ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO

4º de ESO

Libro de la asignatura para el alumnado

Curso 2026/2027

Economía con Inma

www.economiaconinma.com

ÍNDICE

UD 1: ECONOMÍA, ESCASEZ Y TOMA DE DECISIONES 5

1.1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA? 5

1.2. ESCASEZ ABSOLUTA Y RELATIVA 9

1.3. TOMA DE DECISIONES 16

1.4. EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS 20

UD 2: AGENTES ECONÓMICOS Y SU RELACIÓN 22

2.1. FACTORES PRODUCTIVOS 22

2.2.AGENTES ECONÓMICOS Y SU RELACIÓN 29

2.3. EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO 35

2.4. COMERCIO Y BIENESTAR 40

2.5. COMERCIO Y DESIGUALDAD 43

UD 3: EDUCACIÓN FINANCIERA 53

3.1.¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN FINANCIERA? 53

3.2. BIENESTAR FINANCIERO 55

3.3. EL PRESUPUESTO 59

3.4. EL SISTEMA FINANCIERO 67

3.5. PRODUCTOS DE AHORRO 71

3.6. PRODUCTOS DE INVERSIÓN 76

3.7. FUENTES DE FINANCIACIÓN-PRÉSTAMOS. 79

3.8. FUENTES DE FINANCIACIÓN-CRÉDITOS. 84

3.9. MEDIOS DE PAGO 87

3.10. LOS SEGUROS 93

UD 4: EMPRENDEDOR Y SOFT SKILLS 96

4.1. EMPRENDER Y EMPRENDEDOR 96

4.2. HARD SKILLS VS SOFT SKILLS 98

4.3. HABILIDADES PERSONALES 100

4.4. HABILIDADES SOCIALES 103

UD 5: GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE 108

5.1. CONCEPTO DE INCERTIDUMBRE 108

5.2. ANÁLISIS DE ESCENARIOS 110

5.3. DIVERSIFICACIÓN DE RIESGOS 114

5.4. DESIGN THINKING 114

UD 6: BUSCANDO OPORTUNIDADES 118
6.1. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO 118
6.2. ENTORNO AMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA 132
6.3. ENTORNO SOCIAL DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA 135
6.4. ENTORNO CULTURAL DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA 139
6.5.OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y DESARROLLO LOCAL 141
6.6. LA INNOVACIÓN COMO FUENTE DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL 143
UD 7: A POR LA IDEA DE NEGOCIO 147
7.1. LOS EQUIPOS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES 148
7.2. ESTRATEGIAS ÁGILES DE TRABAJO EN EQUIPO 149
7.3. A POR LA IDEA DE NEGOCIO 153
7.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES EN LA EMPRESA 160
7.5. LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE ENTIDADES EMPRENDEDORAS 163
7.6. FUNCIONES EN LA EMPRESA 167
7.7. CANVA DE NUESTRO PROYECTO 171
UD 8: EL ENTORNO DE LA EMPRESA 181
8.1. EL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA 183
8.2. EL ENTORNO ESPECÍFICO DE LA EMPRESA 185
8.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA 188
UD 9: EL PROTOTIPO 194
9.1. PLANIFICACIÓN DE UN PROYECTO. 194
9.2. DEL RETO AL PROTOTIPO 196
9.3. PRESENTACIÓN E INTRODUCCIÓN DEL PROTOTIPO EN EL ENTORNO 200
9.4. VALIDACIÓN Y TESTADO DEL PROTOTIPO 203
9.5. DERECHOS SOBRE EL PROTOTIPO 206
9.6. VALORACIÓN DEL PROCESO DE TRABAJO 209
9.7. EL USUARIO COMO CONSUMIDOR 209
UD 10: FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA 213
10.1. FUENTES DE FINANCIACIÓN 213
10.2. FUENTES DE FINANCIACIÓN PROPIAS 215
10.3. FINANCIACIÓN AJENA 219
10.4. GESTIÓN DEL RIESGO FINANCIERO 224

CÓMO USAR ESTE LIBRO

Este libro recoge todo el temario de la asignatura publicado en la web Economía con Inma, organizado por unidades didácticas y apartados. Los vídeos, juegos y actividades interactivas no se pueden ver en papel: aparecen como enlaces que puedes abrir desde el PDF. Los documentos descargables (fichas y ejercicios) también aparecen como enlaces.

Consejo: si estudias en el ordenador o en el móvil, pulsa sobre cualquier título del índice para ir directamente a ese apartado.

UD 1: ECONOMÍA, ESCASEZ Y TOMA DE DECISIONES

Se considera **entorno** de algo o alguien al **conjunto de factores, tanto internos como externos,** que le afectan y que, por tanto, hay que tener en cuenta para tomar decisiones: no solo económicas o de asignación de recursos escasos y susceptibles de usos alternativos, sino todo tipo de decisiones.

