



EMPRESA E INICIATIVA EMPREENDEDORA

2° DESARROLLO DE APLICACIONES MULTIPLATAFORMA



TEMA I: QUIERO CREAR MI PROPIA EMPRESA

- EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA.
- LA CULTURA EMPRENDEDORA.
- ¿QUÉ SIGNIFICA SER EMPRESARIO?
- LA IDEA DE NEGOCIO.


I. EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA

- A raíz de los **profundos** cambios sociales y económicos que se están produciendo en nuestra sociedad, la **creación de empresas** se consolida 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 que hasta hace poco empleaban a gran cantidad de trabajadores.
 - **Descenso del empleo público**, debido a los recortes presupuestarios.

- **Aumento de la subcontratación** en las grandes empresas.
- Todo ello nos conduce a que la **promoción** de las iniciativas empresariales, entre ellas el **autoempleo**, se considere como un **factor clave del crecimiento económico**.

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

- El **autoempleo** y el **emprendimiento** son conceptos muy ligados que adquieren especial relevancia como alternativa al trabajo por cuenta ajena, ya que ofrece a las personas con iniciativa empresarial la posibilidad de iniciar proyectos profesionales que les permitan desarrollar sus capacidades e iniciarse en la vida laboral.

- 
- **El autoempleo contribuye así a la mejora general de la economía de un país o de una zona concreta.** La creación de una empresa no repercute únicamente en los emprendedores que crean su propio empleo, sino que además influye en la **generación e incremento del tejido empresarial**, en la creación de **nuevos puestos de trabajo** y en el **desarrollo social**, ya que produce beneficios, paga impuestos, cotiza a la Seguridad social, etc.
 - **El autoempleo es una vía de incorporación al mercado laboral alternativa al trabajo por cuenta ajena, aunque también puede ser compatible con este.** Como veremos más adelante, **es importante promover la iniciativa empresarial**, es decir, la **cultura emprendedora**, fomentando el desarrollo de cualidades personales como la creatividad, la responsabilidad o la asunción de riesgos; así como sensibilizar a las personas para que comprendan que, además de ser empleados, también pueden ser empresarios y, finalmente, ofrecer una **formación o cualificación empresarial adecuadas**, necesarias para poner en marcha una nueva empresa.

2. LA CULTURA EMPRENDEDORA

- La **cultura emprendedora** está estrechamente 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 los individuos 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** no debe considerarse únicamente como la capacidad de una persona para crear una empresa, sino como una **actitud general** que puede ser de utilidad en el desarrollo de cualquier actividad profesional e incluso en la vida cotidiana.

A. CUALIDADES DEL EMPRENDEDOR

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

Creatividad. Inquietud mental, adopción de nuevas perspectivas ante los problemas, pensar de manera innovadora, crítica e independiente, etc.

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

Competencias sociales. Cooperación, previsión, trabajo en equipo, asunción de nuevos papeles, capacidad de organización y gestión, liderazgo, planificación, etc.





Competencias personales. Confianza en uno mismo, motivación para actuar, resolución, constancia y tenacidad, voluntad de aprender de forma autónoma, capacidad de observación y previsión, perseverancia, tolerancia a la frustración, etc.

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

- Como veremos más adelante, **estas capacidades se pueden desarrollar tanto en los empresarios como en los trabajadores de las empresas.**

- Para que la **cultura emprendedora** y la **iniciativa empresarial** se instalen en la sociedad y reviertan en beneficios generales para el conjunto de la economía, **se debe fomentar**:
 - La sensibilización de las personas en cuanto al **trabajo por cuenta propia como opción profesional**: además de empleado, se puede ser empresario.
 - **La formación empresarial necesaria** para poner en marcha una nueva empresa.
- **Hay personas cuyo carácter es de natural emprendedor**; todos tenemos algún conocido que siempre tiene la ocurrencia oportuna en el momento concreto, que se atreve a arriesgar, que tiene capacidad para mediar en los conflictos, etc. **Sin embargo, las capacidades emprendedoras también se pueden adquirir fomentando y formándose en las actitudes empresariales.**

