

UNIDAD 1.

Contenido

1. El emprendedor	6
¿qué es un emprendedor?	6
Características emprendedor	6
Tipos de emprendedores	7
2. El empresario.....	8
Diferencias entre empresario y emprendedor	8
Características del empresario	8
Evolución histórica sobre el empresario.....	9
El empresario y sus funciones:	10
3. La importancia de la actividad empresarial y emprendimiento	12
4. Mujer y emprendimiento	13
Dificultades del emprendimiento femenino.....	13
Ventajas del emprendimiento femenino.....	13
5. La innovación en la empresa	14
Tipos de innovación	14
Teorías de la innovación	15
Estrategias de innovación	16
6. Digitalización y tendencias emergentes	16
¿qué es la digitalización?	17
La nuevas tendencias y tecnologías emergentes	17
El impacto de la digitalización en la sociedad y en la economía	18
Retos de la digitalización de la economía	18
7. Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i).....	19

Blooket

ACTIVIDADES

DIAPPOSITIVAS 1.

www.econosublime.com

2024-2025 (LOMLOE) El emprendedor y la innovación.



Material elaborado por:



 @Econosublime

Material editado por:



@Economarina



@Economyriam



You 

Vídeos explicativos de cada clase en
www.youtube.com/c/econosublime

1. EL EMPRENDEDOR

• ¿Qué es un emprendedor?

Todos los productos que existen son fruto de uno o varios emprendedores que han decidido poner en marcha un negocio. Pero ¿Qué es exactamente un emprendedor?

UN EMPRENDEDOR es una persona que tiene la capacidad de identificar una oportunidad de negocio, desarrolla una idea y tiene la iniciativa para poder reunir los recursos necesarios para llevar a cabo dicha idea. Además, están dispuestos a asumir riesgos de invertir tiempo y/o dinero para lograr el éxito.



Ser emprendedor implica una actitud ante la vida. Los emprendedores observan a su alrededor para identificar oportunidades de negocio. Un emprendedor piensa una **solución innovadora ante un problema que otros no son capaces de ver.**

Para poder llevar a cabo su idea, muchos emprendedores crean una empresa para producir un bien o servicio que ayude a solucionar los problemas de las personas. Pero debemos dejar claro que un emprendedor no es únicamente aquel que crea una empresa, sino que es una actitud que podemos aplicar a nuestra vida cotidiana. **Cualquier persona que quiera provocar un cambio en su entorno y para ello ponga en marcha un proyecto o una acción que tiene cierta dificultad, es un emprendedor.**

Por ejemplo, si un profesor diseña una nueva metodología de trabajo para mejorar los resultados de sus alumnos, está siendo emprendedor.

• Características emprendedor

Los emprendedores tienen una serie de características comunes que les permiten llevar a cabo nuevos proyectos.

Iniciativa. Tener iniciativa supone hacer que las cosas sucedan. Un emprendedor no se limita a tener ideas, sino que busca la manera de llevarla a cabo.

Creatividad. Es la capacidad de generar ideas o mejorar las ya existentes, desde otro punto de vista, para así solucionar problemas de forma diferente.

Capacidad para asumir riesgos. Empezar implica que hay posibilidad de no conseguir los resultados deseados. Un emprendedor está dispuesto a asumir este riesgo.

Autoconfianza. Es la capacidad de creer en nosotros mismos y en nuestras habilidades, algo imprescindible para el emprendedor y superar las dificultades cuando se presenten.

Perseverancia. Es la capacidad de una persona para mantener su esfuerzo de manera constante para conseguir un objetivo sin llegar a darse por vencido, incluso frente a los obstáculos más difíciles. El emprendedor no se desanima con los fracasos.

Resiliencia. Es la habilidad de afrontar los obstáculos y de soportar situaciones límite, de readaptarnos y transformar esas situaciones en desafíos de los que salir aún más reforzados que antes. Desarrollar esta habilidad permite al emprendedor levantarse cuando se cae, para así perseguir los objetivos que se propone.

Actitud positiva. Es una forma de ver las situaciones de manera optimista y constructiva. Los emprendedores se recuperan pronto de los fracasos y no se preocupan tanto por que las cosas puedan salir mal sino de cómo pueden solucionarlo.

Empatía. Es la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra. Un emprendedor debe ser capaz de entender la situación y los sentimientos que están viviendo otras personas, como los clientes, los socios etc.

Capacidad de trabajar en equipo. Es la habilidad de colaborar y coordinarse con otros para alcanzar un objetivo común de manera efectiva. Un emprendedor tiene la capacidad de respetar las opiniones y habilidades de los demás, y trabaja hacia una meta común

Capacidad de comunicación. Es la habilidad de transmitir a otra persona una información, idea u opinión, asegurándose que ha sido entendida.

Asertividad. Consiste en dejar claras tus opiniones y sentimientos, pero siempre respetando las opiniones y sentimientos de las personas a las que nos dirigimos.

Capacidad de negociación. Es la habilidad buscar soluciones a los conflictos, enfrentamientos o problemas mediante el diálogo.

Liderazgo. Es la capacidad de influir en el comportamiento de otras personas y para que, voluntariamente, estos trabajen en la consecución de un objetivo común.

Adaptación al cambio. Es la habilidad para ser flexible ante los posibles cambios que surjan y cambiar las estrategias si es necesario. Un emprendedor está abierto al cambio.



• Tipos de emprendedores

Existen muchos de emprendedores diferentes según sus características y según el contexto en el que surgen, pero podemos destacar los siguientes tipos.

Emprendedor visionario.

Son aquellos son capaces de adelantarse a su tiempo y detectar negocios antes que nadie. Tienen una gran pasión por todo lo que hacen y no les importa asumir riesgos.

Un ejemplo lo tenemos en Coco Chanel, que revolucionó el sector de la moda con su propio código de vestimenta, obviando los códigos de la época, y se convirtió en una de las personas más influyentes del siglo XX.



Emprendedores por necesidad.

Son emprendedores que se ven obligados por las circunstancias a identificar oportunidades y llevar a cabo nuevos proyectos. Por ejemplo, una persona se queda desempleada y decide poner en marcha un negocio.

Un ejemplo es Joanne Rowling que al quedarse sin trabajo y apenas poder mantener a su hija decidió escribir una historia y vender un libro llamado "Harry Potter y la piedra filosofal"



Emprendedores inversores.

Son personas que tienen dinero y deciden invertir en empresas emergentes y nuevas empresas. Su principal objetivo es obtener rentabilidad, por lo que en ocasiones si no están muy involucrados con el proyecto, pueden decidir abandonarlo.

Un ejemplo es Gerard Piqué que además de crear su propia empresa "Kosmos" también ha invertido en otras empresas como DAZN y la Kings league.



Emprendedor por casualidad o por oportunidad.

Son personas que han detectado que existe una necesidad que no está cubierta y proponen una solución sin mucha reflexión previa. Simplemente se atreven y se lanzan.

Un ejemplo es Angi Cabal y su pareja que siendo diseñadores gráficos y planificando su boda, se dieron cuenta que no muchas empresas hacían diseños para las invitaciones y decidieron crear su empresa "Mr wonderful". Un día decidieron crear una taza de regalo con uno de los diseños y se sorprendieron de que miles de personas querían comprarla.



Emprendedores especialistas.

Son personas que tienen muchas habilidades o conocimientos dentro de un área determinada, en ocasiones porque han estado años trabajando en otra empresa. A partir de ahí, tienen la capacidad de detectar los errores que se están cometiendo y emprenden su propio negocio.

