

# Unidad 1: Quiero crear mi propia empresa

Docente: Uwe Schneider i Jiménez  
**Empresa e iniciativa emprendedora**



# Contenido

1. El autoempleo.
2. La cultura emprendedora.
3. Actitudes y aptitudes del empresario.
4. La idea de negocio.

# 1. El autoempleo.

El **autoempleo** es la actividad profesional o empresarial generada por una persona, que la ejerce de forma directa por su cuenta y riesgo.

A raíz de los profundos **cambios sociales y económicos** que se están produciendo en nuestra sociedad, el autoempleo y la creación de empresas se consolidan cada vez más como uno de los principales motores de generación de empleo. Las **relaciones de trabajo** están sufriendo una gran transformación debido a diferentes factores:

Nuevas oportunidades de desarrollo de negocio en **Internet**.

Elevado **desempleo** en determinados sectores.

Descenso del empleo público, debido a los **recortes presupuestarios**.

Aumento de la **subcontratación** en las grandes empresas.

Todo ello conduce a que la promoción de **iniciativas empresariales**, entre ellas el autoempleo, se considere como un factor clave del crecimiento económico.

El **autoempleo** y el **emprendimiento** son conceptos muy ligados. Las personas con iniciativa empresarial cuentan con la posibilidad de emprender proyectos profesionales que les permitan desarrollar sus capacidades y generar ingresos.

## 2. La cultura emprendedora.

La cultura emprendedora está ligada a la iniciativa y a la acción, a la capacidad de innovar y de crear y a la voluntad de probar cosas nuevas o de hacerlas de manera diferente.

La **cultura emprendedora** se compone de las cualidades, habilidades y conocimientos que poseen las personas para gestionar su propio proyecto o itinerario profesional o para crear su propio negocio como una alternativa —y no solo como última salida— al trabajo por cuenta ajena.

El espíritu emprendedor implica una actitud general que puede ser de utilidad en el desarrollo de cualquier actividad profesional e, incluso, en la vida cotidiana.

## 2. La cultura emprendedora.

### A. Cualidades de las personas emprendedoras

Las personas dotadas de espíritu emprendedor suelen poseer las siguientes **cualidades**:

**Creatividad.** Inquietud mental, adopción de nuevas perspectivas ante los problemas, pensamiento innovador, crítico e independiente, etc.

**Iniciativa.** Adelantarse a los demás o a circunstancias y hechos ajenos para llevar a cabo proyectos personales. Supone conocer el mundo que nos rodea y actuar de forma consciente creando nuestro propio futuro.

**Responsabilidad.** Toma de decisiones, estimación de los riesgos, valoración de las energías y capacidades de que se dispone, asunción de los propios errores y valoración de los aciertos, etc.

**Asunción de riesgos.** Atreverse a llevar a cabo las propias ideas a pesar del riesgo y de la incertidumbre.



**Autonomía.** Ser capaces de actuar sin necesidad de supervisión de nuestros superiores. Tomar nuestras propias decisiones calibrando los riesgos inherentes a ellas. El autoconocimiento personal y la formación nos permitirán ser más autónomos, resolutivos y eficaces.

**Competencias sociales.** Cooperación, previsión, trabajo en equipo, asunción de nuevos papeles, capacidad de organización y gestión, facilidad para resolver conflictos y negociar, inteligencia emocional, habilidades de dirección o *management*, asertividad, empatía, etc.

**Competencias personales.** Confianza en uno mismo, motivación para actuar, constancia y tenacidad, voluntad de aprender de forma autónoma, capacidad de observación y previsión, perseverancia, flexibilidad, autoestima, resiliencia, liderazgo, proactividad, etc.

## 2. La cultura emprendedora.

### B. Empleados emprendedores: el intraemprendimiento

La iniciativa emprendedora no se debe considerar únicamente como un medio para crear una empresa, sino como una **actitud general ante la vida**, tanto cotidiana como profesional.

Existen trabajadores que generan nuevas ideas, que en muchas ocasiones la empresa debe saber identificar como oportunidades para incrementar su negocio y rentabilidad. Este tipo de empleados comprometen su tiempo y conocimientos en investigar, buscar y crear valor añadido en nuevos productos, servicios y procesos. Contar con sus sugerencias y saber reconocer su esfuerzo facilita el crecimiento y la generación de beneficios a largo plazo.

