

1. Trabajador por cuenta propia / 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.

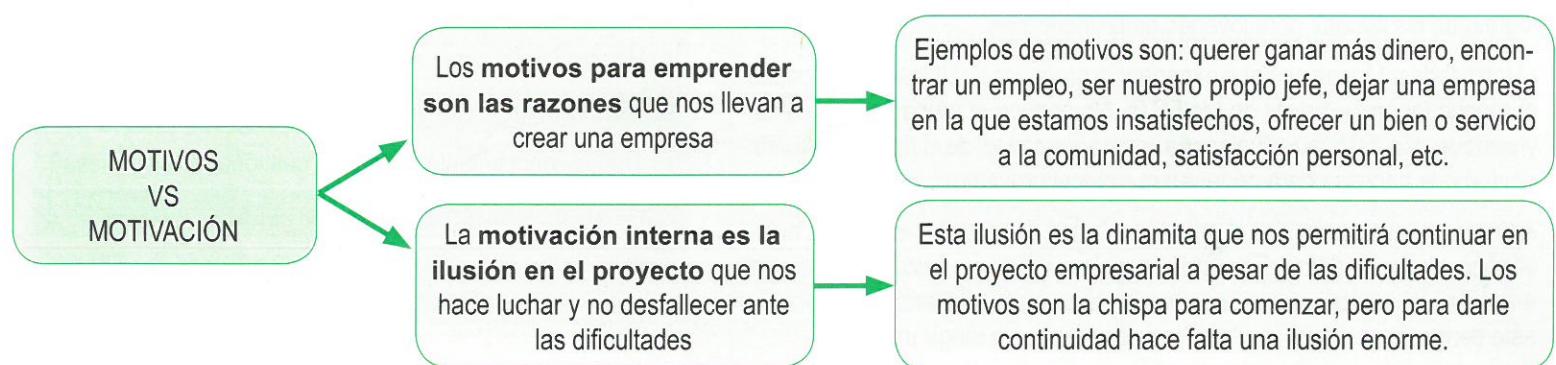
¿Qué **diferencias** encontramos entre ser trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia?

Trabajador cuenta ajena	Trabajador cuenta propia
• 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 funcionamiento interno de la empresa	• Es una fuente de satisfacción personal y profesional el asumir un reto empresarial

A) El empresario a la fuerza

Es aquel empresario que decide montar una empresa porque “**las circunstancias** le han llevado a ello”: “me he quedado sin empleo, en mi sector no hay trabajo ahora mismo, no paro de tirar currículums y nadie me llama, etc”. En este caso, una persona decide crear una empresa por “**la necesidad urgente**” de **encontrar trabajo**, más que por convencimiento interno de querer desarrollar un proyecto empresarial asumiendo todos los inconvenientes que supone ser trabajador por cuenta propia.

Siguiendo a **Fernando Trias de Bes**, para ser un emprendedor no es tan importante los “motivos” como la “**motivación interna**”, entendida como la **ilusión en el proyecto que nos hace luchar por alcanzarlo**. Amplía esta idea en la lectura del lateral.



E
I
E

Aprender a emprender

¿Qué necesita España para ser un país de emprendedores?

Pues entre otras cosas los déficit que aprecian los emprendedores también tienen que ver con la educación y la tolerancia al fracaso. Iñaki Arrola, fundador de Coches.com y socio del fondo Vitamina K, que apoya a futuros emprendedores, afirma que nuestro país adolece de formación para emprender: "Montar un negocio nunca ha estado bien visto porque se piensa en el fracaso. Hay que enseñar que crear una empresa es posible y que para ello hay que fracasar y no pasa nada. En Estados Unidos se fomenta esta cultura desde el colegio". Es de los que asegura que el paraíso no tiene tanto que ver con favorecer la creación de start up con una ley o con reducir la burocracia, "sino con crear un contexto que de verdad fomente el espíritu emprendedor". Una opinión que comparte con Jordi Vinaixa, director académico del Instituto de Iniciativa Emprendedora de Esade: "Tenemos una cultura de excesiva búsqueda de la seguridad y todo lo relacionado con el riesgo nos es ajeno. Desde el punto de vista legislativo, disponemos de unas normas muy garantistas que hacen que la puesta en marcha de empresas se ralentice. Además, se penaliza el fracaso. Si una persona ha fallado una vez, por ejemplo, si ha tenido un problema de morosidad éste queda en su expediente aunque esté resuelto. No somos de dar segundas oportunidades". Esto es algo superado en Estados Unidos. Por eso es, junto con Israel, uno de los países de referencia de los emprendedores. Además, Arrola admira a este último "porque fomenta la cultura del esfuerzo desde edades tempranas".

Extracto de artículo de Expansión.com (20/5/2013)

Plan Europeo Emprendedor

Mientras que hace algunos años gran parte de los españoles aspiraba a ser funcionario y tener un puesto de trabajo para toda la vida, ahora un 35% preferiría ser emprendedor. Estas cifras están en línea con las preferencias del resto de ciudadanos europeos (un 37%).

