora**. Es decir, todos los valores y habilidades que debe tener una persona para ser capaz de evolucionar, innovar y, en definitiva, mejorar las condiciones de un proyecto personal, profesional e incluso social.

En este sentido, podemos fijarnos en varios **ámbitos** que se ven **beneficiados por una mayor presencia de la cultura emprendedora en una sociedad**:

- **Riqueza del país:** El emprendimiento implica la creación de nuevas empresas, que a su vez contribuyen al flujo económico del país. Además, estas organizaciones deben pagar impuestos al Estado, colaborando al sostenimiento y crecimiento del país.
- **Creación de empleo.** Las empresas nacidas a raíz del emprendimiento van a generar nuevos puestos de trabajo, repercutiendo en el poder adquisitivo de la población y en su capacidad de consumo.
- **Fomento del desarrollo sostenible.** El llamado emprendimiento sostenible crea nuevas formas de producir riqueza sin comprometer los recursos y las posibilidades de futuras generaciones.
- **Promoción de la innovación.** El emprendimiento está relacionado con la creación de nuevos productos que mejoren la vida de las personas y el rendimiento de las empresas.



Fig.2. El coche eléctrico es un ejemplo de emprendimiento e innovación.

! Sabías que...

En 2020 comenzaron a emprenderse 4.300 negocios, abriendo sus puertas finalmente más de 2.000.

/ 3. Innovación y desarrollo

Como ya hemos adelantado antes, **la innovación** es un **proceso que tiene el objetivo de introducir elementos nuevos modificando algo ya existente** o creando algo que no existía anteriormente, para mejorar las condiciones de empresas, personas, etc. Existen una gran cantidad de innovaciones:

- **Innovación de producto.** Nos referimos a todas las novedades que aplicamos a un producto, normalmente para diferenciarnos de los productos de otras empresas y así aumentar las ventas.
- **Innovación de procesos.** Las empresas están constantemente buscando mejoras para implementarlas en sus procesos de producción. Por ejemplo, si una empresa consigue fabricar un coche en menos tiempo y gastando menos dinero a través de una nueva máquina, aumentarán sus beneficios.

¹ Fajardo, G; Alzola, I.(2018).Las cooperativas de emprendedores y su contribución al emprendimiento en economía social. Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo,13.



- **Innovación ambiental.** En los últimos años las empresas, incentivadas por la administración pública, van buscando maneras de realizar su actividad perjudicando lo menos posible al medioambiente.
- **Innovación organizacional.** Es importante ir mejorando la gestión de recursos humanos de la empresa, optimizando la comunicación entre trabajadores. Además, siempre es interesante crear nuevas formas para medir la satisfacción del cliente.
- **Innovación social.** Es realizada por organizaciones que no tienen ánimo de lucro y que buscan la mejora del bienestar social. Por ejemplo, mejoras en la salud, educación, etc. En ocasiones las empresas la emplean como parte de su responsabilidad social corporativa.
- **Innovación de marketing.** Es la utilización de nuevas formas de promocionar los productos de una organización, con el objetivo de aumentar las ventas.



Fig.3. Reducir la contaminación es un tipo de innovación.



Casos de éxito...

En 2020 unos murcianos crearon WeFish, una red social para pescadores con gran cantidad de recursos, que combina la pasión por la naturaleza con las últimas tecnologías.

/ 4. Caso Práctico 1: “El paso hacia delante de Nuria”

Planteamiento: Nuria tiene espíritu emprendedor y quiere iniciar un proyecto empresarial relacionado con el reparto a domicilio, pero es consciente de que hay una gran cantidad de empresas realizando esa actividad.

Nudo: ¿Qué debe contemplar en su idea de negocio para diferenciarse del resto? ¿Debería innovar? ¿Qué tipo de innovaciones puede incluir?

Desenlace: Nuria, puede incluir en su futura idea de negocio varias innovaciones que hagan más atractivos sus servicios.

Esa innovación puede ser ambiental: si reparte con vehículos eléctricos estaría contaminando menos al medio ambiente dando una imagen de empresa comprometida con el desarrollo sostenible.

Podría también implementar un sistema en el que los usuarios pudieran a tiempo real contactar con los repartidores o tenerlos geolocalizados en todo momento, siendo esta una innovación de producto.

Por último, pueden tener implementado un sistema, en el que, si un repartidor no puede acudir a tiempo, notifique automáticamente a un compañero para que haga esta persona el pedido o servicio.