Por ello, para analizar el entorno desde un punto de vista económico, partiremos del problema económico básico: la escasez de recursos y la necesidad de elegir. Esto es lo que haremos en esta primera unidad:

- Entender el **concepto de escasez**.
- Entender **cómo se toman decisiones** desde el punto de vista económico y cómo influye en ellas el comportamiento de las personas.

Saber básico y criterio de evaluación

- **ECE.4.B.1.** La perspectiva económica del entorno. El problema económico: la escasez de recursos y la necesidad de elegir. La elección en economía: costes, análisis marginal, incentivos. El comportamiento de las personas en las decisiones. Comercio, bienestar y desigualdades.
- **Criterio de evaluación 6.4.** Valorar críticamente el problema económico de la escasez de recursos y la necesidad de elegir, conocer la realidad económica andaluza y los principios de interacción social desde el punto de vista económico, aprovechando este conocimiento en el afrontamiento eficaz de retos.

Practica y repasa

Puedes acceder al libro del capítulo en formato online o descargarlo en PDF:

» **LIBRO ELECTRÓNICO:** https://designrr.page/?id=101514&token=2625730137&h=7648

» **Documento descargable: Libro: economía y toma de decisiones:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/11/ud1-economia-y-toma-de-decisione…

1.1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA?

En este primer apartado de la asignatura de Economía y Emprendimiento de 4º de ESO, nos vamos a acercar al **concepto de Economía**.

La **economía es una ciencia social** que estudia la forma de **administrar los recursos** disponibles, **que son escasos y además se pueden utilizar para distintas alternativas, con el fin de satisfacer las necesidades humanas de la mejor forma posible.**

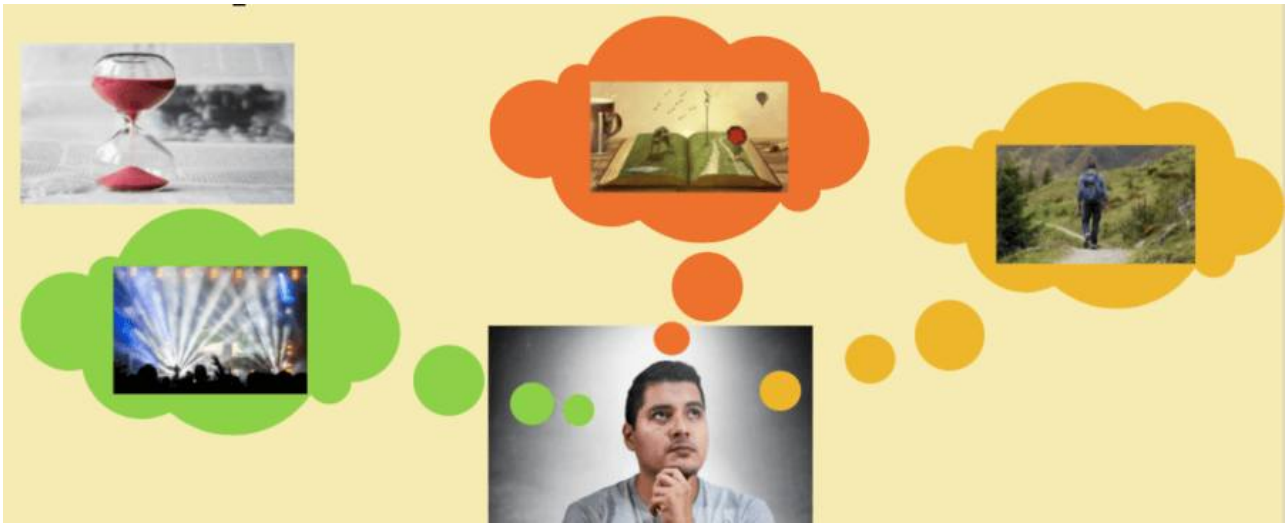
Veamos las distintas partes que aparecen en esta definición:

- Es una **ciencia social**, porque como todas las ciencias sociales, trata de resolver los problemas de la sociedad, en este caso al problema que la economía se enfrenta es a la administración de los

recursos escasos y además es una ciencia porque trata de dar respuesta a estos problemas desde un punto de vista racional, utilizando el método científico.

- Para administrar los recursos se tiene que decidir qué uso se da a esos recursos, porque los **recursos son escasos** y **son muchos los usos que se les pueden dar**. Por ejemplo, el dinero, el tiempo o las materias primas son recursos escasos que se pueden utilizar en muchas alternativas.





- Al ser los recursos escasos y muchos los usos que se les pueden dar, (necesidades infinitas), nos enfrentamos a un **problema de escasez**.



- Ese problema de escasez se va a resolver **decidiendo**, por lo que se dice que la economía es la **ciencia de las decisiones**, pero siempre que se toma una decisión se está renunciando a algo y el valor de esta renuncia es lo que se conoce como **coste de oportunidad**.