B. EMPLEADOS EMPRENDEDORES: EL INTRAEMPENDIMIENTO

- Hemos visto que la **iniciativa emprendedora** no se debe considerar únicamente como un medio para crear una empresa, sino como una **actitud general ante la vida, cotidiana y profesional**.
- **Dentro de las empresas existen trabajadores que desarrollan sus ideas** como oportunidades de negocio rentable, comprometiendo su tiempo y esfuerzo en investigar, crear y moldear esas ideas en negocios para su propio beneficio y para el crecimiento de la empresa en la que prestan sus servicios. Es frecuente referirse a ellos como **intraemprendedores, intraempresarios o empresarios internos**. 
- Estos trabajadores son un factor decisivo para cualquier empresa y cada vez son más las que les recompensan, bien con asignaciones económicas o reconocimiento personal (por ejemplo, premio a la innovación), ascensos, etc. 

- **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.
- **Las características del intraemprendedor son:**
 - Tener **espíritu emprendedor**.
 - Mantener una **actitud creativa e innovadora**.
 - Tener **voluntad de superación**.
 - Ser **constantes** y dedicarse al **desarrollo del proyecto de la empresa**.
 - Tener disposición para el **trabajo en equipo** y capacidad de **comunicación y liderazgo**.

EJEMPLO I:

- Dos ejemplos de intraemprendimiento son los casos de **Yuri Jain**, en la empresa **Unilever**, que ha sido capaz de impulsar un sistema de purificación de agua potable del que se han vendido millones de unidades en India, o el caso de **Colin Harrison**, en **IBM**, que ha creado aplicaciones tecnológicas para desarrollar ciudades más saludables.
- En España, dos grandes empresas como **Gas Natural Fenosa** y **Telefónica** han desarrollado **galardones e iniciativas internas** para que los empleados puedan presentar sus proyectos, en los que la consistencia, la innovación y la viabilidad son los criterios de selección de los ganadores.
- Como compensación se les ofrece premios en metálico, horas libres para dedicarlas al proyecto, etc.

3. ¿QUÉ SIGNIFICA SER EMPRESARIO?

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

Una **idea** válida

Un **capital** inicial

Conocimientos profesionales
y de gestión empresarial



+



+



Un **empresario** es una persona capaz de identificar una necesidad, reunir los recursos precisos y emprender una actividad para satisfacer la necesidad identificada obteniendo beneficios económicos.

A. ACTITUDES Y APTITUDES

El empresario, preferiblemente, debe poseer las actitudes y aptitudes necesarias para iniciar la actividad empresarial:

- Entre las **actitudes**, deben encontrarse las propias de las personas emprendedoras, que ya hemos visto (**creatividad, asunción de riesgos, responsabilidad y competencias sociales y personales**).

- En cuanto a las **aptitudes**, cabe destacar la necesidad de partir de un **conocimiento profesional previo de la actividad** que va a desarrollar y del sector en el que se plantea competir. Además de esto, el ejercicio de la actividad empresarial requiere unos **conocimientos sobre la organización y la gestión de la empresa**.

Las actitudes del empresario están vinculadas a la persona emprendedora, mientras que la falta de aptitudes o de conocimientos podría complementarse mediante la contratación de especialistas, la búsqueda de socios o la subcontratación de servicios externos.

B. ASUMIR RIESGOS

- **De entre todas las características del emprendedor, cabe destacar la capacidad para asumir riesgos, ya que este aspecto es consustancial a cualquier decisión empresarial, si bien los riesgos deben ser calculados.**

Ser empresario significa **correr riesgos**, por lo que debe trabajar bajo la presión de la necesidad de asumirlos y comprender que siempre existe la posibilidad de un fracaso.