Las empresas inteligentes quieren que sus empleados se conviertan en intraemprendedores porque contribuyen al crecimiento del negocio y les permite obtener ventajas competitivas en su sector.

Los **intraemprendedores** son los empleados que, desde su puesto de trabajo en una empresa de la que no son propietarios, desarrollan y ponen en práctica sus cualidades emprendedoras en beneficio de la empresa para la que trabajan.

## 2. La cultura emprendedora.

### B. Empleados emprendedores: el intraemprendimiento

Estos trabajadores constituyen un **factor decisivo** para cualquier empresa, y cada vez son más las compañías que los recompensan, ya sea con asignaciones económicas, como con reconocimiento personal, premios a la innovación, ascensos, etc.

Las **características** de los intraemprendedores son las siguientes:

Tienen **espíritu emprendedor**.

Mantienen una **actitud creativa e innovadora**.

Manifiestan **voluntad de superación**.

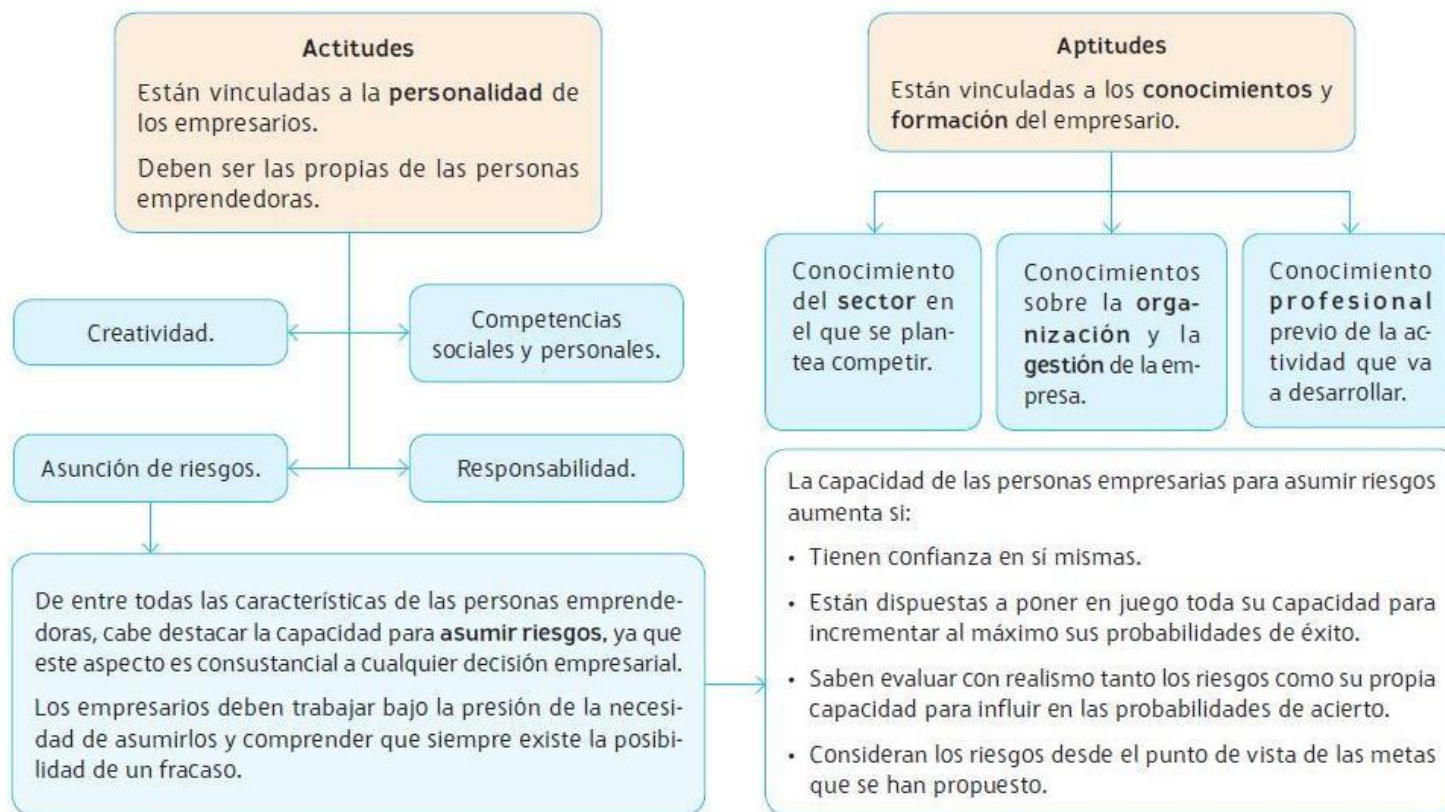
Son **constantes** y se dedican al desarrollo del proyecto de la empresa.