Un ejemplo lo tenemos en Amancio Ortega, que antes de fundar Zara trabajaba en una tienda de ropa en La Coruña, lo que le permitió acumular experiencia en diseño y ventas.



Emprendedores persuasivos.

Tienen la capacidad de influir en otras personas para que todos persigan un mismo objetivo. Suelen ser muy perseverantes y resilientes.

Un ejemplo es Jeff Bezos, creador de Amazon, que tras pasar unos malos años iniciales, convenció a inversores y clientes de que su empresa era una apuesta segura.



Emprendedores sociales.

Son aquellos que realizan una serie de actividades que tienen un objetivo social, es decir que buscan un beneficio de la sociedad. Por ejemplo, buscan ayudar a los más desfavorecidos, proteger el medioambiente etc. Debe quedar claro que los emprendedores sociales también buscan ganar dinero (no son una ONG), pero no es su único objetivo, sino también contribuir a la sociedad.

Un ejemplo es Cristina Balbás que con su proyecto "Economanitas" recicla materiales para crear productos de decoración, ayudando así a reducir los residuos y proteger el medioambiente.



Intraemprendedores.

Son trabajadores que dentro una empresa tiene ideas innovadoras y buscan nuevas oportunidades de negocio. Por tanto, un intraemprendedor es un trabajador que actúa como emprendedor dentro de una empresa. *Por ejemplo, Google Drive fue un producto que surgió de unos de os trabajadores de Google, empresa muy conocida por fomentar este intraemprendimiento.*



Obviamente, estas clasificaciones no son excluyentes, y algunos emprendedores podrían encajar en varias a la vez.

2. EL EMPRESARIO

Una vez que el emprendedor ya ha desarrollado su idea de negocio, el siguiente paso es crear una empresa para así poder producir el bien o servicio que después venderá. Para producir este bien se necesitan una serie de factores productivos: trabajadores, materias primas, máquinas etc. Sin embargo, el hecho de adquirir estos factores no es suficiente, sino que es necesario que alguien los organice hacia un objetivo común. Se hace necesaria la figura del empresario.

EL EMPRESARIO es la persona que se encarga de administrar y coordinar los diferentes elementos de una empresa para conseguir unos objetivos. No tiene por qué ser el creador de la empresa.

• Diferencias entre empresario y emprendedor

Aunque en muchas ocasiones los términos “emprendedor” y empresario se usan de igual modo, no debemos confundirlos:

EMPRENDEDOR

Identifica una oportunidad de negocio y desarrolla una idea, en ocasiones a través de la creación de una empresa. Es decir, el emprendedor crea algo nuevo y asume el riesgo en caso de fracaso, ya que ha invertido su dinero y su tiempo.

EMPRESARIO

Administra una empresa ya establecida. Los empresarios pueden ser los fundadores originales de la empresa y haber desarrollado la idea, o simplemente pueden haber tomado el control de una empresa que ya existe.

Por lo tanto, **en ocasiones emprendedor y empresario no coinciden, algo que sucede cuando una persona desarrolla una idea, pero luego le deja la gestión a otra persona que tenga experiencia en la administración de empresas.** Por ejemplo, en 1976 Steve Jobs vio que había una oportunidad de negocio en el hecho de que los ordenadores no estaban al alcance de las familias, y solo podían ser adquiridos por empresas. A partir de ahí desarrolló su idea de crear ordenadores personales (PC) y creó Apple Computers. Luego, una vez creada la empresa, para dirigirla contrató a John Scully, que en ese momento estaba dirigiendo Pepsi. Así, el emprendedor que tuvo la idea y la desarrolló fue Steve Jobs. El empresario que dirigía la empresa era John Scully.

En otras ocasiones emprendedor y empresario pueden coincidir, algo que ocurre si una persona desarrolla una idea y luego la lleva a cabo al crear y dirigir una empresa. Amancio Ortega desarrolló la idea de crear una tienda de ropa a bajo precio con diseños que cambiaban cada pocas semanas y durante mucho tiempo él mismo llevó la administración de la empresa. Así, Ortega fue al mismo tiempo emprendedor y empresario. Otro ejemplo es Estefi Martínez (Pedrita Parker) que creó y dirige una empresa en la que vende productos (agendas, tazas etc.) con sus diseños de viñetas.

DIFERENCIAS ENTRE EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO

	EMPRENDEDOR	EMPRESARIO
Función principal	Identifican una oportunidad de negocio y desarrollan una idea, reuniendo los recursos necesarios para llevarla a cabo.	Se centran en administrar y coordinar la empresa para conseguir unos objetivos.
Enfoque	Se enfocan en crear y desarrollar una idea para que esta tenga éxito.	Potencian una idea para que esta sea rentable y así obtener beneficios.
Riesgo	Asumen mayor incertidumbre y riesgo, ya que al crear una nueva empresa no hay garantías de éxito. A menudo deben invertir gran cantidad de dinero y tiempo.	Si llegan a una empresa ya establecida pueden conseguir beneficios de manera más inmediata con un riesgo mucho menor.
Cualidades	Suelen ser muy creativos, apasionados y con gran motivación. Suelen perseverar y no se desaniman con los fracasos.	Suelen tener grandes habilidades de liderazgo, comunicación, negociación y de gestión de equipos

• Características del empresario

Muchas las habilidades personales y sociales que necesita un empresario coinciden con las del emprendedor, pero además es necesario añadir habilidades de administración de empresas. Así, podemos clasificar las características del empresario en tres grupos:



HABILIDADES PERSONALES

El empresario debe tener habilidades personales que le permitan realizar tareas de manera eficiente y tomar decisiones para conseguir sus objetivos: iniciativa, creatividad, autoconfianza, perseverancia, resiliencia, actitud positiva etc.



HABILIDADES SOCIALES (SOFT SKILLS)

Debe tener habilidades sociales que le permitan relacionarse con otras personas para conseguir objetivos comunes: empatía, trabajo en equipo, comunicación, asertividad, negociación, liderazgo etc.



HABILIDADES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

También necesita habilidades para llevar a cabo toda la dirección de la empresa: planificación de objetivos, organización de todos los recursos, gestión de los trabajadores y control de que todo sale según lo planeado.

● Evolución histórica sobre el empresario

Con el nacimiento de las empresas, el empresario era aquel que invertía su capital y dirigía todo el proceso productivo. En esta definición, el empresario y el dueño de la empresa eran la misma persona.

Pero a medida que las empresas se hacían más grandes, se complica que pueda haber un solo propietario que aporte todo el capital y que además dirija la empresa. Por ello, se ha producido una separación entre propiedad y dirección de la empresa. Todo esto afecta a la manera en la que vemos la figura del empresario. Veamos su evolución.



El empresario mercader (Siglo XVI-XVII). Durante mercantilismo, el empresario es básicamente un mercader, es decir una persona que se dedica al comercio. Se encargaban de comprar los productos a los artesanos para luego venderlos. Aparece así la figura del primer empresario como un comerciante que gestiona y controla sus negocios.

El empresario capitalista. (Siglo XVIII). Para los economistas clásicos (Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill), el empresario era propietario del negocio, normalmente las grandes fábricas, quién aportaba el dinero y lo dirigía personalmente. Por tanto, aún no se diferenciaba entre propietario y directivo.



En esta época, se consideraba que el beneficio que recibía el empresario era la recompensa por el capital aportado.

El empresario como hombre de negocios. (Siglo XVIII-XIX).