- Existe riesgo cuando se tienen dos o más posibilidades entre las que se puede optar, sin conocer de antemano los resultados a los que conducirá cada una de ellas. Todo riesgo encierra la posibilidad de ganar o de perder; cuanto mayor sea la posible pérdida, tanto mayor será el riesgo asumido.



C. CONSECUENCIAS DE SER EMPRESARIO

- **El empresario deberá tomar decisiones de resultado incierto, evaluando las posibilidades de beneficio en relación con las posibilidades de pérdida.**

- **Ahora bien, en la disposición a aceptar posibles pérdidas influye tanto la capacidad psicológica de asumirlas como la capacidad patrimonial para afrontarlas.**

Por ejemplo: no es lo mismo perder 20.000 € para quien posee un patrimonio de un millón de euros que para quien posee 50.000 €. Tampoco es lo mismo no triunfar en un negocio cuando se poseen varias empresas que cuando se tiene una sola, en la que hemos invertido todo nuestro patrimonio y dedicación.

- **Por tanto, ser empresario comporta una serie de ventajas e inconvenientes que es preciso tener en cuenta antes de emprender un negocio, ya que el reto va a demandar el esfuerzo personal del empresario.**

↑ Ventajas

- La motivación de trabajar para uno mismo.
- Creación de empleo, riqueza y bienestar social.
- Satisfacción de luchar y trabajar por algo propio.
- Posibilidad de desarrollar libremente tus iniciativas.
- 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.

- **Ser emprendedor es una cualidad fundamental del empresario, así como la innovación y la capacidad de organización y gestión.** Igualmente, los trabajadores con visión empresarial son un factor determinante para las empresas inteligentes.

CASO PRÁCTICO I:

- **Juan y María están interesados en montar una empresa dedicada al desarrollo de aplicaciones web.**
- **Disponen de unos ahorros conseguidos por haber trabajado en una empresa de desarrollo web y están valorando la posibilidad de solicitar financiación en un banco.**
- **Mientras elaboran su plan empresarial se preguntan: ¿qué requisitos básicos debemos analizar para emprender la actividad?, ¿disponemos de ellos?**

Solución:


Tras analizar los requisitos básicos consideran que están en condiciones de seguir adelante con la idea, pues:

- Tienen una **idea válida, innovadora y útil**: diseñar aplicaciones web.
- El **capital inicial** lo afrontarían con unos **ahorros personales** procedentes del tiempo que han trabajado para una empresa del sector **y acudiendo a un banco** para procurar que financie su inversión.
- Los **conocimientos profesionales** los han adquirido con la formación recibida en la materia y la **experiencia profesional** previa en la empresa de desarrollo de aplicaciones web.

4. LA IDEA DE NEGOCIO

- El punto de partida de un proyecto empresarial es la idea de negocio que un emprendedor puede ser capaz de generar.
- Existen dos aspectos clave que determinarán si una **idea es válida**, pues no todas las ideas tienen éxito. Estos dos factores clave son:
 - **Utilidad de la idea**
 - **Innovación que supone.**