- Todas las decisiones que se toman **tienen un coste de oportunidad**, es por ello que se dice que «**Nada es gratis**» .

Nada es gratis. Russell Roberts (2001), "El corazón invisible: un romance liberal".

«La economía es una manera de ver el mundo. Nos recuerda constantemente que nada es gratis. Cada camino que tomamos deja atrás otro sin explorar y eso puede conducirnos a lamentarlo. Pero elegir es bueno. Y yo me alegro de vivir en un mundo donde las cosas tienen un precio. Un mundo sin consecuencias ni costes sería un mundo sin decisiones significativas. Una vida sin responsabilidades no sería una vida de adulto…es la vida de un animal, de un niño o de un robot.»

Veamos un ejemplo para explicar el apartado, aunque en la vida real te vas a encontrar muchos:

Mi madre tiene que hacer la compra hoy, podría ir al supermercado de Torreperogil, que está cerca de casa y se gastaría 100€ o puede ir a Úbeda y comprar lo mismo por 90€ gasolina incluida. ¿Cuál es el coste de oportunidad de comprar en Torreperogil? ¿Cuál es el coste de oportunidad de comprar en Úbeda?

En este caso nos enfrentamos a un problema de tener que decidir si nos ahorramos tiempo o dinero, dos de los recursos escasos que antes hemos comentado:

Si decidimos comprar en Torreperogil, estaríamos renunciando a comprar en Úbeda y ahorrarme 10€, por lo que:

COSTE OPORTUNIDAD(COMPRAR EN TORREPEROGIL)= 10€

Si decidimos comprar en Úbeda, estaríamos renunciando a comprar en Torreperogil y ahorrarse tiempo por lo que:

COSTE OPORTUNIDAD(COMPRAR EN ÚBEDA)= Tiempo de más que tardo en comprar en Úbeda

---

En la siguiente imagen se resume el apartado:



Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/QNAh3yKiMqY?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

1.2. ESCASEZ ABSOLUTA Y RELATIVA

En este apartado, se van a ver los conceptos de **escasez absoluta y escasez relativa**, entendiendo por escasez, la falta de recursos para atender a las necesidades.

Por lo tanto lo primero que se debería explicar es **qué es una necesidad**.

Una necesidad es la **carencia de algo**, por ejemplo, en esta foto se ve una persona desnuda, por lo que esta persona tendría carencia de vestimenta.



Pero además, para que exista necesidad**, la carencia de algo tiene que ir unido del deseo de satisfacerla**. Es decir, si esta persona que está desnuda quiere satisfacer la carencia de vestimenta, pues tendrá deseo de tener ropa, por lo que el estar vestido se convertirá en una necesidad. Pero sin embargo, si esta persona no tiene necesidad de vestirse, bien porque vive en un pueblo nudista, o bien porque es una persona que no ha nacido con esa necesidad, la carencia de ropa simplemente será escasez de vestidos, pero no será una necesidad.



Una vez que hemos visto qué se entiende por necesidad, nos deberíamos de plantear si todas las necesidades son iguales.

Este planteamiento nos va a permitir diferenciar las necesidades en dos grandes grupos:

- **Necesidades primarias**, que son todas las necesidades relacionadas con la supervivencia y con llevar una vida digna, como puede ser el comer o el tener una vivienda.
- **Necesidades secundarias**, que no son necesarias para vivir pero nos permiten mejorar nuestra vida como pueden ser tener relaciones sociales o el sentirse reconocido en el trabajo o tener un buen clima laboral.

Si pensamos **para qué necesidades faltan recursos**, podemos diferenciar entre:

Pobreza o escasez absoluta: si faltan recursos para cubrir las necesidades primarias. Como se puede ver en la foto. Tenemos una persona que no tiene recursos, incluso seguramente tenga hambre y le falte una vivienda o un techo donde vivir.



Escasez relativa o Económica: No faltan recursos, pero no hay suficientes para cubrir todas las necesidades que se desean. Es decir, se tienen recursos, pero las necesidades que se tienen son muchas más o todo lo que se desea no está cubierto, como por ejemplo vemos una persona que se siente sola, no tiene problemas de necesidades primarias porque las necesidades básicas están cubiertas, pero si tiene falta de relaciones sociales y por lo tanto tiene una necesidad sin cubrir.



En el siguiente pdf tenemos una dinámica para trabajar en grupo sobre las necesidades, está extraída de la Guía didáctica «Conecta con los ODS» de la Generalitat Valenciana:

» **Documento descargable: 229fe-necesidades-para-vivir-completo:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/11/229fe-necesidades-para-vivir-com…

Es de la escasez económica de la que trata la economía que además tiene dos características:

- **La escasez económica es universal**, es decir, le afecta a todo el mundo. Siempre se tiene la sensación de que faltan cosas y de que hay necesidades sin cubrir. Además, normalmente todo el mundo suele querer más de lo que tiene.