Para Cantillón los empresarios son hombres de negocios. Cantillón fue el primero en utilizar el término “empresario”, como aquel agente compra los factores de producción y luego vende sus productos a un precio incierto, es decir, asume riesgos.



El empresario organizador. (siglo XIX). Marshall fue el primero que diferenció al empresario como aquel que dirige y organiza. Por tanto, es el primero que deja la puerta abierta a que el empresario puede no aportar capital, y no ser propietario.

Pero, además, Marshall haría una aportación fundamental: el empresario es el cuarto factor productivo, y la capacidad de producción ya no sólo dependería de los otros tres factores (tierra, capital y trabajo) sino que las habilidades de coordinación del empresario eran claves. Para Marshall, el beneficio era la retribución que se obtenía por esta función de coordinación.



El empresario-riesgo de Knight. (siglo XX). Según Knight no se puede ser empresario sin asumir riesgos. La razón es que el empresario tiene que pagar los factores productivos para poder producir bienes y servicios (pago de salarios, de materias primas, de máquinas etc.). Sin embargo, el empresario no sabe con certeza si podrá vender sus productos, ya que la demanda nunca puede preverse con exactitud.

Por tanto, el empresario está asumiendo un riesgo, ante la posibilidad de perder parte o todo su dinero aportado. Así, **para Knight, el beneficio** es la recompensa por asumir ese riesgo.



El empresario innovador de Schumpeter (siglo XX). Schumpeter consideraba que ser empresario era ser innovador (algo parecido a lo que hoy entendemos por ser emprendedor), es decir, inventar un nuevo producto o una nueva forma de producir. Para Schumpeter, el empresario es el motor del cambio tecnológico y del crecimiento de la economía, ya que provoca continuas innovaciones que hacen mejorar la economía.



Así, si un empresario **genera una innovación**, es el único que produce ese bien, y obtiene un beneficio. Obviamente, si el producto funciona, será imitado por otros y sus beneficios disminuirán, por lo que se buscarán nuevas innovaciones. Este proceso de innovación-imitación-innovación fue bautizado por Schumpeter como “Destrucción creativa”.

Para Schumpeter, beneficio es por tanto la recompensa que percibe el empresario por su aportación al progreso tecnológico y crecimiento económico.



El empresario como tecnoestructura de Galbraith (siglo XX).

Una vez que las empresas son mayores, para poder conseguir el capital necesitan de muchos accionistas o socios que aporten capital. Es complicado que todos estos socios se reúnan a menudo y lleguen a acuerdos. Además, para dirigir una empresa se requieren muchos conocimientos que no tienen los propietarios.



Por estos motivos, las grandes empresas delegan la dirección en un conjunto de profesionales expertos en sus áreas (economistas, contables, abogados etc.). **Para Galbraith, el empresario es este grupo de personas expertas de distintas áreas que dirige, y que llamó tecnoestructura.**



Además, Galbraith destaca que la división entre propietarios y directivos lleva a un conflicto en los objetivos empresariales: los propietarios desean la obtención de los mayores beneficios posibles, mientras que **los directivos**, que son los que toman las decisiones, **tienen unos objetivos más amplios, como crecimiento de la empresa, prestigio personal etc**



El empresario como descubridor de nuevas oportunidades (siglo XX). Kizner establecía que el empresario es aquel está buscando continuamente nuevas oportunidades de negocio. De esta manera, el empresario intenta detectar aquellas necesidades que no están cubiertas

Por tanto, Kizner destaca la importancia de innovar al igual que hacía Schumpeter.

En los últimos años, algunos empresarios como Steve Jobs se han hecho mundialmente famosos por su capacidad de innovar y crear nuevos productos como el iPhone o iPad. Sin embargo, para innovar no hace falta ser un genio como Jobs, basta con ver alguna necesidad no cubierta. Una sencilla plataforma como wallapop o blablacar se han hecho famosas al permitir a los consumidores ponerse en contacto para ofrecerse bienes o servicios, una necesidad no cubierta hasta entonces.

El empresario actual (siglo XXI).



En la actualidad el **EMPRESARIO ES UN LÍDER** que tiene que dirigir y organizar todos los elementos de la empresa para conseguir unos objetivos. Pero debemos distinguir su papel dependiendo de si hablamos de grandes o pequeñas empresas.

En las **grandes empresas**, los propietarios suelen ser una gran cantidad de socios o accionistas que han aportado un capital y su objetivo es obtener un beneficio. Mientras, la dirección suele llevarla un equipo de profesionales, normalmente con una gran formación, y que, con frecuencia, tienen un mayor poder al de los propietarios.

Aquí el empresario es un profesional que dirige la empresa, y que arriesga su prestigio y su puesto de trabajo.

En las **pequeñas empresas**, el propietario suele ser también el empresario que se encarga de dirigir. Estos empresarios suelen tener poca formación profesional y suelen basar sus decisiones en la experiencia adquirida con los años, aunque los resultados pueden ser igualmente buenos.

En este caso, el empresario arriesga su capital y dirige la empresa, por lo que si la empresa va mal pueden perder mucho dinero.



● El empresario y sus funciones:

Una vez vista la evolución histórica, ya estamos en condiciones de conocer todo lo que hace el empresario. Las 4 principales funciones del empresario son: planificación, gestión, organización y control.

FUNCIONES DEL EMPRESARIO



Evolución histórica sobre el empresario

EMPRESARIO MERCADER

Empresario como un comerciante que gestiona y controla sus negocios.



Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill,

XVIII

EMPRESARIO HOMBRE DE NEGOCIOS

Empresario como un agente compra los factores de producción y luego vende sus productos a un precio incierto, es decir, asume riesgos.



Marshall

XIX

EMPRESARIO RIESGO

Empresario como persona que asume un riesgo, ya que no sabe si venderá



Schumpeter

XX

EMPRESARIO COMO TECNOESTRUCTURA

El empresario es este grupo de personas expertas de distintas áreas que dirige, y que llamó tecnoestructura,



Kizner

XX

EMPRESARIO ACTUAL

Líder que tiene que dirigir y organizar todos los elementos de la empresa para conseguir unos objetivos.



XXI

XVI-XVII

XVIII-XIX

XX

XX

Galbraith

EMPRESARIO CAPITALISTA

El empresario era propietario del negocio, normalmente las grandes fábricas, quién aportaba el dinero y lo dirigía personalmente.



EMPRESARIO ORGANIZADOR

Empresario como aquel que dirige y organiza.



EMPRESARIO INNOVADOR

Empresario como persona que Innova y es el motor del progreso y el crecimiento



EMPRESARIO COMO DESCUBRIDOR DE NUEVAS OPORTUNIDADES

Empresario es aquel está buscando continuamente nuevas oportunidades de negocio.



3. LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y DEL EMPRENDIMIENTO

EL EMPRENDIMIENTO comienza con la identificación de una oportunidad de negocio. A partir de ahí, algunas personas desarrollan una idea y reúnen los recursos necesarios para llevar a cabo dicha idea creando una empresa. Al crear esta empresa.

Identificación oportunidad negocio → desarrollo idea

EMPRENDIMIENTO



→ creación de empresa

ACTIVIDAD EMPRESARIAL



La actividad empresarial y el emprendimiento tienen una gran importancia, ya que pueden transformar la sociedad de las siguientes maneras:

1 Mejora la calidad de vida de las personas

Las empresas y los emprendedores buscan oportunidades de negocio tratando de satisfacer mejor las necesidades de los ciudadanos o ayudándoles a solucionar mejor sus problemas. Para ello crean nuevos bienes y servicios o mejoran los ya existentes.