Está claro que la crisis ha tenido mucho que ver con el cambio de mentalidad, ya que el aumento constante del desempleo ha llevado a muchas personas a plantearse la necesidad de crear su propio puesto de trabajo. Y es que en España se crearon en 2012 más de 87.000 empresas, que suman a los casi tres millones de profesionales que ejercen su profesión en régimen de autónomos.

La Unión Europea es consciente de la importancia del emprendimiento como motor económico y generador de empleo. Los emprendedores dirigen muchas de las nuevas pequeñas empresas que generan cada año cuatro millones de puestos de trabajo en Europa. Es por eso que la Unión Europea ha impulsado un plan de emprendimiento europeo, que incluye medidas para orientar a las nuevas generaciones de emprendedores y ayudarán a los jóvenes, mujeres, personas mayores, inmigrantes y parados a establecer sus propias empresas.

Si quieres obtener más información sobre este plan puedes acceder al siguiente enlace:

http://ec.europa.eu/news/business/130110_es.htm

Caso práctico resuelto

Marina ha terminado sus estudios de Técnico en Confección y Moda. Durante estos años ha barajado la posibilidad de trabajar por cuenta ajena en algún taller o fábrica textil, o montar algún negocio propio.

Debido a la crisis sabe que le será difícil encontrar un trabajo estable, por eso le parece atractiva la idea de crear un pequeño taller, donde crear y vender sus propios diseños. Antes de tomar la decisión final, quiere saber si realmente tiene espíritu emprendedor. Por ello debe reflexionar sobre:

- Su capacidad para asumir riesgos: Marina se enfrenta bien a la incertidumbre y no le tiene miedo al fracaso. Sabe que acertar a la primera no siempre es posible. Además sus padres le apoyan en este proyecto.
- Capital inicial: Marina cuenta con un pequeño local propiedad de sus padres. Además estos le harán un préstamo inicial para acondicionarlo y comprar la maquinaria que necesita. Además sabe que puede optar a alguna de las ayudas para jóvenes emprendedores.
- Habilidades: Marina no tiene experiencia profesional. Únicamente conoce el mundo laboral a través de las FCTs. No conoce el mundo empresarial, y aunque ella está muy ilusionada, no se ve capaz de dirigir al pequeño equipo que necesita para poner en marcha el proyecto.

Antes de poner en marcha el proyecto Marina debe incrementar sus habilidades emprendedoras. Es recomendable que trabaje unos años en una empresa del sector, para que conozca mejor su funcionamiento. Además este tiempo le permitirá madurar para ser capaz de dirigir un equipo.

Redacta tu plan de empresa

¿Cumples los requisitos para ser empresario? Contesta si o no respondiendo las siguientes cuestiones:

Riesgo:

- ¿Te gusta asumir riesgos o prefieres la seguridad?
- ¿Tu entorno familiar o de amistades influyen en que asumes riesgos?

Capital:

- ¿Dispones de un capital mínimo para comenzar?

Tecnología:

- ¿Conoces la tecnología necesaria y tienes acceso a ella?

Conocer el negocio:

- ¿Has trabajado antes en ese negocio?

Conocimientos de gestión:

- ¿Tienes conocimientos de cómo gestionar una empresa?