4.1. Creatividad e innovación

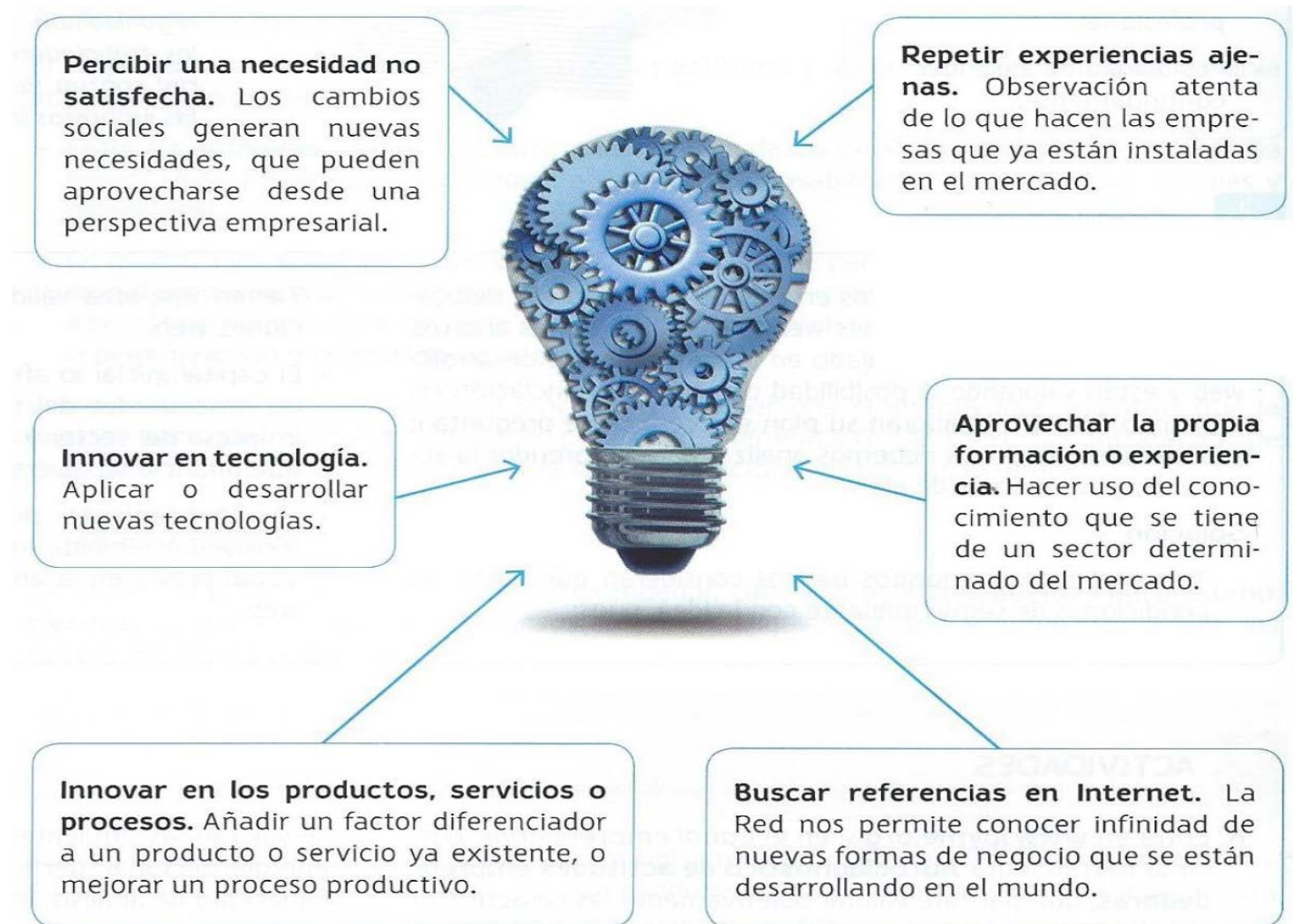
- La **creatividad** es una cualidad que contribuye a la generación de ideas que originan productos o procesos innovadores. Sin embargo, ser creativo no significa necesariamente ser innovador. Se podría decir que la innovación es la creatividad puesta en práctica en un determinado aspecto. Si la **creatividad** es **pensar** cosas nuevas, la **innovación** consiste en **hacer** cosas nuevas. 

La **creatividad** consiste en la capacidad de generar ideas novedosas, mientras que la **innovación** es la implantación de dichas ideas para la creación de un nuevo negocio o el establecimiento de nuevos sistemas de producción de bienes o servicios.