2 Crea puestos de trabajo.

Para poder producir los bienes y servicios son necesarios trabajadores. Por lo tanto, el emprendimiento y la actividad empresarial genera puestos de trabajo que garantizan ingresos para los trabajadores y para los propios emprendedores.



3 Fomenta el crecimiento económico del país

Cuanto mayor sea la actividad empresarial y emprendedora, se podrán producir más bienes y servicios y de mayor valor. Además, al haber una mayor cantidad de empresas, se genera una mayor competitividad, que hace que las empresas se deban esforzar por producir bienes y servicios de más calidad. Todo ello lleva a crecimiento económico y por tanto a mayores beneficios de las empresas, más salarios para los trabajadores, y en definitiva, a una mayor riqueza para el país.



4 Contribuye al pago de impuestos y de cotizaciones a la seguridad social.

Con la actividad empresarial las empresas deben pagar una serie de impuestos y de cotizaciones a la seguridad social. Esta mayor cantidad de impuestos luego es reinvertida en sanidad, educación, carreteras, parques etc. de los que toda la sociedad puede beneficiarse. Con las cotizaciones a la seguridad social, los trabajadores pueden recibir prestaciones en el futuro, como por ejemplo pensiones, baja por maternidad y paternidad etc.



5 Permite el desarrollo personal.

Además de los beneficios económicos, las personas emprendedoras obtienen un mayor desarrollo personal. Las personas que inician sus propios proyectos se sienten más realizados y estimulados, lo que se traduce en mayor felicidad. Además, los emprendedores motivan a otras personas a emprender y generar nuevas oportunidades para los demás, por lo cual existirá mayor bienestar para todos.



6 Contribuye a la innovación y el desarrollo tecnológico.

Con en el emprendimiento se buscan nuevas ideas y oportunidades de negocio, lo que lleva a una mayor innovación. Con el objetivo de destacar sobre la competencia, muchas empresas invierten en ciencia y tecnología para así crear mejores productos. Todo ello lleva a un mayor desarrollo tecnológico del que se beneficia toda la sociedad.



En definitiva, el emprendimiento y la actividad empresarial es muy importante para una sociedad, ya que contribuye al desarrollo económico, social y tecnológico.



4. MUJER Y EMPRENDIMIENTO

Acabamos de ver la importancia del emprendimiento en la sociedad ya que contribuye al desarrollo económico, social y tecnológico. Históricamente el emprendimiento fue llevado principalmente por hombres, y aunque el peso de las mujeres emprendedoras cada vez es mayor, el emprendimiento femenino se encuentra en ocasiones con una serie de dificultades y problemas mayores que las de los hombres.



• Dificultades del emprendimiento femenino

- Falta de financiación. Las mujeres suelen tener más problemas para que los bancos les presten dinero para iniciar su negocio, o para que los inversores quieran invertir en negocios liderados por mujeres.

- Brecha salarial y techo de cristal. La brecha salarial es la diferencia existente entre los salarios recibidos por hombres y por mujeres (en España, una mujer cobra de media un 15% menos a la hora que un hombre). El techo de cristal son las dificultades con las que se encuentran las mujeres para ascender en sus trabajos y llegar a puestos de más responsabilidad (que son los mejor pagados). Ambas situaciones que las mujeres tengan menos capacidad de ahorro y por lo tanto, tengan más difícil iniciar un proyecto.

- Desequilibrio en la vida laboral y familiar. Debido a tradiciones y a roles de género, existe un reparto muy desigual en lo que se refiere al cuidado de hijos y otras tareas del hogar. De media, las mujeres españolas dedican 5 horas al día a estas tareas frente a las 2 horas y media de los hombres. Esta mayor carga de tareas familiares, deja a las mujeres con menos tiempo para poder iniciar su propio negocio.

- Autominusvaloración de las mujeres. Los estereotipos de género que pasan de generación en generación también acaban por afectar a las propias mujeres. Muchas mujeres asumen que su rol en la sociedad se debe centrar en la familia y por tanto su trabajo vale menos, o que no deben aspirar a crear sus propios negocios para no ser tachadas de exceso de ambición.



*Un 35% de las mujeres emprendedoras no se ven capaces de emprender con éxito. Sin embargo, **las mujeres están cada vez más preparadas**. Por ejemplo, en España, el 54% de las mujeres de entre 25 y 34 años tenía estudios superiores en 2020, en comparación con un 41% de los hombres.*

- Falta de referentes. En ocasiones las mujeres no se ven como emprendedoras porque las mujeres emprendedoras no tiene tanta visibilidad como los hombres. Actualmente hay 130 millones de mujeres que lideran empresas en el mundo. Hay que destacar que en España hay más igualdad que en otros lugares y como líderes emprendimiento femenino en Europa, ya que hay 9 mujeres emprendedoras por cada 10 hombres (mientras que en la UE son solo 6 mujeres por cada 10 hombres).

Ya hemos hablado de Coco Chanel, Joanne Rowling, Angi Cabal, Cristina Balbás y de Pedrita Parker (Estefi Martínez), pero ya ves que ¡hay 130 millones de ejemplos!



• Ventajas del emprendimiento femenino.

A pesar de estos obstáculos, cada vez son más las mujeres que deciden emprender y que demuestran tener grandes habilidades para la administración de empresas. Todo esto se traduce en una serie de ventajas para la sociedad.



Contribuye a una mayor igualdad de género. El emprendimiento femenino permite a las mujeres llevar a cabo sus propias ideas de negocio, lo que contribuye a eliminar estereotipos sobre el valor de las mujeres (¡YES, YOU CAN!)



Genera riqueza y empleo. El 50% de la población son mujeres y por tanto suponen la mitad del potencial de una sociedad para poder progresar y desarrollarse. El emprendimiento femenino puede contribuir al desarrollo económico de un país, ya que, al crearse un mayor número de empresas, se genera más riqueza y empleo.



Fomenta la innovación. Las mujeres son una gran fuente de creatividad al añadir una nueva perspectiva, lo que les ayuda a identificar oportunidades de negocio que tal vez no sean cubiertas por hombres. De hecho, algunos estudios recalcan que las empresas lideradas por mujeres tienen una mayor capacidad de innovación y creatividad, y obtienen mejores resultados a largo plazo que las dirigidas por hombres.



Sociedades más igualitarias. Las empresas lideradas por mujeres, pueden contribuir a la reducción de la pobreza y la desigualdad social, al proporcionar oportunidades económicas a mujeres que de otra manera estarían en situaciones de vulnerabilidad.



Aumenta la representación de las mujeres en puestos de liderazgo. Aunque cada vez hay más mujeres emprendedoras, las mujeres todavía tienen problemas para llegar a dirigir las empresas más grandes. En Europa solo el 4% de las empresas que ingresan más de un millón de euros al año están dirigidas por mujeres. El emprendimiento femenino puede contribuir a aumentar la representación de las mujeres en puestos de liderazgo en el mundo empresarial.



En definitiva, el emprendimiento femenino puede ser muy beneficioso tanto para las mujeres como para la sociedad en general.

5. LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

Para emprender es necesario que tengamos creatividad para generar ideas que puedan solucionar los problemas de una manera diferente. Sin embargo, el simple hecho de tener una idea no es suficiente. Así, diferenciamos creatividad e innovación.