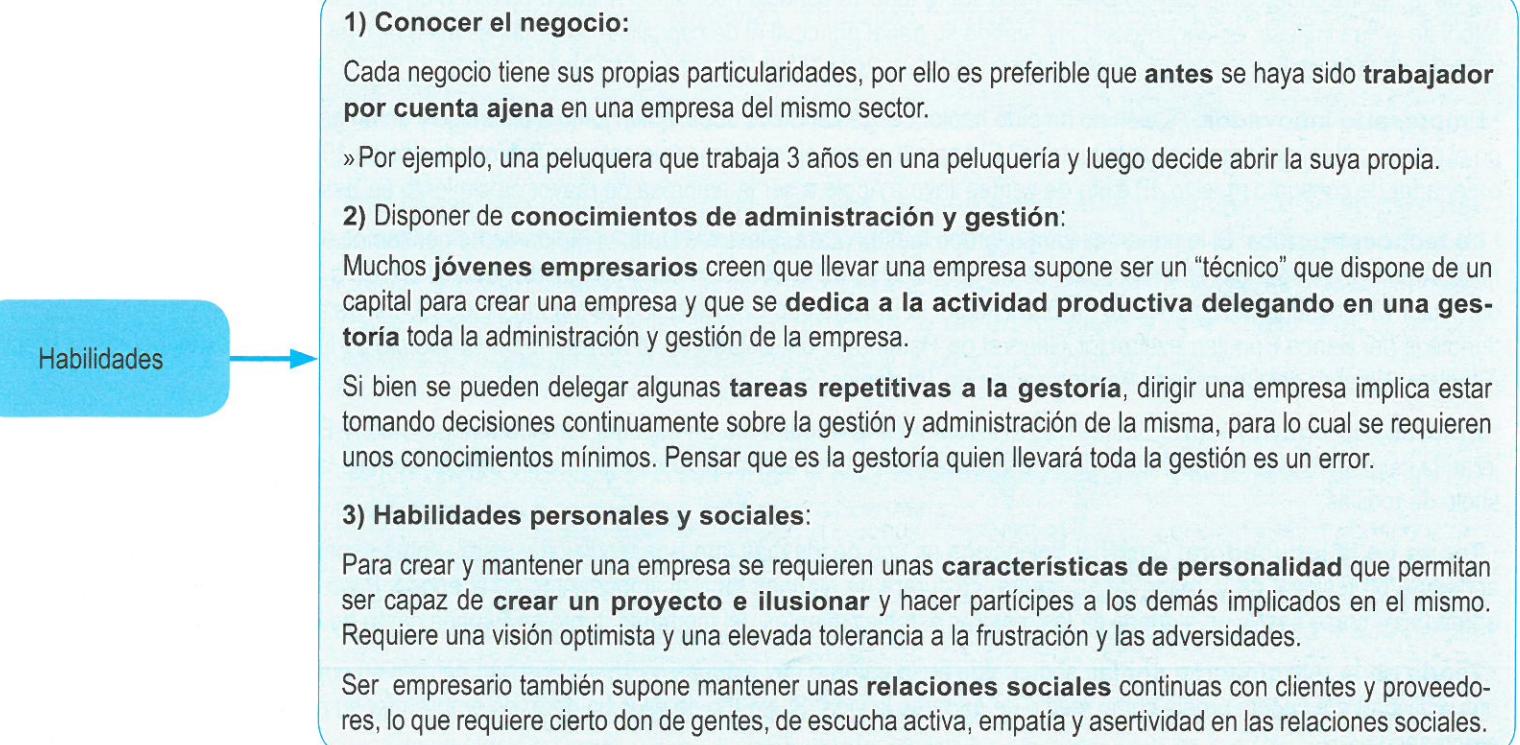
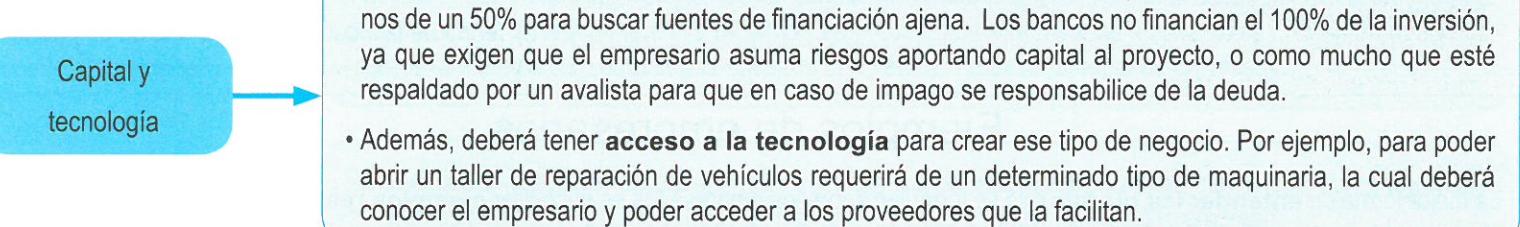
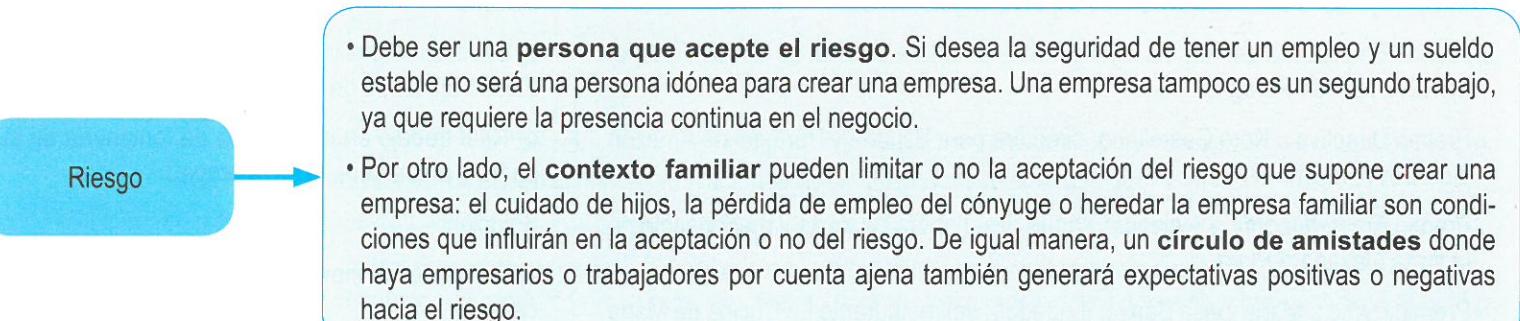
Habilidades sociales y personales:

- ¿Eres optimista ante la adversidad? ¿Tienes habilidades sociales en el trato con los demás?