Fig.4. Comunicación por móvil entre trabajadores.

/ 5. Idea de negocio

La idea de negocio es el producto que vamos a ofrecer, cómo vamos a conseguir a los clientes y de qué forma vamos a sacar beneficio económico de él.

Es la base de nuestro proyecto, ya que todas las decisiones las vamos a tomar teniendo en cuenta esta idea. Por eso, a la hora de definir nuestra idea de negocio, es muy importante que tenga las siguientes características:

- **Que sea rentable.** Por muy buena que sea nuestra idea, no podremos ponerla en práctica si no es rentable, es decir, si no nos da beneficios económicos.
- **Que ofrezca algún tipo de valor añadido.** Nuestro producto tiene que ofrecer algo que atraiga a los clientes, algo que satisfaga sus necesidades o que haga su vida mejor de alguna manera.
- **Diferencia con competencia.** Al iniciar un proyecto empresarial es imprescindible tener en cuenta a los competidores, ya que, si no mejoramos en nada lo que ofrecen otras empresas, no atraeremos usuarios.
- **Que cubra necesidades de la población.** Al crear una idea de negocio es fundamental pensar qué necesitan los potenciales clientes y cómo podemos satisfacer esa necesidad lo mejor posible.

Si nuestra idea es muy buena en abstracto, pero en el momento y en el lugar en los que iniciamos el proyecto, no hay demanda de ese producto nuestra empresa no será viable.

- **Que sea factible de realizar.** Es decir, que económicamente y legalmente pueda llevarse a cabo. No nos sirve de nada tener una gran idea que conlleva un desembolso de dinero que no podamos realizar o que implique pedir unos permisos que sabemos que no podremos conseguir.



Fig.5. Idea de negocio.

/ 6. Técnicas para crear ideas de negocio

Una idea de negocio, no surge de la nada, normalmente lleva un proceso mediante el que la persona que quiere emprender llega a esa idea. Las más importantes y características son los siguientes:

- **Identificar un segmento de mercado atractivo.** Muchas veces, puede ayudar fijarse en un tipo de clientes en concreto (por ejemplo, personas de 20 años a los que le guste las actividades en el medio natural y que sean de un municipio en concreto) y ya a partir de ahí desarrollar qué necesidades tienen esos clientes y cómo podemos llegar a ellos.
- **Observación del entorno.** Puede ser muy útil, ver qué negocios funcionan mejor en la zona en la que estás y escuchar qué necesidades tienen las personas de tu alrededor.
- **Hobbies.** Muchas veces es más fácil crear una idea de negocio sobre lo que conocemos y nos gusta. Por eso, podemos emprender en torno a algo relacionado con una afición que tengamos.
- **Experiencia personal.** Otra posibilidad es crear un negocio en un ámbito en el que hayamos trabajado. Así, podemos utilizar la experiencia y los conocimientos adquiridos para aplicarlos a nuestro futuro proyecto.



- **Modificar algo que ya exista.** En los últimos años, la gran mayoría de las ideas de negocio son modificaciones sobre productos que ya están en el mercado. Por ejemplo, los teléfonos móviles.
- **Darle a un producto un uso nuevo.** Muchas veces, podemos comercializar productos que ya existen dirigiéndonos a otros segmentos de la población y dándole un uso distinto. Por ejemplo, el queso untable comenzó a utilizarse en repostería en los últimos años.



Fig.6. El teléfono móvil es un producto que ha ido modificándose poco a poco.



Enlaces de interés...

En el siguiente [enlace](#) encontrarás una web donde puedes ampliar conocimientos de las técnicas creativas actuales para generar nuevas ideas de negocios.

/ 7. Cómo definir y presentar una idea de negocio

Una idea de negocio no va a dejar nunca de ser una idea si no la plasmamos en un documento. Esto, la definición y presentación de la idea, es un paso fundamental para comenzar a darle forma a nuestro futuro proyecto empresarial.