CREATIVIDAD. Es la capacidad de generar nuevas ideas o mejorar las existentes para crear algo nuevo. Por ejemplo, Steve Jobs fue creativo cuando tuvo la idea de que se podía incorporar internet a un teléfono móvil y de esa manera estar siempre conectado.

INNOVACIÓN. Es llevar la creatividad a la práctica. Es decir, cuando creamos un producto, proceso o modelo de negocio y lo introducimos en el mercado. Por ejemplo, con su idea Steve Jobs creó en 2007 el iPhone 2G (el iPhone original), un teléfono táctil con acceso a internet que vendió 6 millones de unidades en su primer año.

Por tanto, ya podemos definir qué es la innovación:

LA INNOVACIÓN supone la creación de nuevos o mejores productos, procesos de producción o modelos de negocio que satisfacen mejor nuestras necesidades y solucionan mejor nuestros problemas.

“La clave de la innovación es levantar el culo y hacer algo. Mucha gente tiene ideas, pero pocas se deciden a hacer algo con ellas. No mañana. No la semana que viene. Hoy.”

• Tipos de innovación

Podemos establecer diferentes clasificaciones de innovación:

a) Según la aplicación de la innovación.

- **Innovación de producto.** Es la introducción en el mercado de nuevos productos o mejorados a través de nuevas características, materiales, componentes o funciones. Por ejemplo, la Tablet (producto nuevo) o el ordenador táctil (nueva característica)

- **Innovación de proceso.** Consiste en una nueva manera fabricar o distribuir los productos para aumentar su eficiencia o calidad. Por ejemplo, Amazon ha incorporado robots en su sistema de producción para mejorar la rapidez de sus envíos.

- **Innovación de marketing.** Consiste en la aplicación de un nuevo modo de comercializar el producto. Por ejemplo, el cambio del envase o diseño del producto, una nueva forma de dar publicidad al producto etc. Un ejemplo es cuando Coca Cola vendió sus refrescos con el nombre de las personas en el envase.

- **Innovación de organización.** Es la introducción de una nueva forma de organizar la empresa, el lugar de trabajo o la forma de trabajar. Por ejemplo, muchas empresas han implantado el teletrabajo o la jornada laboral de 4 días para aumentar la productividad de sus trabajadores.

b) Según el grado de originalidad

1. Innovación incremental. Son pequeñas modificaciones o mejoras en productos existentes, de manera que ahora son más atractivos. No tienen por qué suponer una gran revolución, aunque en algunos casos sí que puede suponer una gran mejora.

Hay muchos ejemplos que suponen simplemente añadir elementos a un producto. Por ejemplo, antiguamente para fregar los suelos las personas tenían que arrodillarse y frotar con un cepillo o similar. Sin embargo, alguien pensó que se podía incorporar un palo, lo que permitía fregar de pie, con menos esfuerzo y más velocidad. Otro ejemplo es cuando a los teléfonos móviles se les incorporó una cámara.

En otras ocasiones, la innovación consiste en sustituir elementos. Como cuando se crearon los productos “light” que quitan azúcar o grasas y lo sustituyen por otros ingredientes.

Es decir, la innovación incremental no supone una creación 100% original.

2. Innovación radical. Es la introducción de un producto completamente nuevo que implica un cambio revolucionario en la sociedad. Algunos ejemplos son la creación de internet (1989), que revolucionó la manera en la que podemos acceder a la información, el primer iPhone de 2007, que permitió una conectividad haya donde nos encontremos, o el avión que cambió por completo la forma en la que podemos viajar.

Como vemos, la innovación incremental puede cambiar completamente el mundo.

c) Según el público al que se dirige.

- **Innovación social.** Su principal objetivo es buscar un beneficio en la sociedad. Como la creación de vídeos educativos en Youtube que pueden ser aprovechados de manera gratuita por millones de alumnos.

- **Innovación ambiental.** Son innovaciones que contribuyen a mejorar o proteger el medioambiente. Por ejemplo, la creación de envases biodegradables.

- **Innovación tecnológica.** Se refiere a la creación o adopción de nuevas tecnologías para mejorar los productos o procesos. Por ejemplo, la creación de la banca online que ha permitido mejorar los servicios de los bancos, al no ser necesario desplazarse a la oficina.

• Teorías de la innovación

Dentro de las teorías de la innovación podemos destacar las siguientes:

A) LA TEORÍA DE SCHUMPETER

Schumpeter afirmó que el desarrollo económico de una sociedad es impulsado por la innovación. Según su teoría, la innovación es impulsada por los emprendedores que buscando aumentar sus beneficios, querrán introducir nuevos y mejores productos, procesos o modelos de negocio para reemplazar a los anteriores al satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

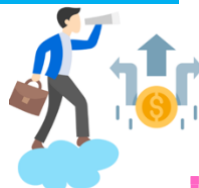


Así, al buscar beneficios, los empresarios generan innovaciones que consiguen hacer progresar a la sociedad, creando nuevas tecnologías y destruyendo a las anteriores. A este proceso, Schumpeter lo llamó “destrucción creativa”. Un ejemplo lo tenemos en el mundo de la música: la cinta de casete fue sustituida por el CD, que a su vez fue reemplazado por el reproductor mp3, que recientemente ha sido sustituido por servicios de streaming como Spotify. Cada nueva innovación supuso una mejora, a la vez que acabó con el modelo anterior.



B) LA TEORÍA DE DRUCKER

Para Drucker, la innovación es el proceso mediante el cual los emprendedores identifican nuevas oportunidades de negocio y crean soluciones para satisfacer las necesidades de los clientes. Además, Drucker indica los siguientes principios de la innovación:



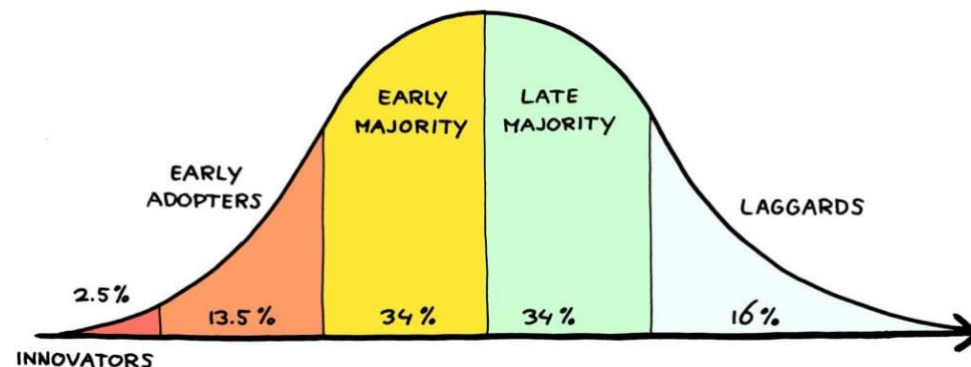
- La innovación se basa en el análisis de oportunidades de negocio.
- La innovación implica salir a la calle a observar, preguntar y escuchar.
- La innovación debe ser enfocada en una sola cuestión y empezar siendo pequeña.
- La innovación busca que la empresa sea líder en su campo.
- La Innovación es esfuerzo, más que genialidad.