2. Requisitos y teorías del empresario

A) Requisitos básicos del empresario

Hay **3 requisitos básicos** que debe cumplir mínimamente una persona 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. Veamos detenidamente cada uno de ellos:



Mujeres emprendedoras

La mujer, como en otros ámbitos de la vida social, va ganando puestos en el mundo empresarial. Esta labor necesita del reconocimiento de las instituciones públicas y privadas. Y una de las formas de reconocer esta labor es a través de Premios como los otorgados por la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME), que pretende promover el espíritu emprendedor entre las mujeres, estimulando la iniciativa privada.

Esta Asociación ha querido premiar la acción de cinco mujeres, reconociendo su labor y trayectoria profesional con los siguientes galardones:

- » Premio Empresaria del Año ha recaído en la directora general de Grupo Editorial SENDA, Matilde Pelegrí.
- » Premio Directiva a Koro Castellano, directora para España y Portugal de Amazon y de BuyVIP.com.
- » Premio Emprendedora a Alejandra Yagüe, diseñadora de joyas y responsable de la firma Alexandra Plata.
- » Premio Pyme a María Luisa Banzo, fundadora del restaurante La Cocina de María Luisa.
- » Premio Compromiso Social a Margarita Maiza y Urbíeta, actual responsable de los comedores sociales de la Orden de Malta en Madrid.

FUENTE: www.aseme.es

Caso práctico resuelto

Todas las siguientes personas dicen que son empresarios. Indica desde qué teoría se ven más representados los siguientes empresarios:

a) Marta, informática, ha elaborado un nuevo diseño para bicicletas de montaña, el cual vende en su pequeña empresa.

b) Leonardo es directivo de una importante empresa nacional.

c) Isabel tenía una inmobiliaria, pero con la ayuda de su marido abrió un centro de formación para desempleados.

d) Raúl trabajó en la empresa de fontanería de su padre y ahora tiene la suya propia.

Solución:

a) Teoría de la innovación, lleva un invento que no existe.

b) Tecnoestructura, es directivo de una empresa.

c) Teoría de la oportunidad, cambia de trabajo cuando ve una nueva oportunidad.

d) Teoría de la incubadora, aprendió de su padre.

Ejemplos de empresarios

La mejor forma de **entender las teorías** que se formula sobre los empresarios es encontrar **ejemplos reales de personas** que ilustran algunas de estas características. A continuación te proponemos los siguientes ejemplos:

• **Empresario riesgo:** El Jeque Mansour bin Zayed bin Sultan Al Nahyan (nacido en 1970) es un político de Emiratos Árabes Unidos y heredero de la familia gobernante de Abu Dhabi. Pero sobre todo es conocido por ser el actual propietario de uno de los más importantes clubes de fútbol de la liga inglesa, el Manchester City, siendo su papel principal el de capitalista. Además es miembro del Consejo Supremo del Fondo de Inversión del Estado de Abu Dhabi y posee participaciones en varias empresas comerciales, como Virgin Galactic y Sky News Saudita.

• **Empresario Innovador:** ¿Quién no ha oído hablar del genial Steve Jobs, quien junto a un amigo y en un garaje creó el Apple I, considerado el primer ordenador personal de la historia? El Apple II, una mejora del modelo anterior, fue introducido en 1977, convirtiéndose en el primer ordenador de consumo masivo. El éxito de ventas llevó a Apple a ser la empresa de mayor crecimiento en Estados Unidos.

• **La tecnoestructura:** Si le ponemos cara al grupo Inditex (Zara, Massimo Dutti...) rápidamente pensamos en su fundador y máximo dirigente, Amancio Ortega. Sin embargo, éste se ha apartado ya de la dirección del grupo, cediéndole el testigo a Pablo Isla, un ejecutivo con un currículum impresionante: Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, Abogado del Estado, exdirector de los Servicios Jurídicos del Banco Popular, exdirector General de Patrimonio del Estado en el Ministerio de Economía y Hacienda, exresidente de Altadis y miembro del Consejo de Administración de Telefónica, S.A.

• **Empresario oportunista:** ¿Sabías que el inventor de la fregona fue un español llamado Manuel Jalón? Este zaragozano consiguió mejorar la calidad de vida de muchas mujeres españolas cuando, al aplicar un palo a la mopa o bayeta, cambió la forma tradicional de limpiar el suelo de rodillas.

• **Teoría de la Incubadora:** Cristóbal Balenciaga es uno de los más famosos modistas y diseñadores españoles. Balenciaga comenzó su andadura profesional de la mano de su madre, costurera de algunas familias importantes de la época. Posteriormente inició un periplo de aprendizaje como sastre en algunos de los mejores establecimientos del momento, tanto en España como en Francia.