- **La escasez económica es relativa**, es decir, no todas las personas tienen las mismas necesidades y las tienen en el mismo grado o en el mismo nivel. Por ejemplo, una persona puede tener una necesidad de ganar cierto dinero y otra persona puede tener la necesidad de ser rico.



Por lo que el problema de la escasez económica es un problema que afecta a toda la sociedad, es por ello que la **economía se encarga de resolver el problema de la escasez económica, buscando el mejor uso que se puede dar a los recursos disponibles**.

En el siguiente vídeo se ve claramente la diferencia entre escasez absoluta o pobreza y escasez relativa o económica, se pregunta a niños de España y de Uganda que pidan tres deseos y se puede observar como los primeros piden deseos que satisfacen sus necesidades secundarias y en el caso de los niños de Uganda piden necesidades primarias.

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/OGiWh_Dr82g?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

» **Documento descargable: necesidades:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/

uploads/2024/11/40c67-necesidades.pdf

Analiza la siguiente frase de Mahatma Gandhi, relaciónala con lo aprendido en este epígrafe:

“El mundo es suficientemente grande para satisfacer las necesidades de todos, pero siempre será demasiado pequeño para la avaricia de algunos”

La siguiente imagen resume el tema:



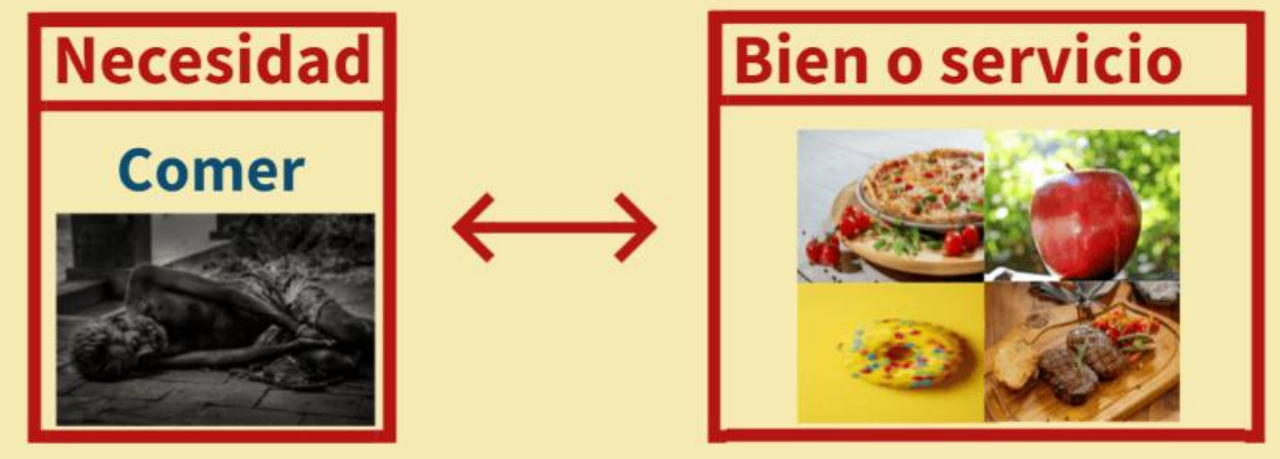
Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/IqC7aUdYbos?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

BIENES Y SERVICIOS

Los bienes y servicios son lo que **nos permite satisfacer las necesidades**, entendiendo por necesidad la sensación de carencia de algo unido al deseo de satisfacerla como acabamos de ver.

Por lo tanto, un bien o un servicio es aquello que permite satisfacer esa carencia. **Por ejemplo**, si tenemos necesidad de comer, un bien o servicio que puede cubrirla, puede ser, cualquier alimento o podría ser un restaurante.



DIFERENCIA ENTRE BIEN Y SERVICIO

Para ver la diferencia entre un bien y un servicio, veremos las características que las diferencian:

- Un **bien** es algo **material** es decir que tiene presencia física, sin embargo un **servicio es inmateri**al o intangible. Un ejemplo de algo material, puede ser una mesa y un ejemplo de algo intangible, puede ser el conocimiento.
- Los **bienes son productos** y por lo tanto, o provienen de la naturaleza o son fabricados y además **se puede transferir la propiedad,** sin embargo, **los servicios son actividades que son prestadas por personas y por lo tanto no hay un intercambio físico**. Un ejemplo de producto puede ser la mesa que antes hemos hablado, donde la mesa es fabricada y se puede transferir la propiedad, es decir, se puede vender o se puede regalar. Sin embargo, como actividad podemos poner como ejemplo un servicio educativo que son prestados por personas y no hay un intercambio físico, sino que lo que se intercambia es un intangible, que es el conocimiento.



Puedes ver el vídeo donde se explica la diferencia:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/kJuQ94WcMuw?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA: Indica 5 bienes o servicios, pueden no existir todavía , que cubran la necesidad de relacionarse socialmente y combatir la soledad.