Tienen disposición para el **trabajo en equipo** y capacidad de **comunicación y liderazgo**.



### 3. Actitudes y aptitudes del empresario.

Empresarias y empresarios, preferiblemente, deben poseer las **aptitudes** y **actitudes** necesarias para iniciar una actividad empresarial





### 3. Actitudes y aptitudes del empresario.

El **empresariado** está integrado por personas capaces de identificar una necesidad, reunir los recursos precisos y emprender una actividad para satisfacer la necesidad identificada obteniendo beneficios económicos.

Para emprender con éxito una **actividad empresarial**, hay que partir de tres **requisitos básicos**:



### 3. Actitudes y aptitudes del empresario.

#### *Consecuencias de ser una persona empresaria*

Ser emprendedores constituye una cualidad fundamental de empresarios y empresarias, así como poseer las capacidades de organización, gestión e innovación. Los empresarios deberán tomar **decisiones** de resultado incierto, evaluando las posibilidades de beneficio en relación con las posibilidades de pérdida.

Por tanto, emprender un proyecto empresarial comporta una serie de **ventajas** e **inconvenientes** que es preciso tener en cuenta antes de ponerlo en marcha:

#### **Ventajas**

- Satisfacción de luchar y trabajar por algo propio.
- Creación de empleo, riqueza y bienestar social.
- Posibilidad de desarrollar libremente las iniciativas propias.
- Obtención de prestigio social y reconocimiento profesional.
- Posibilidad de aprender continuamente.



#### **Inconvenientes**

- Asumir riesgos económicos y personales.
- Dedicación de todo tu tiempo, incluso el de ocio.
- Responsabilidad a la hora de resolver los problemas.



## 4. La idea de negocio

El punto de partida de un proyecto empresarial es la idea de negocio que el emprendedor puede ser capaz de generar.

La **idea de negocio** es el producto o servicio que se pretende ofrecer en el mercado.

Pero para emprender no es suficiente con tener una buena idea de negocio: es necesario evaluarla y comprobar su viabilidad. Los aspectos clave que determinarán si una idea de negocio resulta viable son los siguientes:



## 4. La idea de negocio

### 4.1. La creatividad y la innovación

La creatividad es una cualidad que contribuye a la generación de ideas que originan productos o procesos innovadores. Sin embargo, ser creativo no significa necesariamente ser innovador.

#### A. El origen de una idea innovadora

Las **ideas innovadoras**, por tanto, son aquellas que incorporan un elemento que las diferencia de lo que existe hasta ese momento en el mercado. Esta innovación puede provenir de orígenes muy diversos y combinarse para dar lugar a una idea de negocio nueva.

Algunas formas de buscar ideas innovadoras para desarrollar pueden ser las siguientes:

Percibir una **necesidad** no satisfecha.

Añadir un **factor diferenciador** a un producto o servicio ya existente o mejorar un proceso productivo.

Innovar en **tecnología**.



Aprovechar la **propia** formación o experiencia.

Repetir **experiencias** ajenas.

Buscar referencias en **Internet**.

## 4. La idea de negocio

### 4.1. La creatividad y la innovación

#### B. ¿Cómo saber si mi idea es válida?

El éxito de la empresa dependerá de la **originalidad** y **utilidad** de la **idea de negocio**, de las necesidades que pueda satisfacer y de los huecos de mercado que pueda cubrir.

Por ello, es necesario efectuar un **estudio inicial** sobre las posibilidades que ofrece el mercado, detectar los huecos existentes, conocer las fuentes donde obtener la información sobre las posibles oportunidades de negocio y llevar a cabo un gran despliegue de imaginación para que nuestra empresa pueda tener mayores posibilidades de éxito, pero sin dejar de lado la prudencia que debe guiar todo proyecto empresarial.