• **Teoría de la marginación social:** seguro que en tu entorno hay algunas personas que han perdido su empleo y se han planteado una actividad por cuenta propia como medio de ganarse la vida. Si alguno de ellos ha decidido emprender su propio negocio, es un auténtico empresario.

B) Teorías del empresario

Existen multitud de teorías sobre quién es un empresario. Nos centraremos en las 5 teorías básicas que pueden ayudar a comprender qué significa ser empresario. En el lateral podrás encontrar ejemplos sobre estas teorías.

Teoría del empresario-riesgo
(Knight-1921)

El empresario es el capitalista que pone el dinero y **asume el riesgo económico**. Compra los medios o factores de producción a un precio determinado y realiza una previsión de ventas. Si acierta, ganará; si no, perderá el capital aportado.

Teoría del empresario innovador
(Schumpeter-1944)

Para Schumpeter el cambio tecnológico viene dado en 3 etapas:

- 1) La **invención**, que se lleva a cabo en los laboratorios.
- 2) La **innovación**, que es llevar a la práctica los inventos y las ideas.
- 3) La **imitación**, cuando la innovación la llevan a cabo muchas empresas.

Para este autor, los **verdaderos empresarios son los innovadores**, pues son capaces de llevar al mercado un nuevo producto u ofrecerlo de forma distinta, innovar una nueva forma de organizar la empresa, o vender un producto en un mercado distinto. Estos empresarios innovadores sacarán unos beneficios extraordinarios al no tener competencia al principio en su innovación; sin embargo, corren con el riesgo de que su innovación no sea aceptada, de ahí que Schumpeter los considere los verdaderos empresarios.

A continuación de la innovación **se produce la imitación**: las demás empresas pasan a imitar esa innovación que ya funciona, con lo que los beneficios extraordinarios que habían conseguido los innovadores desaparecerán al repartirse entre todas las empresas. Los empresarios innovadores necesitarán volver a realizar otra innovación para seguir sacando una ventaja respecto al resto de empresas.

Teoría de la tecnoestructura
(Galbraith-1967)

En el siglo XX aparecen empresas que necesitan mayor volumen de capital, con lo que surgen grandes compañías que son financiadas por muchos propietarios: los accionistas de la empresa.

Para Galbraith, los empresarios no son los capitalistas o accionistas de las empresas, sino **los directivos que toman decisiones** sobre cómo dirigir la empresa a partir de las directrices básicas que marca la Junta de Accionistas. En las **pequeñas empresas coincidirá** el propietario y el directivo-empresario, pero en las grandes sí que existe una separación entre propietarios y directivos, siendo los segundos los empresarios.

Teoría de la oportunidad
(Kirzner-1973)

Para este autor el empresario es aquel que **sabe ver una oportunidad de negocio en el mercado**, es capaz de intuir y descubrir dónde están esas oportunidades en el mercado no detectadas por nadie hasta ese momento, por lo que busca sacar ventaja de ser el primero en cubrir esas necesidades de los clientes. Estos empresarios son muy arriesgados, **cambiando de un negocio a otro** a corto plazo si ven una oportunidad mejor, por lo que no suelen especializarse en una actividad en concreto.

Teorías socioculturales

Las teorías socioculturales se basan en que son **las condiciones sociales y culturales** las que facilitan o no que aparezcan empresarios. Destacamos dos teorías:

- 1) **Teoría de la incubadora**: muchos empresarios surgieron porque trabajaron en otra empresa donde aprendieron y fueron concibiendo sus propias ideas para más adelante ponerlas en práctica en su propia empresa. También esta teoría señala que muchos empresarios aprendieron el rol de empresario en su familia y de las expectativas generadas en heredar la empresa familiar.
- 2) **Teoría de la marginación social**: muchos empresarios surgen por enfrentarse al estado de marginación en que viven al perder el empleo y debido a la dificultad de encontrar trabajo con la que se encuentran.

3. El espíritu emprendedor

El espíritu emprendedor hace referencia a la **capacidad innovadora de probar cosas nuevas o hacerlas de una manera diferente**. Por ello, innovación y espíritu emprendedor son dos ideas que van unidas, en la línea de la teoría del empresario innovador de Schumpeter. Para este autor, el término innovación no va unido necesariamente a inventar un producto nuevo en el mercado, sino que existen varias formas de ser innovador:

Formas de ser innovador según Schumpeter y ejemplos	
• Presentando un nuevo producto en el mercado	El chupa-chups: un caramelo que se coge con un palo; o el yogur helado: un helado sano y saludable que utiliza como ingrediente el yogur natural.
• Abriéndose a un nuevo mercado o clientes donde no se había vendido antes	Vender alimentos a otros colectivos específicos, como el turron o el chocolate sin azúcar para diabéticos; o los alimentos sin gluten para celíacos.
• Descubriendo una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas	Un restaurante en la playa que utilizando una placa solar consigue abaratar costes.
• Aplicando una nueva manera de producir el producto u ofrecer el servicio	La venta por internet utiliza la red para ofrecer todo tipo de productos y servicios. Se trata de un cambio en la manera de ofrecer el servicio con la venta directa.
• Organizando la empresa de una manera diferente en cuanto al organigrama o gestión de recursos humanos	Empresas tecnológicas como Google, Apple o Microsoft se caracterizan por motivar y potenciar la creatividad de sus empleados.