1.3. TOMA DE DECISIONES

Como hemos comentado en el primer apartado la Economía es la ciencia de las decisiones, es decir la Economía ha de ser capaz de administrar los recursos escasos, dándoles el mejor uso posible y así satisfacer las necesidades humanas.

En este apartado nos vamos a centrar en el **proceso de toma de decisiones y en los factores que hay que tener en cuenta para tomar una decisión**. Al hablar de administrar y dar el mejor uso posible a los recursos se está hablando de tomar decisiones de **forma racional**, es decir haciendo uso de forma eficiente de toda la información disponible y pensando solo en nosotros mismos, pero no siempre las decisiones se toman de forma racional como demuestra el premio Nobel de Economía de 2017 Richard H. Thaler al estudiar la irracionalidad de las decisiones económicas a través de la economía conductual.

Ejemplos de irracionalidad en la toma de decisiones:

- Una de las razones de la irracionalidad es la capacidad limitada de autocontrol que tenemos los humanos, veámoslo en este vídeo:
  - Ejemplo test de la nube de azúcar

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/bdYcgb0-nsA?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

- Se podría extrapolar a los adultos cuando realizamos compras impulsivas que no necesitamos, en vez de ahorrar ese dinero.

FACTORES A TENER EN CUENTA AL TOMAR DECISIONES DE FORMA RACIONAL

COSTE DE OPORTUNIDAD

El **coste de oportunidad** es el valor de la renuncia, cuando nos enfrentamos a una decisión hay que analizar todas las posibilidades y elegir aquella que nos genere un mayor valor o beneficio, siendo el valor de la segunda mejor opción el coste de oportunidad.

Si en el ejemplo de una imagen, se tiene una mujer que tiene una cierta cantidad de dinero pudiendo elegir entre dar una entrada de una casa, ahorrar o comprarse un coche:



Si esta persona decidiera dar una entrada para una casa, estaría renunciando a ahorrar o a comprarse un coche, por lo que el **coste de oportunidad de dar la entrada de una casa** sería ahorrar o comprarse un coche.

Si la segunda mejor opción para esta mujer fuera ahorrar, el coste de oportunidad de dar la entrada de una casa sería tener un colchón financiero para posibles imprevistos.

Si la segunda mejor opción fuera comprarse un coche, al elegir la entrada de la casa, estaría renunciando, por ejemplo, a tener un medio de transporte que le permitiera moverse con más independencia.

COSTES IRRECUPERABLES

El siguiente factor que hay que tener en cuenta son los costes irrecuperables o también llamados costes hundidos, que son **aquellos pagos que ya se han realizado y que no hay que tenerlos en cuenta en las nuevas decisiones porque no se pueden recuperar**, por eso se dice que son costes irrecuperables.

Pongamos un ejemplo, una persona va al cine y paga la entrada, compra su ticket y una vez que está en el cine, la película es muy aburrida, no le está gustando nada y piensa «¿qué hago yo aquí?».

Si siguen el cine está cometiendo un error, porque independientemente de que se quede en el cine o de que se vaya a hacer otra cosa donde puede aprovechar mejor su tiempo, la entrada ya la ha pagado y no va a recuperar su importe.

Por lo tanto, a la hora de tomar sus decisiones, **la decisión correcta sería irse del cine y, por ejemplo, pues irse a su casa y aprovechar el tiempo en otras tareas**.



ANÁLISIS MARGINAL

El tercer factor que tenemos que tener en cuenta es lo que se conoce como **análisis marginal**, que son los **beneficios y costes adicionales de añadir atributos a mi decisión**. Por ejemplo, supongamos que me quiero comprar una televisión y tengo que decidir si la quiero. Es más, si la compro Smart, el beneficio adicional de que la televisión sea Smart será que me puedo conectar a Internet y no necesito ningún aparato para ver series, por ejemplo, en Netflix y el coste adicional será la diferencia de precio de una tele sin Smart TV y una tele con smart TV.



INCENTIVOS

El último factor que hay que tener en cuenta a la hora de tomar decisiones, son los incentivos, que son todos aquellos factores que influyen en el comportamiento, y pueden hacer varias la decisión a tomar.

Pueden ser **positivos** en forma de recompensas, premios o regalos. Por ejemplo, a la hora de comprar una tele nos podemos mover por un incentivo como las rebajas, o si una marca determinada tiene un gran descuento comprar esa marca,

Los **incentivos** también pueden ser **negativos** como los de castigos. Por ejemplo, si las madres de mis estudiantes castigarán sin móvil a los estudiantes por no aprobar, muchos alumnos harían todo lo posible por aprobar para no estar sin móvil.

EXPECTATIVAS

Un incentivo para tomar una decisión puede ser la expectativa que se tenga sobre algo, lo que puede influir positivamente o negativamente en nuestro comportamiento.