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** pueden ser las siguientes:



B. ¿CÓMO SABER SI MI IDEA ES VÁLIDA?

- El éxito de la empresa dependerá de la originalidad y utilidad de la idea, de las necesidades que pueda satisfacer y de los huecos de mercado que pueda cubrir.
- Por ello, es necesario hacer un **estudio inicial sobre las posibilidades que ofrece el mercado**, detectar los huecos existentes, conocer las fuentes donde poder obtener la información sobre las posibles oportunidades de negocio y hacer un gran despliegue de imaginación para que nuestra empresa pueda tener grandes posibilidades de éxito, pero sin dejar de lado la prudencia que debe guiar a todo proyecto empresarial.

- Así, para **saber si una idea de negocio es válida** es preciso hacerse previamente **cuatro preguntas clave**:
 - ¿Cómo es el **sector** en el que voy a emprender?
 - ¿Qué necesitan los potenciales **clientes**?
 - ¿Qué hace la **competencia**?
 - ¿Cómo puedo **introducir las nuevas ideas**? 
- Por todo ello, hay que hacer una **valoración inicial de la idea**, teniendo en cuenta que esta debe satisfacer alguna necesidad de los futuros clientes y/o añadir algún factor diferenciador a los productos o servicios existentes en el mercado. Estas valoraciones nos ayudarán a decidir el inicio de la aventura empresarial.

CASO PRÁCTICO 2:

- **Carmen y Alberto han decidido crear su propio negocio. Disponen de un local bien ubicado en el que pueden instalarse. Se plantean varias iniciativas: tienda de ropa, comida para mascotas, complementos, etc. Sin embargo, Carmen tiene una idea innovadora: propone un comercio de objetos para zurdos. Se trata de un proyecto que viene madurando desde que, en un viaje a Londres, conoció un negocio de estas características.**
- **A ambos les gusta la idea, pero quieren asegurarse de que podría salir bien antes de emprenderla. ¿Qué análisis básico deberían hacer previamente?**

Solución:

- **En primer lugar deben preguntarse si su idea es útil, y lo sería para un amplio sector de la población.** Según los estudios a los que han tenido acceso, cerca del 30% de la población es zurda, por lo que podrían tener clientela suficiente.
- Después, **deben comprobar en el Ayuntamiento de su ciudad que el mercado está desabastecido de estos productos, ya que no existe un negocio de estas características.** Asimismo, se plantean diseñar su **negocio online**, para conseguir mayor clientela.
- Siguiendo el estudio que habían realizado y analizando esta experiencia en otros países, **satisfacer una necesidad que no se ha cubierto** puede ser el punto de partida de una empresa con grandes posibilidades de éxito.

4.2. Innovación y desarrollo económico

- La **cultura emprendedora** o innovadora, junto con una **organización social adecuada**, componen la base a partir de la cual se desarrolla la **riqueza de una nación**.
- Los otros puntos clave del desarrollo económico son la **formación** de la población y las **infraestructuras** (telecomunicaciones, transporte, etc.).

La **innovación**, por tanto, es un factor clave para el desarrollo económico.