Una posible **definición de emprendedor** sería:

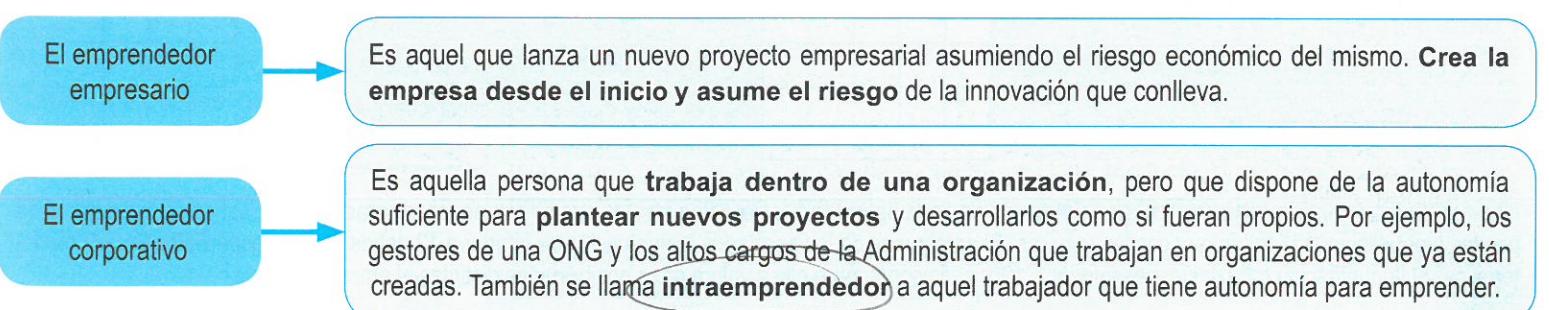
"Aquella persona que convierte una idea en proyecto concreto, sea una empresa o una organización con fines sociales, generando algún tipo de innovación en el entorno y con ello beneficios económicos y sociales."

Por lo tanto, lo que **caracteriza** a un emprendedor es:

- Su **capacidad para convertir en proyecto real una idea**. El emprendedor "emprende" en el sentido de que es activo y convierte el mundo de las ideas en realidades. El emprendedor no es quien tiene la idea sino quien **es capaz de hacerla realidad**.
- El proyecto puede ser **crear una empresa como una organización social**, por ejemplo el fundador de una ONG también sería un emprendedor.
- Al convertir la idea en proyecto real **genera algún tipo de innovación en el entorno**, lo cual lleva beneficios económicos y sociales tanto para el emprendedor como para el entorno.

A) Tipos de emprendedores

Como vimos en la teoría de la tecnoestructura, los directivos de las empresas también podían ser considerados los verdaderos empresarios en el sentido de que dirigían la empresa. Esta misma idea la podemos aplicar al concepto de emprendedor, de manera que **para ser emprendedor no hace falta crear una empresa** o una organización social, sino que los directivos o personas con responsabilidad de un proyecto pueden ser considerados emprendedores. Ello da lugar a dos tipos de emprendedores:



Redacta tu plan de empresa: Autoevaluación del emprendedor

Antes de desarrollar tu proyecto empresarial es interesante que descubras si posees las características más importantes de todo emprendedor. Este pequeño test te ayudará. Un 5 es la puntuación máxima y un 1 la puntuación mínima.