Muchas veces es necesario para poder mostrar lo que queremos hacer a futuros inversores, o financiadores. Estas son algunas de las **técnicas para definir y presentar nuestra idea de negocio**:

1. **Realizar un mapa conceptual.** Puede ser muy útil plasmar en un documento cuál es la parte central de tu idea e ir relacionándolo con los distintos elementos vinculados a ella. De esa forma, podemos ver en un vistazo todo lo referente a nuestra idea de negocio.
2. **Describir la propuesta de valor de la idea.** Esto es desarrollar todo lo que hace que tu idea de negocio sea diferente a la del resto de empresas, lo que nos diferencia, y que no aportan otros.
3. **Enumerar las ventajas competitivas.** Otra técnica útil es hacer una lista comparando tu idea con la de otras empresas competidoras, destacando todo aquello que tiene nuestra idea que no tenga el resto.
4. **Detallar cada requisito necesario.** Hacer una lista con cada una de las cosas que necesitaríamos para poner en marcha el proyecto puede ayudarnos para verlo todo con más claridad y hacer la idea más tangible. Ahí podemos incluir: materiales, permisos, recursos humanos, locales...
5. **Ponerle nombre a la idea.** Ponerle un nombre provisional a la idea nos puede ayudar a hacer más real nuestro proyecto, aunque en un futuro podamos cambiarlo.
6. **Lienzo de propuesta de valor.** Es una herramienta que nos permite concretar cómo vamos a satisfacer las necesidades de nuestros *early adopters*, es decir, nuestros clientes más potenciales, los primeros que seguramente, van a consumir nuestros productos.



Video 1. "Modelo Canvas"

<https://bit.ly/3tdMMSw>



Audio 1. "Herramientas para comunicar una idea de negocio"

<https://bit.ly/3fQ5yeT>





/ 8. Caso práctico 2: “La cuchara de José Manuel”

Planteamiento: José Manuel es cocinero y lleva mucho tiempo dándole vueltas a montar un restaurante en su barrio. Sin embargo, necesita estar seguro de que ese negocio pueda ser viable y tenerlo todo más claro de cara a ponerse a trabajar en lo necesario para hacerlo realidad.

Nudo: ¿Qué puede hacer José Manuel para plasmar su idea de negocio? ¿cuál puede ser la mejor forma para hacerlo teniendo en cuenta su objetivo?

Desenlace: José Manuel debe utilizar algunas de las técnicas para definir una idea de negocio, de forma que pueda ver claramente todos los elementos del posible proyecto y analizar mejor si sería un negocio viable. En primer lugar, puede realizar un mapa conceptual, en el que la idea sobre montar el restaurante esté en el centro y todos los elementos necesarios para llevarlo a cabo estén alrededor. También puede enumerar todas las ventajas que tendría su negocio con respecto al resto. Por último, podría realizar un lienzo de propuesta de valor con el que tener una visión de conjunto sobre su idea de negocio.

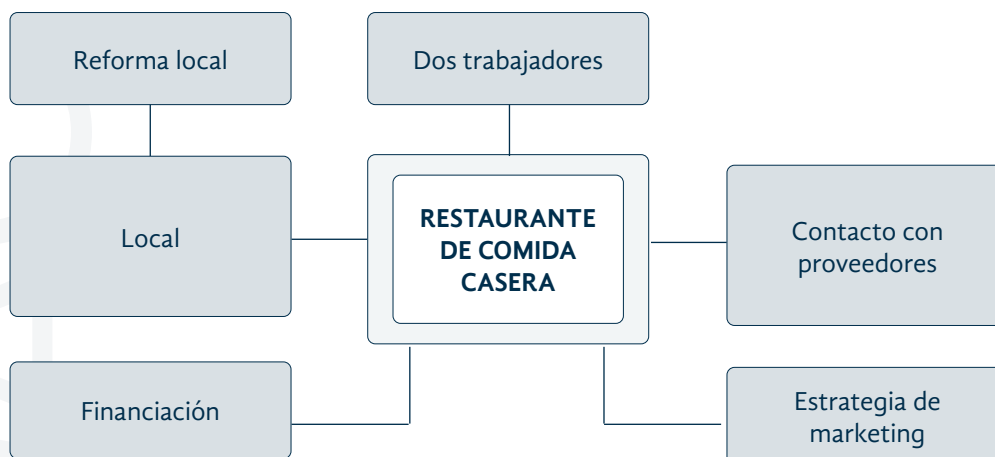


Fig.7. Mapa conceptual de la idea de negocio de José Manuel.



Enlaces de interés...

En el siguiente enlace encontrarás una herramienta para crear mapas conceptuales: <https://www.lucidchart.com/pages/es/ejemplos/mapa-conceptual>

/ 9. Fuentes de investigación comercial

La investigación comercial es una técnica muy utilizada a la hora de iniciar un proyecto empresarial o de darle forma a una idea de negocio. Consiste en recopilar la mayor cantidad de información sobre un tipo de producto, hábitos y necesidades de los potenciales clientes a los que podría interesarle, precios del mercado, etc.