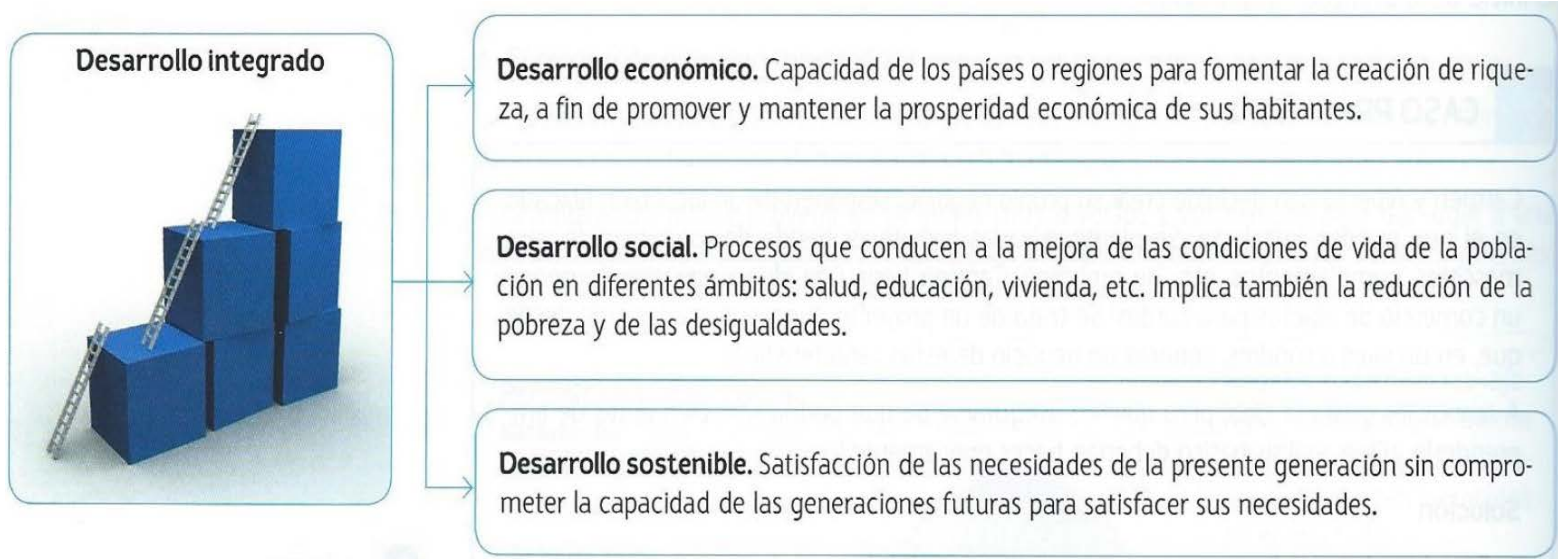
- **A lo largo de la historia, el principal factor generador de riqueza y desarrollo ha ido cambiando:**

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**.

¿Qué es el desarrollo integrado?

- Este 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 hacer compatibles la competitividad económica, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental.**

- **Factores que componen el desarrollo integrado:**



CASO PRÁCTICO 3:

- **Javier y Manuel quieren dar un aire diferente a su taller de mecánica del automóvil. Desean ofrecer un servicio que sea novedoso y diferente, y deciden añadir una particularidad al negocio existente: un espacio en el que el cliente pueda disponer de una zona de trabajo, piezas y herramientas para hacerle pequeñas reparaciones a su propio coche.**

- **Su negocio consiste en asesorar, vender los productos (aceite, piezas, etc.) y cobrar un alquiler por el uso de la maquinaria y de los espacios.**
- **¿Cómo crees que su iniciativa favorecerá al desarrollo integrado?**

Solución:

- La innovación en este caso favorece el desarrollo económico (los empresarios aumentan sus beneficios), el desarrollo social (el cliente podría ganar tiempo, lo que revierte, por ejemplo, en mayor tiempo para su familia y amigos) y también el desarrollo sostenible (es un modelo de negocio que no compromete las capacidades de las futuras generaciones).


4.3. ¿Cómo podemos innovar?

- Ya hemos visto que la innovación tiene lugar cuando se crean nuevos productos y/o servicios, o se mejoran los ya existentes.
- Sin embargo, los cambios innovadores también puede ir ligados a:
 - 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 y/o servicios, que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología.



Según cómo y dónde innovemos, podemos hablar de los siguientes tipos de innovación:

I. Innovación en 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. Este tipo de innovación es el más escaso.
 - **Aportaciones nuevas al producto:** Se da en los casos en los que se mejora un producto ya existente.  Supone la mayor parte de las innovaciones de producto.

2. Innovación en 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 y/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.**

3. Innovación en marketing:

- Consiste en la **introducción de un método de comercialización no utilizado antes por la empresa.**
- Puede 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.