	1	2	3	4	5		1	2	3
A. ¿Soy una persona creativa?						E. ¿Sé organizarme?			
1. Conocer cosas nuevas me parece un reto interesante.						21. Me marco una agenda y la cumplo.			
2. Me gusta buscar soluciones nuevas a los problemas.						22. Sé distinguir las actividades importantes de las accesorias y les doy prioridad.			
3. Busco la forma de hacer las cosas con mi estilo propio.						23. Hasta que no finalizo una tarea no empiezo otra.			
4. Las personas de mi entorno me ven como una persona innovadora.						24. Organizo mis cosas de una forma lógica, siempre encuentro lo que busco.			
5. Me interesa lo que ocurre a mi alrededor y veo la realidad como una fuente de ideas.						25. Cuando formo parte de un equipo, me gusta organizar la actividad.			
B. ¿Asumo los riesgos?						F. ¿Tengo capacidad de trabajo?			
6. No me importan los imprevistos, sé que cada día me encontraré situaciones nuevas.						26. Me concentro con facilidad y no me cuesta pasar de una tarea a otra.			
7. No me preocupa arriesgarme porque forma parte de la toma de decisiones.						27. Cuando me interesa una actividad, no me importa dedicarle todo el tiempo necesario.			
8. Sé que no se puede tener un control absoluto de las situaciones y lo asumo.						28. Soy capaz de trabajar mientras otros descansan o se divierten.			
9. No me asustan los problemas y me motiva buscar las mejores soluciones.						29. Estar sin hacer nada me parece una pérdida de tiempo.			
10. No temo al fracaso porque sé que siempre hay nuevas oportunidades.						30. Soy muy trabajador y me gusta formar parte nuevos proyectos.			
C. ¿Soy persistente?						G. ¿Cuáles son mis habilidades sociales?			
11. Cuando se trata de que mi proyecto salga adelante, mi dedicación a él es total.						31. Me gusta relacionarme con otras personas.			
12. No soporto dejar tareas inacabadas.						32. Sé escuchar.			
13. Soy consciente de mis obligaciones y las cumulo.						33. Soy capaz de ponerme en el lugar de los demás.			
14. Me centro en mi trabajo y no dejo que nada me despiste.						34. La gente me escucha y respeta mi opinión.			
15. Me marco objetivos realistas y hago todo lo posible por alcanzarlos.						35. Me siento capaz de dirigir un equipo.			
D. ¿Confío en mis capacidades?						H. ¿Tengo sentido ético?			
16. Conozco mis cualidades y limitaciones; me marco objetivos en función de ellas.						36. Pienso que es necesario cumplir las normas.			
17. Escucho, analizo y acepto críticas y opiniones de los demás.						37. En mi opinión, el fin no justifica siempre los medios.			
18. Confío en mi capacidad para sacar adelante lo que me propongo.						38. Soy sincero, aunque a veces sea difícil.			
19. Si me equivoco, lo reconozco e intento rectificar.						39. Soy una persona en la que se puede confiar.			
20. Soy una persona positiva.						40. No estoy dispuesto a hacer cualquier cosa por obtener un beneficio.			

Una vez realizado el test, suma la puntuación obtenida en cada apartado y te dará una idea de cuales son aquellas características del emprendedor que posees y aquellas que te faltan o necesitas reforzar. Si en algunos de los apartados la puntuación es inferior a 12 debes mejorar especialmente esa característica. Si la puntuación total del test es inferior a 100, reflexiona sobre ello y valora otras posibilidades distintas al emprendimiento.

4. Características personales de los emprendedores

En el siguiente cuadro se desarrollan las **8 características principales** de un emprendedor. Podríamos buscar muchas más, pero estas 8 sintetizan los aspectos personales que debería reunir un emprendedor que quisiera lanzar un proyecto.

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.
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.
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 autocritica	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 de trabajo, pero sí que debe dar más de sí mismo para sacar el proyecto adelante.
Habilidades sociales	Ya vimos anteriormente que un emprendedor debe estar comunicándose constantemente con clientes y proveedores . Esto le exige unas habilidades sociales de comunicación, escucha activa y assertividad 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.

5. La idea de negocio

Todo proyecto emprendedor comienza con una idea de negocio. Veamos qué es la idea y de qué 3 aspectos consta:

La idea es la visión que tiene el emprendedor de su proyecto empresarial, la cual viene a resumir 3 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 ó 5 años?

Sobre esa gran idea que usted dijo que tenía

No hay nada más patético que alguien que te dice: "He tenido una idea de negocio genial, no puedo explicártela porque como me la roben... me muero". Esa persona acaba siempre por explicártela -claro que sí-, pero no sin antes hacerle jurar y perjurar que no vas a decírselo a nadie. A éstos yo los llamo "emprendedores Gollum", como en el *Señor de los Anillos* ("¡Mi tesoro!!!!"). Son emprendedores muertos antes de empezar. Por suerte muchos de ellos no llegan nunca a poner en marcha su negocio, porque lo que lo intentan, en su gran mayoría, fracasan.

Lo importante no es la idea, sino la forma de la idea. Esto es algo fundamental que ningún emprendedor debe olvidar. No todas las buenas ideas son buenos negocios. Insisto: lo que tiene valor es la forma que una idea toma. Si yo digo que quiero fabricar y vender juguetes que sean educativos y baratos, nadie dará un duro por esta idea. Pero en eso consiste Imaginarium. Imaginarium es una idea sencilla que, explicada, no tiene valor aparente. Su valor está en *cómo* esa idea se ha llevado a cabo, en la forma de la idea.

Victor Arrese, el fundador y creador de la cadena de comida Fresc&Co., explicó su idea a muchas personas antes de poder hacerla realidad: un bufete libre con solo ensaladas, pasta y pizzas. Explicado así, no tiene mucha gracia. Porque lo interesante es la forma que se le da a la idea. En su caso, la idea, juzgada de inviable por los empresarios de restauración que consultó, resultó un éxito. ¿Por qué? En gran medida porque identificó en aquellos reparos los elementos en los que tenía que trabajar más. Así, la forma final de su idea fue la de restaurantes modernos, en el centro de las ciudades, menús a mil pesetas (6€), ingredientes sanos, posibilidad de repetir las veces que quisiera...