Así, para saber si una idea de negocio es válida, es preciso formularse algunas **preguntas clave**:



## 4. La idea de negocio

### 4.2. La innovación y el desarrollo económico

En un principio, este factor era la tierra dedicada a la agricultura. Con la llegada de la Revolución Industrial, los recursos energéticos pasaron a ser el fundamento de la riqueza. En la actualidad, el papel de motor del desarrollo lo ocupan el **conocimiento**, que genera avances tecnológicos, y la **innovación**.

#### A. Investigación, desarrollo e innovación

Más conocido por su sigla I+D+i, este concepto abarca los siguientes factores:

- La **investigación** comprende el conjunto de actividades encaminadas a la obtención de nuevos conocimientos, normalmente de carácter científico o técnico. Genera como resultado nuevas teorías, hipótesis y principios que pueden ser empleados en diferentes sectores.
- Cuando se aplican estos nuevos conocimientos a un producto, técnica, procedimiento o dispositivo concreto, se está poniendo en práctica el concepto de **desarrollo**.
- Finalmente, si la línea de desarrollo aplicada es viable y alcanza el éxito, da como fruto una **innovación**, que es el producto, servicio o técnica nuevos susceptibles de producirse en masa.



## 4. La idea de negocio

### 4.2. La innovación y el desarrollo económico

#### B. El desarrollo integrado

El **desarrollo** no debe entenderse únicamente en **términos económicos**, sino también desde una perspectiva más amplia, enfocada hacia la **calidad de vida de las personas** que conviven en el territorio donde se ubican las empresas. Así, el **desarrollo integrado** busca compatibilizarla **competitividad económica**, el **bienestar social** y la **sostenibilidad ambiental**.

**Desarrollo económico.** Consiste en la capacidad de los países o regiones para fomentar la creación de riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad económica de sus habitantes.

**Desarrollo social.** Abarca los procesos que conducen a la mejora de las condiciones de vida de la población en diferentes ámbitos, como salud, educación, vivienda, etc.

**Desarrollo sostenible.** Está relacionado con la satisfacción de las necesidades de la presente generación sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

## 4. La idea de negocio

### 4.3. ¿Cómo podemos innovar?

Ya hemos visto que la innovación tiene lugar cuando se crean nuevos productos o servicios, o se mejoran los ya existentes. Sin embargo, los cambios innovadores también pueden ir ligados a las siguientes cuestiones:

- La aplicación del **conocimiento científico** a la organización de la actividad de la empresa en los procesos de producción, gestión, comercialización, etc.
- La aplicación de **nuevos conocimientos y tecnología** para promocionar los productos o servicios, que pueden ser desarrollados internamente, con colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología.



## 4. La idea de negocio

### 4.3. ¿Cómo podemos innovar?

#### A. Innovación en el producto

Implica la creación de un nuevo producto o bien añadir a uno ya existente alguna característica que lo haga diferente.

Las innovaciones de producto pueden ser de dos tipos:

- **Innovación total.** Cuando se crea un producto nuevo que no existía en el mercado.
- **Aportaciones nuevas al producto.** Se da en los casos en los que se mejora un producto ya existente.

La mayor parte de las innovaciones en los productos consisten en mejoras o añadidos a otros ya existentes.

Se puede destacar el caso de Apple Inc., con la salida al mercado del **iPhone** y del **iPad**. El lanzamiento de estos productos supuso un antes y un después en el mercado de la telefonía móvil y de los dispositivos portátiles. Sus posteriores actualizaciones o mejoras también son casos de innovación en el producto.

## 4. La idea de negocio

### 4.3. ¿Cómo podemos innovar?

#### B. Innovación en el proceso

Consiste en la introducción de una manera diferente de realizar las cosas.

Se aplica tanto a los sectores de **producción** como a los de **distribución**. Se puede conseguir innovar introduciendo cambios significativos en las técnicas, los materiales o los programas informáticos empleados.

Este tipo de innovación está orientada a la disminución de los costes de producción o distribución, a mejorar la calidad o a la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.

El **ejemplo** por excelencia de innovación en el proceso es el que aplicó Henry Ford en su fábrica de automóviles de Detroit en 1910. Por primera vez se implementaba la llamada «**cadena de montaje**» al sector automovilístico. Antes de este hito, los automóviles se producían unidad a unidad y su manipulación era pesada y costosa, por lo que también el coste del producto resultaba muy elevado.