Esta investigación es fundamental a la hora de tomar decisiones en relación con nuestro negocio. Se emplea tanto en la creación de nuevas empresas como en empresas ya consolidadas que sacan al mercado nuevos productos.



Es muy interesante realizar una investigación comercial por los siguientes motivos:

- **El emprendedor tiene más información para poder tomar decisiones más acertadas.** Conocer el entorno en el que vamos a implementar nuestra idea de negocio clave para que esa idea pueda tener éxito, así como, conocer el mercado y competencia.
- Es una técnica muy eficaz que permite **una gran cantidad de métodos**, por ejemplo, la observación o el análisis.
- Buscar información para nuestra idea de negocio puede hacer que, al mismo tiempo, encontremos **datos interesantes relacionados con otra posible idea**.
- **Reduce los fracasos**, y nos permite mediante el análisis de los resultados de la investigación identificar si estamos en el momento idóneo para lanzar nuestro producto o conocer la opinión de los clientes sobre el mismo, y hacer los cambios necesarios para conseguir el cumplimiento de los objetivos empresariales establecidos.



Audio 2. "Tipos de investigación comercial"

<https://bit.ly/3mow54v>



/ 10. Resumen y resolución del caso práctico de la unidad

En esta unidad hemos conocido qué es el emprendimiento y la importancia que éste tiene en una sociedad a distintos niveles. Además, hemos aprendido que la innovación es un factor a tener en cuenta en el emprendimiento.

Por último, hemos identificado qué es una idea de negocio, de dónde puede surgir y cómo debemos plasmarla en un documento para confirmar su viabilidad o para mostrarla a futuros inversores o financiadores.

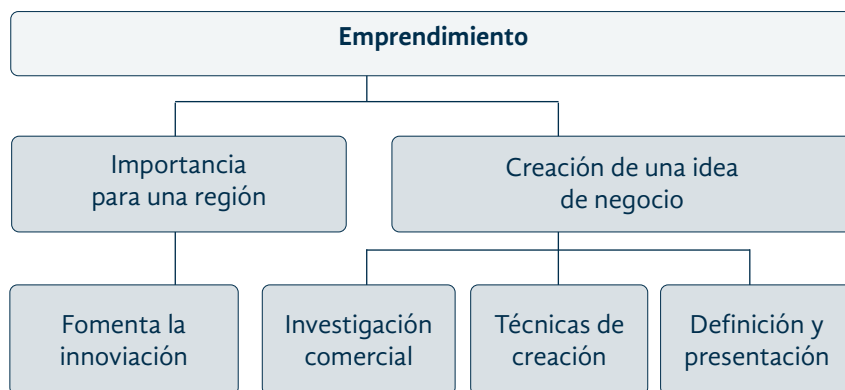


Fig.8. Esquema resumen del tema.

Resolución del caso práctico de la unidad

Para emprender, lo primero que deben hacer Ana y Héctor es tener una idea de negocio. En este caso, está muy bien pensando que sea relacionado con su experiencia profesional, ya que eso les ayudará a conocer mejor sus productos y el mercado.



Además, esa idea debe tener algún tipo de innovación o algo que la haga diferente a las empresas competidoras del ámbito de la sanidad y que satisfaga las necesidades de los clientes.

Les será muy útil hacer una investigación comercial para averiguar los gustos y costumbres de los potenciales clientes y así concretar una idea de negocio lo más rentable posible. Una vez Ana y Héctor como emprendedores tengan clara esa idea, deben darle forma en un documento con alguna de las técnicas que existen, por ejemplo, un mapa conceptual y creando un plan de empresa donde determinen pasos principales para identificar, analizar y plasmar su oportunidad de negocio.

/ 11. Bibliografía

Curto, M. (2012). *Los emprendedores sociales: la innovación al servicio del emprendedor social*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, 13.

Moreira, P; Urriolagoitia, L (2011). *El emprendimiento social*. Revista española del tercer sector, 17, 17-40.

Loogic. Recuperado de: (<https://loogic.com/>)

Diario de emprendedores. Recuperado de: (<https://diariodeemprendedores.com/>)

Tentulogo. Recuperado de: (<https://tentulogo.com/blog-emprendedores/>)