Ésta es una máxima universal: más vale una idea mediocre brillantemente implementada que una idea brillante mediocremente implementada. Es posible tener una ocurrencia feliz o inventar y patentar algo novedoso, pero por cada emprendedor que triunfe gracias a una idea brillante, habrá veinte que triunfan gracias a la forma de una idea que ni siquiera se sabe cuál es. El mundo está lleno de ejemplos de ideas que explicadas no valen nada, cuyo éxito se debe a la forma como han sido hechas realidad.

¿Por qué le van a comprar?

No sé centre en *qué* le van a comprar (eso no es importante), sino en *quiénes* le van a comprar (eso sí que es la clave). Lo importante no es el producto, sino la ventaja que sea capaz de construir y ofrecer.

¿Y qué es una ventaja? No hace falta que lea muchos libros de economía empresarial. Se lo resumiré. La gente le va a preferir a usted solo por dos motivos: porque hace algo mejor o porque lo hace igual que los demás, pero más barato. Y no hay más.

Si no puede responder a esta pregunta, no tiene todavía negocio. Es solo eso. Si no es capaz de responder con una sola frase, su idea todavía no está bien definida. Un concepto de negocio que no se explique en menos de 30 segundos difícilmente tendrá éxito. Porque no se trata de que no le quiten la idea, es de que no se trate de explicarla. ¡Al contrario! Coméntela con el mayor número de personas y así obtendrá un montón de información sobre esa idea.

Fuente: Fernando Trias de Bes: Extracto de "El libro negro del emprendedor". Ed. Urano. Se recomienda la lectura del libro para profundizar en este tema.

Ejemplos de fuentes de ideas de negocio

Experiencia profesional	Amancio Ortega, fundador y principal accionista del Grupo Inditex (Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka...) , inició su andadura profesional con 14 años trabajando en comercios textiles de La Coruña.
Aficiones personales	Enzo Ferrari , fundador de la mítica Scuderia Ferrari, desde niño fue un apasionado de la velocidad, los coches y las carreras de automóviles
Observar una carencia en el mercado	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.
Estudio de otros mercados	Pedro Espinosa, fundador de las heladerías Llaollao importó la idea del yogur helado desde Estados Unidos a España, donde no existía este producto.
Observación de tendencias	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 viajes orientadas al turismo económico.
Ofrecer un nuevo producto	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". Ganó el primer premio de "El Salón Internacional de Inventos Inventalia".
Ofrecer un producto pero de forma distinta	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.

Redacta plan de empresa

Redacta tu idea de negocio, ayudarte de las siguientes:

Actividad:

¿Qué actividad vas a desarrollar?
¿Qué productos vas a ofrecer?
¿A quién se van a dirigir?

Propuesta de valor:

¿Cuál es tu propuesta de valor?
¿Qué ofreces para que la gente te prenda?
¿En qué te diferencias de la competencia?

Objetivo a 1 año:

Por ejemplo: cubrir gastos fijos, ganar tal cantidad de dinero, incrementar la empresa, aumentar el personal, ganar más clientes...

A) 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:

Características personales	
La experiencia profesional en otra empresa	Muchos emprendedores primero 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.
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
La observación del entorno económico	
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.
El estudio de otros mercados	Algunos emprendedores se dedican a observar qué es lo que ya funciona en otros mercados o lugares, y lo "importan" a nuestro país para ser los primeros en ofrecer ese producto que se ha demostrado que ya funciona.
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 innovación de un producto	
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 otros nuevos y prueban si son aceptados o no por el mercado.
Ofrecer un producto de forma distinta	Recordando a Schumpeter, innovar no es sólo ofrecer un nuevo producto al mercado, sino también ofrecerlo de manera distinta , por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • 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.

B) La propuesta de valor de la idea

Los expertos en creación de empresas coinciden en que **lo importante en la idea de negocio no es el producto** que se va a vender, **sino la propuesta de valor que hay detrás**. Los emprendedores que no son capaces de **responder en 30 segundos** a cualquiera de estas preguntas suelen ser emprendedores "enamorados de sus productos", pero que no saben ver si el producto tendrá aceptación por los clientes y, por tanto, **salida en el mercado**. Preguntas que pueden ayudar a pensar sobre cuál es la propuesta de valor son las siguientes:

¿Por qué se va a vender? ¿Qué les ofreces a los clientes para que lo compren? ¿Qué tiene el producto para que sea distinto de la competencia? ¿Qué necesidades está cubriendo de los clientes para que quieran comprarlo? ¿Qué beneficios aporta a los clientes la compra de tu producto? ¿Es de mayor calidad, mejor precio, qué es lo que te hace diferente?