Drucker también destacó la importancia de la innovación continua para el éxito de las empresas. En su opinión, las empresas deben estar constantemente innovando para mantenerse competitivas y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

C) LA TEORÍA DE LA DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN DE ROGERS

Se centra en el proceso mediante el cual las innovaciones se extienden en una sociedad. Según esta teoría, los innovadores adoptan nuevas tecnologías antes que otros grupos y luego se propagan a través de los diferentes grupos. Estos grupos son los siguientes:

- Innovadores.** Son los primeros en adoptar una idea, producto o servicio nuevo. Buscan resolver los problemas ellos mismos, no que otros les den la solución.
- Primeros seguidores (Early adopters).** Adoptan lo nuevo cuando consideran que habrá un beneficio en su negocio. No tienen miedo a asumir las nuevas ideas.
- Mayoría precoz.** Están predispuestos a adoptar lo nuevo cuando ya muchos lo han hecho. No se lanzan a las ideas que acaban de salir.
- Mayoría tardía.** Tienen dificultades para adoptar lo nuevo y sólo lo hace cuando ya todos lo han hecho.
- Rezagados.** No quieren adoptar las nuevas ideas y quieren mantener las ideas o productos tradicionales.



D) TEORÍA DE LA INNOVACIÓN DISRUPTIVA DE CHRISTENSEN

Según Christensen, las empresas en ocasiones no adoptan grandes innovaciones disruptivas (que lo cambian todo) porque estas no se ajustan a sus clientes más rentables. Por este motivo, las empresas suelen centrarse en una innovación incremental donde se centran en mejorar sus productos para satisfacer las necesidades de sus clientes actuales, en lugar de explorar nuevas tecnologías y mercados emergentes.

Sin embargo, las innovaciones disruptivas a menudo comienzan como productos que atienden a mercados pequeños y menos rentables, y luego mejoran para competir en los mercados más grandes y rentables. Así, aquellos que apuestan por estas innovaciones disruptivas acaban por ser más eficientes y acaban por desplazar a sus competidores.

En resumen, la teoría de la innovación disruptiva de Christensen destaca la importancia de estar atentos a las tecnologías emergentes y de tener una mentalidad innovadora para adaptarse a los cambios en el mercado.



E) LA TEORÍA LA INNOVACIÓN DE PORTER

Porter se centra en el papel de la innovación en la creación y mantenimiento de ventajas competitivas. Es decir, la innovación es la clave para que las empresas puedan mantener una ventaja sobre sus competidores.

Según Porter, la innovación puede ser una fuente clave de ventaja competitiva en tres áreas:

- 1 Diferenciación de productos y servicios.** Las empresas pueden innovar en sus productos y servicios para crear algo único y valioso que les permita diferenciarse de sus competidores. Como Apple, que continuamente busca crear nuevos y mejores productos (iPhone, iWatch, iPad etc).
- 2 Mejores procesos de producción.** Las empresas pueden innovar en sus procesos para mejorar su eficiencia, reducir costes y ofrecer precios más competitivos. Como Toyota, que gracias a sus innovaciones en la producción han podido abaratar costes y bajar precios convirtiéndose en el primer vendedor de automóviles del mundo.
- 3 Nuevos modelos de negocio.** Las empresas pueden innovar en sus modelos de negocio para crear nuevas formas de crear y entregar valor, lo que les permite ganar ventaja sobre sus competidores. Por ejemplo, Ikea revolucionó el mundo del mueble con un modelo que se basa en que los propios clientes pueden montar los muebles a un precio mucho más reducido.



LA TEORÍA DE SCHUMPETER

LA TEORÍA DE DRUCKER

LA TEORÍA DE ROGERS

LA TEORÍA DE CHRISTENSEN

LA TEORÍA DE PORTER



• Estrategias de innovación

Las empresas pueden llevar a cabo diferentes estrategias de innovación con los que crear o mejorar productos, procesos o modelos de negocio. Algunas de las principales son:



1. Estrategia ofensiva o de líder

Esta estrategia busca ser el líder del mercado, gracias a la introducción continua de nuevos productos y procesos. Se basa en ser el primero en detectar necesidades del mercado y encontrar manera de satisfacerlas, de manera que en ocasiones se crean productos que no existían (como el iPad). Con esta estrategia se suele invertir mucho en investigación y tecnología, por lo que se asumen riesgos, pero si sale bien, la rentabilidad es muy alta. Un ejemplo de empresa que lleva esta estrategia es Apple.

2. Estrategia defensiva o de seguidor

Esta estrategia consiste en seguir las innovaciones que hace el líder, una vez que se ha comprobado que estas han tenido éxito, por lo que el riesgo es menor. El objetivo es tratar de reaccionar de manera rápida a lo que hace el líder, incluso añadiendo alguna característica que pueda mejorarlo. Samsung en sus primeros años es un ejemplo.

3. Estrategia imitativa.

Esta estrategia se basa en copiar productos existentes en el mercado. Las empresas que adoptan esta estrategia buscan ofrecer productos similares a precios más bajos, por lo que tratan de producir con menores costes. Un ejemplo es Huawei.

4. Estrategia oportunista o de nicho de mercado.

Esta estrategia consiste en centrarse en satisfacer las necesidades de un pequeño grupo de consumidores (un nicho de mercado) que normalmente no están siendo atendidos por los grandes competidores. Por ejemplo, la empresa GoPro, se especializó en cámaras para deportes extremos.

5. Estrategia tradicional.

Con esta estrategia apenas se introducen modificaciones en los productos. Suelen ser negocios artesanales o artísticos, que compiten por su buena relación calidad-precio, su ubicación o con ligeros ajustes estéticos para satisfacer los gustos del cliente,

6. DIGITALIZACIÓN Y TENDENCIAS EMERGENTES

• ¿Qué es la digitalización?

LA DIGITALIZACIÓN es el proceso de transformación de la información analógica (como imágenes, sonidos, texto y otros datos) en un formato digital que se puede analizar, almacenar y transmitir a través de dispositivos electrónicos (como ordenadores o smartphone) y redes de comunicaciones (como internet).

Por ejemplo, antiguamente las fotos las manteníamos en formato físico, pero ahora las podemos guardar de manera digital en nuestros dispositivos.

• La nuevas tendencias y tecnologías emergentes



La digitalización implica la necesidad de utilizar tecnología digital que permita capturar, almacenar, procesar y distribuir toda la información. En los últimos años han surgido muchas tecnologías digitales que han tenido un gran impacto y que han acelerado el proceso de digitalización, provocando una auténtica revolución digital.

Algunas de las tendencias y tecnologías emergentes son:

1 Internet de las cosas (IoT). La IoT permite la conexión de diferentes dispositivos entre sí a través de internet. Por ejemplo, hay vehículos que llevan integrado un GPS que nos dice a tiempo real cuál es la mejor ruta según el tráfico, o nos avisa si hay algún atasco.

2 La nube. La nube permite acceder a la información desde cualquier lugar en el que tengamos conexión a internet. Además, facilita el intercambio de datos y el trabajo compartido entre varias personas.



3 Big data y analítica. El big data permite el análisis de una gran cantidad de datos que provienen de varias fuentes (redes sociales, smartphones, dispositivos conectados a internet etc.) Este análisis les permite a las empresas obtener información valiosa, como qué nos atrae más, qué o quién nos influye, cuándo compramos o dónde lo hacemos.

4 Inteligencia artificial (IA). La IA permite a las máquinas aprender tareas que requieren inteligencia humana y mejorar la ejecución de dichas tareas a través del análisis de datos. Por ejemplo, Netflix o TikTok utilizan la IA para entender los gustos de los usuarios y recomendarles videos en base a dichos gustos.



5 Realidad aumentada (RA) y Realidad virtual (RV). La Realidad aumentada (RA) permite incluir elementos digitales dentro del mundo físico que nos rodea. Así, una cámara detecta el entorno y luego la RA



incluye las imágenes digitales. Un ejemplo son los filtros de Instagram que detectan la cara de la persona y le añaden diferentes dibujos.