## 4. La idea de negocio

### 4.3. ¿Cómo podemos innovar?

#### C. Innovación en marketing

Consiste en la introducción de un método de comercialización no utilizado antes por la empresa. Pueden derivar en **cambios significativos** en el **diseño**, el **envasado**, el **posicionamiento** o la **promoción**, y su objetivo es aumentar las ventas.

Algunas de las actuaciones encaminadas a realizar este tipo de innovación son la implementación de nuevos canales de venta, como el desarrollo de franquicias o la venta directa, las modificaciones en la forma de presentar el producto o la modificación en la comunicación, como los sistemas de fidelización o la personalización de la relación con el cliente.

Existen diferentes formas de innovar en marketing, desde nuevas formas de empaquetar el producto (*packaging*), pasando por estrategias en el precio y en la comercialización, hasta la forma de promocionar o comunicar el producto.

Algunos **ejemplos** de innovación en marketing pueden ser los siguientes:

- La marca deportiva Puma innovó presentando sus productos en cajas reciclables.
- IKEA presenta sus productos recorriendo salas de exposición (*salesrooms*), donde se muestran tal y como podemos verlos en nuestra casa.

## 4. La idea de negocio

### 4.3. ¿Cómo podemos innovar?

#### D. Innovación en la organización de la empresa

Consiste en la introducción de **cambios** en las **prácticas** y **procedimientos** de la empresa o modificaciones en el **lugar de trabajo**.

La actualización de la gestión del conocimiento también se encuadra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad.

Las últimas innovaciones de los procesos que están adoptando las empresas están relacionadas con la implementación de las nuevas tecnologías en el ámbito de la gestión y en la forma de hacer llegar el servicio a los clientes. Por **ejemplo**, existe un software específico que ayuda a gestionar los procesos internos —como los CRM (*Customer Relationship Management*, o *gestión de relaciones con clientes*), o los sistemas de gestión documental—, y la difusión del comercio electrónico ha permitido que las empresas den servicio a sus clientes a través de plataformas de pago, servicios de gestión *on-line*, etc.

## 4. La idea de negocio

### 4.4. El proceso de valoración de la idea de negocio

Para evaluar si una idea de negocio es válida y viable se deben seguir los siguientes pasos:

- 1 **Estudio inicial.** Para que nuestra empresa pueda tener éxito es necesario efectuar un análisis previo de las posibilidades que ofrece el mercado, los huecos existentes y las fuentes de información sobre las posibles oportunidades de negocio, y realizar un gran despliegue de imaginación.
- 2 **Fase de consulta.** Mientras se está gestando la idea, debemos buscar apoyo, formación o asesoramiento por parte de expertos de confianza. Habrá que resolver los problemas técnicos, como asegurarnos de que la normativa vigente nos va a permitir sacar al mercado el producto o servicio que deseamos, y que este se podrá materializar a un coste competitivo. Una vez mejorado el proyecto, habrá que buscar las opiniones de los posibles proveedores y clientes, de los organismos oficiales y de los servicios de apoyo, información y asesoramiento oficiales.

## 4. La idea de negocio

### 4.4. El proceso de valoración de la idea de negocio

Para evaluar si una idea de negocio es válida y viable se deben seguir los siguientes pasos:

- ③ **Análisis de la acogida.** Debemos evaluar la aceptación que ha tenido la idea. Podemos distinguir entre:
  - **Acogida positiva.** La viabilidad es grande, aunque no debemos olvidar que hay que actuar con cautela, profundizar en el proyecto y definirlo minuciosamente antes de ponerlo en práctica.
  - **Acogida moderada.** Tendremos en cuenta las reacciones suscitadas tomando buena nota de las que nos sean favorables y de las que nos den ideas para mejorar. Debemos reestructurar el proyecto y, una vez hecho esto, volver a consultar.
  - **Acogida negativa.** Habrá que mejorar sustancialmente el proyecto o cambiarlo por completo. Siempre será mejor esto que el fracaso.
- ④ **Toma de decisiones.** En función de la acogida descrita en la fase anterior, pueden contemplarse tres escenarios distintos: mantener la idea de negocio tal y como había sido concebida, modificarla parcialmente en mayor o menor grado, dependiendo de las sugerencias y el *feedback* que se ha recogido, o bien abandonar el proyecto y optar por otras alternativas diferentes.
- ⑤ **Puesta en práctica.** Implementar definitivamente la idea e iniciar el negocio.