4. 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 en la gestión del conocimiento** también entra 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.
- La **gestión del conocimiento** consiste en transmitir el conocimiento en la empresa, de unos a otros, desde donde se genera dicho conocimiento hasta el lugar donde se va a emplear; todo ello con el objeto de mejorar los resultados de la empresa.

EJEMPLO 2:

- Algunos ejemplos de **INNOVACIÓN EN PRODUCTO** a lo largo del siglo XX fueron la **televisión** (su primera emisión la realizó la BBC en 1927), el **Walkman**, lanzado por Sony en 1979, o el primer **teléfono móvil**, comercializado por Motorola en 1984.
- Como **ejemplos de mayor actualidad**, podemos destacar el caso de Apple Inc, con la salida al mercado del **Iphone** y el **Ipad**. El lanzamiento de estos productos ha supuesto 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 producto.**


EJEMPLO 3:

- El ejemplo por excelencia de **INNOVACIÓN EN 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 de adquisición del producto era muy elevado.
- Al introducir la cinta transportadora en la cadena de montaje, los costes y tiempos mejoraron exponencialmente la producción, pasando de 12,5 h/ud. a 93 min/ud.
- Así, también pudo incrementar las ventas y aumentar el sueldo a sus trabajadores.

EJEMPLO 4:

- Existen diferentes formas de **INNOVAR EN MARKETING**, desde **nuevas formas de empaquetar el producto (packaging)**, pasando por **estrategias en el precio**, en la **comercialización** o en la forma de **promocionar** o comunicar el producto.
- Por ejemplo, la marca deportiva **Puma** innovó presentando sus productos en cajas reciclables; **Dell** ofreció descuentos en el precio de los complementos al ordenador personal si se optaba por su marca; **IKEA** presenta sus productos recorriendo salas de exposición (salesrooms) donde se muestran los productos tal cual podemos verlos en nuestras casas; y **numerosas empresas optaron por hacer que personajes famosos o de series de éxito presentaran sus productos en sus franjas de emisión.**

EJEMPLO 5:

- Las últimas **INNOVACIONES EN PROCESO** 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 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 online, etc.

4.4. Proceso de valoración de la idea inicial

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



- **Fase I:** Para que nuestra empresa pueda tener éxito es necesario hacer un **estudio inicial** 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.

- **Fase 2:** 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 u ofrecer el servicio, y que este producto o servicio vamos a poder realizarlo a un coste competitivo. Una vez mejorado el proyecto habrá que **buscar las opiniones de los posibles proveedores y clientes, los organismos oficiales y los servicios de apoyo, información y asesoramiento oficiales**.
- **Fase 3:** Debemos **evaluar la acogida que ha tenido la idea**:
 - **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. Deberemos reestructurar el proyecto y, una vez hecho esto, volver a consultar.
- **Acogida negativa:** Habrá que mejorar sustancialmente el proyecto o cambiarlo completamente. Siempre será mejor esto que el fracaso.

CASO PRÁCTICO 4:

- **Cuando Juan y María determinaron, en el Caso práctico I, que contaban con los requisitos básicos para emprender la actividad, valoraron el hecho de disponer de una idea de negocio, pero ahora se han dado cuenta de que no han analizado dicha idea.**
- ** C mo deben llevar a cabo el análisis de la idea?**

Solución:

- En primer lugar, **explorando en Internet y analizando estadísticas, buscan información** sobre el entorno en el que quieren vender su idea, sus posibles compradores y los posibles competidores.
- En segundo lugar, **piden la opinión de sus familiares y amigos sobre el proyecto**, pidiéndoles que sean objetivos con sus opiniones. Al mismo tiempo han ido **contactando con posibles clientes y proveedores** para comentarles su idea.
- Por último, han acudido a algunos **organismos oficiales** que se dedican a **asesorar a emprendedores**.

Tras todo este análisis y su valoración, las **opiniones** recibidas sobre la idea proyectada han sido **positivas**, por lo que **deciden avanzar con el proyecto**.