Una expectativa es algo que se **espera que pase**, muchas veces se basan en la experiencia previa y otras veces en deseos que tenemos nosotros mismos o que tienen otras personas hacia nosotros y que nos hacen actuar de una manera u otra.

Si la expectativa tiene como base nuestro pasado se conoce como expectativas adaptativas y la experiencia previa condiciona cómo vamos a actuar en el presente, aunque también son adaptativas cuando las expectativas se forman a base de rumores futuros.

Sin embargo si la expectativa, proviene del análisis de información que tenemos disponible se conoce como expectativa racional.

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/LXQRPGlYI3E?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Las expectativas que se tienen de uno deben ser realistas, porque sino pueden causar frustración.

Es interesante ver el efecto que tienen las expectativas sobre el comportamiento y cómo puede hacer que el creer en una expectativa puede llevar a que se ésta se cumpla, es lo que se conoce como profecía autocumplida o efecto Pigmalión.

Pongamos un **ejemplo de expectativas en Economía**, si yo pienso que la economía va a ir mal dejará de consumir para ahorrar por si hay imprevistos, si todo el mundo lo hace, al final la economía acabará en recesión debido a una contracción del consumo y lo mismo en caso contrario.

Vamos a ver algunos ejemplos:

Hace dos semanas compraste entradas para ir al teatro con tu madre, te costaron 60€, pero te han puesto un examen final al día siguiente y si no apruebas tendrás que ir a septiembre. Qué decisión sería la más aconsejable.

Explícalo en términos de coste de oportunidad y costes irrecuperables

Vamos a empezar calculando **el coste de oportunidad** de cada una de las opciones:

COSTE OPORTUNIDAD (IR AL TEATRO)=ESTUDIAR Y APROBAR

COSTE OPORTUNIDAD (ESTUDIAR)=DISFRUTAR TEATRO CON MI MADRE

Los costes irrecuperables serían los 60€ que me ha costado la entrada, ya que tome la decisión que tome no los voy a recuperar

LA DECISIÓN MÁS ACONSEJABLE SERÍA QUEDARME ESTUDIANDO, PORQUE PROBABLEMENTE MI MADRE PREFIERA QUE APRUEBE Y HABRÁ MUCHAS MÁS OPORTUNIDADES DE ESTAR JUNTAS.

Esta mañana cuando he ido a pagar en el supermercado, el cajero me ha ofrecido fresas que las acababan de bajar el precio. ¿Cómo se llama a esa acción? ¿Qué pretende con ella?

Rebajar las fresas es un incentivo positivo que pretende que el cliente cambie su comportamiento y compre las fresas debido a que están rebajadas

Estoy pensando cambiarme de teléfono, he visto 2 modelos que me gustan pero uno cuesta 100€ más que el otro pero su cámara es mejor. ¿Cuál el coste de oportunidad de elegir el barato y el caro?

El dependiente te ofrece contratar un seguro por 50€, ¿Cuál es el beneficio y coste marginal si decido contratarlo?