La Realidad virtual (RV) crea un ambiente totalmente nuevo, es decir que sustituye lo real por un contenido 100% virtual. Un ejemplo son los videojuegos donde podemos ir con nuestro personaje a diferentes escenarios.

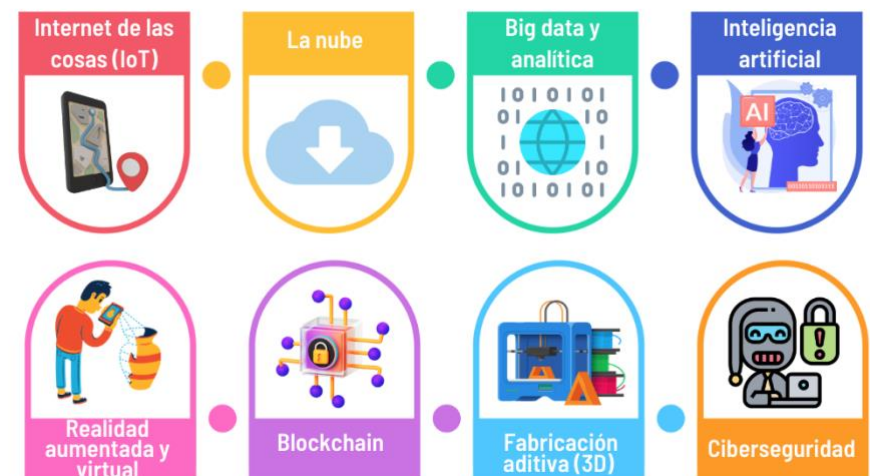
6 Blockchain (cadena de bloques). El blockchain permite crear un registro seguro para transmitir la información digital sin que esta se puede copiar o falsificar, lo que es clave para realizar las transacciones sin necesidad de intermediarios. Es en definitiva un gran registro digital (como una hoja de Excel gigante) que permite almacenar la información de manera segura y permanente. Su uso más conocido es para las transacciones de criptomonedas.



7 Fabricación aditiva (impresión 3D). La impresión en 3D permite hacer prototipos de productos, piezas de repuesto, productos personalizados etc. Esto permite la reducción en el uso de materiales y de herramientas, lo que lleva a menores costes para las empresas y a la generación de menos residuos, con lo que se protege al medioambiente.



8 Ciberseguridad. Cada vez tenemos más información digital, lo que ha llevado que, en los últimos años, haya más delitos en el mundo digital que en el físico. La ciberseguridad es la protección de los sistemas informáticos, dispositivos electrónicos y redes, con el objetivo de evitar la interrupción de los servicios o el robo de datos digitales, dinero de la banca electrónica, criptomonedas etc. Así la ciberseguridad incluye medidas como el encriptado de datos, la identificación de usuarios, la actualización automática del software etc.



• El impacto de la digitalización en la sociedad y en la economía

En los últimos años estamos presenciando una revolución digital y tecnológica que está transformando el mundo y la forma en la que vivimos, trabajamos y nos relacionamos.

Algunos de los principales impactos de esta revolución digital y tecnológica son:

- **Inmediatez de información.** La tecnología ha permitido que la información esté disponible y accesible de manera muy inmediata. Las personas pueden acceder a noticias, datos y conocimientos desde cualquier lugar y momento. Esto ha tenido grandes cambios en la forma en la que las personas toman decisiones o se educan.



- **Cambios en la forma de comunicación.** Las redes sociales, el correo electrónico o los mensajes instantáneos han permitido que la comunicación sea más rápida, lo que ha tenido un gran impacto en la forma que las personas se relacionan.

- **Nuevas formas de trabajo.** Las nuevas tecnologías han cambiado la forma en la que las personas trabajan y colaboran entre sí con más posibilidades a través de videoconferencias, correo electrónico o la nube. También ha dado posibilidades al teletrabajo, lo que facilitará la conciliación de la vida familiar.



- **Transformación de la economía.** Las nuevas tecnologías han transformado el mundo de los negocios y han facilitado la innovación en tres sentidos principalmente:

a) **Innovaciones de productos.** Las nuevas tecnologías digitales permiten mejorar los productos existentes o incluso crear otros completamente nuevos. Es el caso de los automóviles, cuyos elementos digitales llegan a casi la mitad del valor del producto.



b) **Innovación de procesos.** La incorporación de nuevas tecnologías permite reducir los costes de los procesos productivos y reducir el tiempo de fabricación o envío. Por ejemplo, Amazon es capaz de enviar productos en menos de un día desde sitios lejanos.



c) **Innovación en modelos de negocio.** La digitalización también permite que aparezcan negocios nuevos. Por ejemplo, el servicio de coches compartido de BlaBlaCar o Uber, o los servicios de streaming de Netflix o Spotify.



• Retos de la digitalización de la economía

No todo son ventajas en la revolución digital, y es que todos estos cambios plantean una serie de retos a los que el mundo tendrá que poner solución de alguna manera:

- **Los delitos digitales.** El mundo digital ha provocado nuevas actividades delictivas: el fraude digital, el ciberterrorismo, la piratería, y el mal uso de los datos de los clientes.

- **La vigilancia en masa.** Las grandes compañías como Google o Facebook tienen cada vez más información. Saben dónde vivimos, qué comemos o a dónde viajamos.

- **Fake news.** Cada vez tenemos que esforzarnos más para distinguir la verdad de la ficción. Esta situación se debe en gran medida a que medios profesionales se han visto remplazados por los medios sociales, donde la motivación de muchas personas consiste en atraer a los usuarios a los contenidos, para luego ganar dinero con publicidad. Estas personas no quieren informarnos, sólo quieren nuestra atención.

- **Cambios en las habilidades de los trabajadores.** Los trabajadores deben adaptarse al cambio continuo de las nuevas tecnologías digitales. Aquellos que no se adaptan lo suficientemente rápido, podrán tener problemas para encontrar empleo.

- **Desigualdad digital.** La revolución digital trae consigo más desigualdad en donde las personas que no tienen acceso a recursos digitales pueden quedarse excluidas de las oportunidades que trae consigo la digitalización.

RETOS DE LA DIGITALIZACIÓN



7. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (I+D+i)

• ¿Qué es el I+D+i?

El I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) es el gasto que realizan muchas empresas o el Estado en investigación para adquirir conocimientos que puedan ser aplicados a mejorar productos o procesos productivos.

El gasto en I+D+i de un país **se considera clave para el progreso técnico (mejor tecnología)** y que la sociedad siga avanzando.



El término I+D+i engloba 3 actividades.

1 La investigación. Tenemos que diferenciar la básica y la aplicada.

- **La investigación básica** son los experimentos o trabajos teóricos con los que se busca aumentar el conocimiento científico, pero su fin no es llegar a una aplicación práctica concreta. *Por ejemplo, investigación de cómo bacterias y virus afectan al cuerpo humano.*
- **La investigación aplicada.** Está dirigida a conseguir una aplicación práctica de los hallazgos que hemos conseguido con la investigación aplicada. *Por ejemplo, la búsqueda de un medicamento que cure el resfriado*

2 Desarrollo. Son las actividades que tratan de aprovechar todos los conocimientos aprendidos en la investigación para desarrollar nuevos productos o procesos productivos. *Por ejemplo, el ibuprofeno.*

3 Innovación. Ocurre cuando las novedades son introducidas en el mercado. Recordemos que, según su aplicación, la innovación podía ser de producto, de procesos, de marketing o de organización.