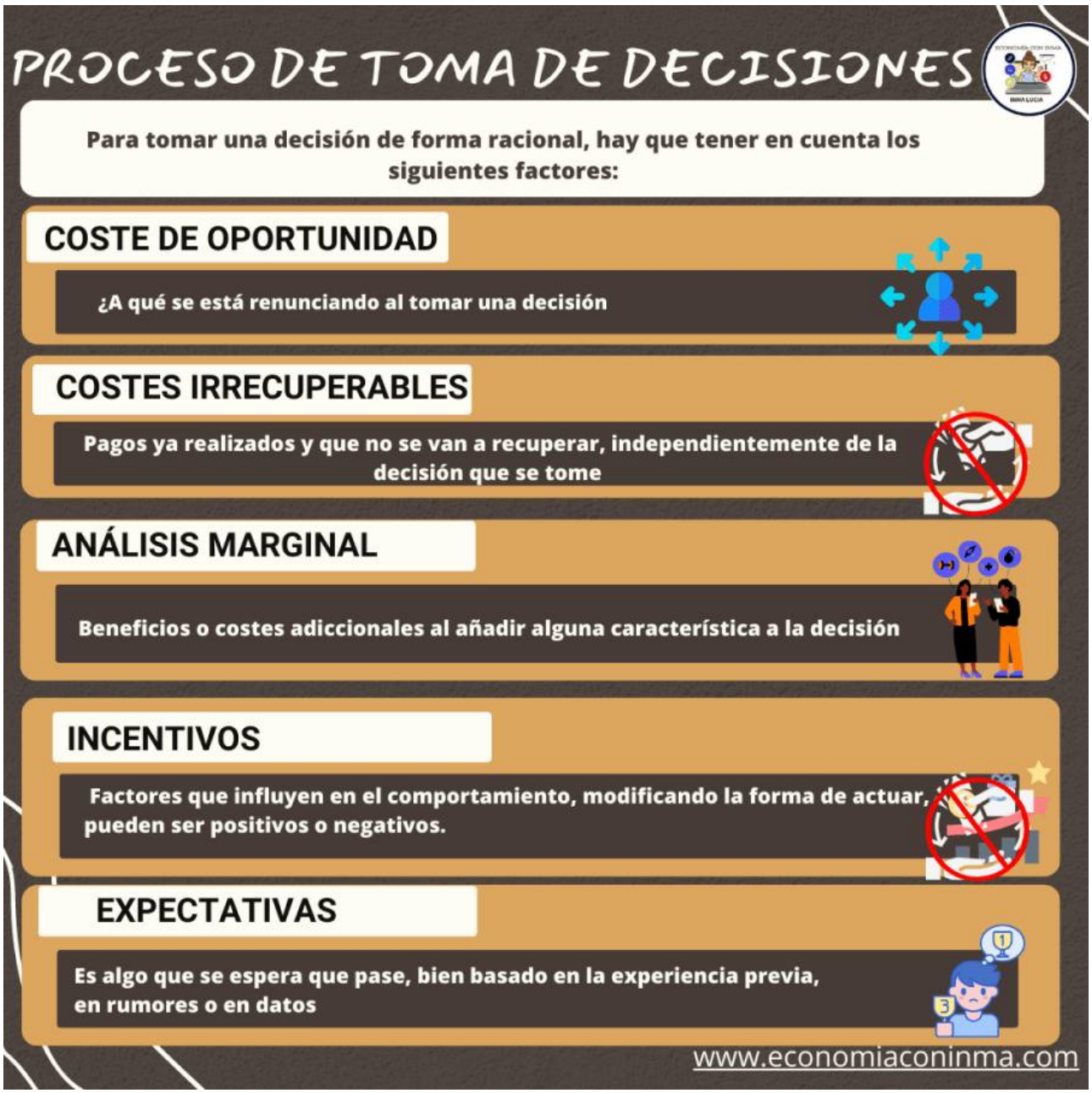
Coste oportunidad (barato)=mejor cámara

Coste oportunidad(caro)=100€

El coste marginal de contratar el seguro es su coste 50€ y el beneficio marginal, la cobertura que me ofrece

---

Puedes ver una imagen que resumen el apartado:



Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/gwXb_d8oYOw?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Para terminar, vamos a realizar la siguiente dinámica de grupo, «EL CÍRCULO DE LA POBREZA» extraída de ASDE España y adaptada de “Material de Educación En valores. Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre”. Manos Unidas.

» **Documento descargable: CÍRCULO DE LA POBREZA:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/2a517-circulo-de-la-po…

1.4. EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS

La economía conductual o economía del comportamiento analiza por qué las personas toman decisiones económicas no usando el principio de racionalidad, sino que se mueve por otra serie de razones a la hora de tomar sus decisiones. Estas razones también se conocen como sesgos cognitivos.

Visualiza el siguiente vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/8YbQ0Z5F7Is?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Vamos a ver un ejemplo contestando a las siguientes preguntas:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/66e5c0ae8aeadc5b5da7b4ec

En la primera pregunta nos hemos movido condicionados por el entorno de esta persona y por prejuicios, y en el segundo caso nos hemos movido por la esperanza de tener suerte en el azar.

Algunos de los factores o sesgos cognitivos que nos hacen alejarnos de las decisiones racionales son:

- **La impulsividad o el valor de lo inmediato**, como hemos visto en el apartado anterior, en la prueba del malvavisco, los niños se mueven por la sensación de placer inmediato sin valorar lo que puede ocurrir en el largo plazo.
- **El entorno, quedar bien, compromisos y no saber decir que «NO»**, la influencia de nuestro entorno y de las amistades hace que muchas veces tomemos decisiones equivocadas por no querer perder una amistad. Por ejemplo cuando se le presta dinero a un familiar o a un amigo aún sabiendo que es difícil que lo devuelva. (Normalmente se pierde el dinero y el amigo), o muchos adolescentes actúan movidos por el cabecilla del grupo, o actuar influenciados por el qué dirán. Otras veces se actúa de determinada manera para evitar los conflictos, asumiendo cargas de trabajo que no corresponden por no saber decir que no.
- **Marketing**, el marketing busca conseguir ventas, pero hay veces que se compra más movidos por la apariencia que por la calidad de un producto.
- **Infoxicación**, hoy en día, estamos rodeados de información que nos llega por todos los sitios y esto hace que nos sea difícil poder elegir por la cantidad de opciones que hay disponibles. Un ejemplo de esto son Spotify o Netflix
- **Personalidad**, hay personas más aversas al riesgo y que no toman decisiones por miedo a equivocarse, sin embargo hay otras más optimistas que piensan que van a tomar la decisión correcta o que si no la toman sabrán cómo afrontar los problemas, lo que influye a la hora de tomar las decisiones

---

Visualiza el siguiente vídeo, el test está extraído del vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/LgZjoNff5_E?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA: Pon un ejemplo de comportamientos no racionales de cada uno de los tipos y puedes añadir otros que se te ocurran

UD 2: AGENTES ECONÓMICOS Y SU RELACIÓN

El objetivo de esta unidad es entender cómo funcionan los intercambios en la sociedad. Para ello explicaremos en primer lugar lo que las empresas necesitan para producir, los llamados factores productivos, y cómo remuneran o pagan a los propietarios de esos factores por utilizarlos.