• El papel del I+D+i en el desarrollo social y empresarial

El I+D+i es muy importante para el desarrollo social y empresarial de un país. Podemos destacar las siguientes razones:

1. Genera conocimiento. La investigación aumenta el conocimiento científico en diferentes áreas, lo que ayuda a conocernos mejor el mundo y aprendamos a dominarlo, lo cual es clave para el avance de la sociedad.

2. Mejora la calidad de vida. La aplicación de los conocimientos permite desarrollar nuevos productos que den mejor solución a los problemas de las personas. Por ejemplo, medicamentos que mejoren la salud, técnicas de cultivo que mejoren nuestra alimentación, generación de nuevas energías que nos ayuden a desplazarnos o a calentarnos etc.

3. Solución de problemas sociales y ambientales. Los avances científicos del I+D+i pueden dar solución a problemas que preocupan a toda la sociedad. Por ejemplo, pueden ser claves para poner soluciones a pandemias, la escasez de agua o el cambio climático.

4. Desarrollo tecnológico. El I+D+i es muy importante para el desarrollo de nuevas tecnologías, lo que contribuye a la modernización de la sociedad y la transformación del mundo en el que vivimos.

5. Mayor productividad para las empresas. La innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías permite mejorar procesos de producción y reducir los costes de las empresas.

6. Mayor competitividad y nuevas oportunidades de negocio. Las empresas que invierten en I+D+i pueden desarrollar nuevos productos y descubrir nuevas oportunidades de negocio, lo que les permite destacar en mercados globales.



PRODUCTO FINAL. LA BATALLA INTERIOR DEL GUERRERO

A lo largo de este curso vamos a desarrollar nuestras habilidades emprendedoras, pero para ello es imprescindible conocernos a nosotros mismos. Saber cuáles son nuestros puntos y débiles y nuestra actitud hacia la vida, nos ayudará a saber aquellos puntos en donde tenemos que trabajar y los que podemos explotar. Y es que la mayoría de dificultades a las que nos vamos a enfrentar en esta vida no están ahí fuera, sino que parten de limitaciones desde dentro de nuestra propia cabeza.

“La mayor de las batallas se lucha en el interior”

PASO 1. Empezaremos realizando un test sobre nuestras habilidades emprendedoras que vamos a clasificar en 4 categorías. Marca con una X la respuesta a cada pregunta. Debes sumar la puntuación obtenida en cada categoría:

Siempre = 4 puntos, Casi siempre = 3 puntos; A veces = 2 puntos; Nunca = 1 punto.

CATEGORÍA 1: HABILIDADES PERSONALES	NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. ¿Eres persistente y tienes la capacidad de superar obstáculos?				
2. ¿Tomas decisiones con facilidad?				
3. ¿Te consideras una persona organizada y disciplinada?				
4. ¿Tienes confianza en que lograrás lo que te propones?				
5. ¿Te recuperas pronto de tus fracasos?				
PUNTUACIÓN TOTAL				
CATEGORÍA 2: HABILIDADES SOCIALES	NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. ¿Eres capaz de comunicarte eficazmente con diferentes tipos de personas?				
2. ¿Eres un buen oyente y eres capaz de poner en práctica lo que aprendes?				
3. ¿Te sientes cómodo en situaciones sociales?				
4. ¿Eres un buen negociador y sabes cómo persuadir a los demás?				
5. ¿Eres capaz de trabajar en equipo y liderar grupos?				
PUNTUACIÓN TOTAL				

CATEGORÍA 3: HABILIDADES EMOCIONALES	NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. ¿Eres capaz de controlar tus emociones y manejar el estrés o la rabia?				
2. ¿Eres capaz de ponerte en el lugar de los demás y entender su punto de vista?				
3. ¿Eres capaz de aceptar la crítica constructiva?				
4. ¿Eres capaz de mantenerte motivado mucho tiempo?				
5. ¿Eres capaz de hacer valer tu punto de vista sin herir los sentimientos de los demás?				
PUNTUACIÓN TOTAL				
CATEGORÍA 4: HABILIDADES CREATIVAS	NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. ¿Eres capaz de encontrar soluciones creativas a tus problemas?				
2. ¿Estas abierto a nuevas experiencias y a romper con la rutina?				
3. ¿Se te ocurren algunos productos nuevos que podrían crear las empresas?				
4. ¿Te gusta viajar a nuevos lugares, escuchar varios tipos de música o ver series de todo tipo?				
5. ¿Propones nuevos planes alternativos para ti y para tus amigos?				
PUNTUACIÓN TOTAL				

PASO 2. Una vez que tenemos la puntuación total de cada una de las 4 categorías debemos comunicarla al profesor. El profesor debe clasificar a los alumnos en 4 grupos de manera que en cada grupo estarán los alumnos que han sido mejores en cada categoría:

- Grupo 1. Alumnos con más puntuación en la categoría de habilidades personales.
- Grupo 2. Alumnos con más puntuación en la categoría de habilidades sociales
- Grupo 3. Alumnos con más puntuación en la categoría de habilidades emocionales.
- Grupo 4. Alumnos con más puntuación en la categoría de habilidades creativas.

Nota. Cada alumno solo puede estar en una categoría. Si algún alumno tiene más puntuación en varias categorías, deberemos situarlo en el grupo que consideremos más oportuno. La idea es que todos los grupos deben tener un número de miembros similar.

Una vez que ya están formados estos 4 grupos por el profesor, este les da lista a los alumnos para que formen sus equipos como ellos quieran. Cada equipo debe tener 4 alumnos y solo hay una restricción: solo puede haber un alumno de cada categoría. Es decir, cada equipo debe tener un alumno del grupo 1, otro del grupo 2, otro del grupo 3 y otro del grupo 4. De esta manera nos aseguramos que cada equipo tiene un alumno que es bueno en cada una de las diferentes categorías.

Esta elección es importante, estos grupos serán los que tengamos que mantener el resto del año. Hay que elegir bien al compañero de viaje.

PASO 3. Una vez que tenemos formados los equipos, toca hacer una descripción de cada uno de los miembros hablando de nuestros puntos fuertes. basarnos en las puntuaciones más altas que hemos obtenido en la tarea anterior e incluso añadir cosas nuevas.

Debemos hacer una tabla en donde venga en la primera columna el nombre del alumno, en la segunda la puntuación obtenida en cada categoría, y en la tercera una descripción de sus principales habilidades. *(te dejo de ejemplo qué podría poner una de las alumnas).*

Ejemplo

Miembro del equipo	Puntuación por categoría	Principales habilidades
Lucía	1→ 18 pts 2→ 17 pts 3 →16 pts 4→ 10 pts	Soy una persona muy persistente y no me rindo a las primeras de cambio. Me organizo muy bien y no me cuesta tomar decisiones. Además, me gusta escuchar a los demás y me siento muy cómoda relacionándome con otras personas.
Carlos	
Juan	
Claudia	

PASO FINAL. Elaboración de la ficha para la carpeta del equipo.



Con la información de todos los miembros del equipo debemos rellenar la siguiente ficha que puedes **descargar aquí:** [plantilla para formar equipos “la batalla interior del guerrero”](#).

Miembro del equipo	Puntuación por categoría	Principales habilidades

Esta ficha ya rellenada la guardaremos dentro de nuestra carpeta de equipo. En dicha carpeta iremos añadiendo el resto de fichas que iremos haciendo a lo largo del curso.