Después veremos cuáles son los distintos agentes que intervienen en la economía y cómo se relacionan entre ellos a través del flujo circular de la renta, explicando de forma sencilla el funcionamiento de los dos mercados implicados (bienes y factores). Este flujo muestra los intercambios que tienen lugar en una economía, es decir, el comercio, y veremos que, sin intervención del Estado, este comercio genera desigualdad, entre otras ineficiencias.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.B.2.** Los agentes económicos y el flujo circular de la renta. El funcionamiento de los mercados.
- **ECE.4.B.1.** Comercio, bienestar y desigualdades.
- **Criterio de evaluación 6.2.** Conocer y comprender con precisión los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios del ámbito económico y financiero, aplicándolos con coherencia a situaciones, actividades o proyectos concretos.
- **Criterio de evaluación 6.4.** Conocer los principios de interacción social desde el punto de vista económico.

Practica y repasa

Puedes ver y descargar el tema en PDF:

» **Documento descargable: Tema: agentes económicos y su relación:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ud-2-agentes-economico…

2.1. FACTORES PRODUCTIVOS

Los **factores de producción o recursos productivos**, son todo aquello que se necesita para producir. Es decir, son los inputs o entradas en un proceso de producción.

Veámoslo con un ejemplo, para producir una mesa necesitaremos madera, necesitaremos un carpintero y necesitaremos herramientas. Cuando combinemos las tres cosas, conseguiremos producir nuestra mesa.



CLASIFICACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

Para clasificar los factores productivos, lo haremos **en función de su procedencia** pudiendo clasificarlos en los siguientes grupos:

- **Factor tierra o los recursos naturales**: son todos aquellos factores que provienen de la naturaleza. Por ejemplo, la madera que necesitamos para producir la mesa o el trigo que se necesita para producir el pan o la leche de una vaca que se necesita para producir mantequilla.



Además de los productos tanto agrícolas como ganaderos, podemos incluir los recursos del mar y los recursos de la tierra, como puede ser la pesca o los minerales.

El factor tierra se puede dividir a su vez en:

- **Recursos no renovables**, que son aquellos que se pueden agotar y son limitados y por lo tanto, un uso abusivo de ello va a hacer que no podamos seguir consumiéndolo. Por ejemplo. Los minerales o el petróleo
-



- **Recursos renovables**, que no se agotan ya que la naturaleza tiene capacidad de regenerarlos como puede ser un bosque, que si se tala de manera responsable se regenerará, o las energías renovables como la luz solar o la eólica, que existen de forma infinita la naturaleza.



- El **factor trabajo**, está compuesto por **toda actividad humana**, tanto física como intelectual, que interviene en el proceso productivo.

Si nos referimos a la cantidad de trabajo que intervienen procesos productivos, estaríamos hablando de **mano de obra o fuerza laboral**, pero si nos referimos a la calidad en forma de conocimientos, experiencias, formación, estaríamos hablando de **capital humano**.



Cuanto mayor sea el capital humano de una sociedad, mejor será la calidad de su mano de obra.

Vamos a ver ejemplos relacionados con los anteriores, para hacer una mesa se necesitaría un carpintero, el panadero se encargaría de la elaboración del pan y el granjero haría la mantequilla.



Hoy en día ya la gente no ordeña la leche de forma manual, sino que utiliza maquinaria o como veremos ahora, factor capital. Pero si se siguen necesitando trabajadores, aunque la producción cada vez está más automatizada o mecanizada. Por ejemplo, en la granja, si está automatizada, hará falta una persona que controle que todo funciona de la manera adecuada.

- El **factor capital**, está compuesto por todos los recursos materiales o inmateriales que no proceden de la naturaleza y que no son humanos, vamos a diferenciar entre capital físico y capital financiero.
  - El **capital físico** está formado por todos los bienes que han sido producido anteriormente y que permiten a la empresa producir, como pueden ser los edificios o locales donde se sitúa la empresa, el mobiliario, la maquinaria, las herramientas, los ordenadores, las existencias, etc.
  - El **capital financiero**, es el dinero necesario para poder producir.

Veamos ejemplos el factor capital, sobre todo capital físico, relacionados con los ejemplos anteriores, tenemos que para fabricar la mesa se necesitan herramientas, para fabricar el pan se necesita un horno y para fabricar la mantequilla primero hay que ordeñar la leche, por lo cual se necesitarán ordeñadoras.



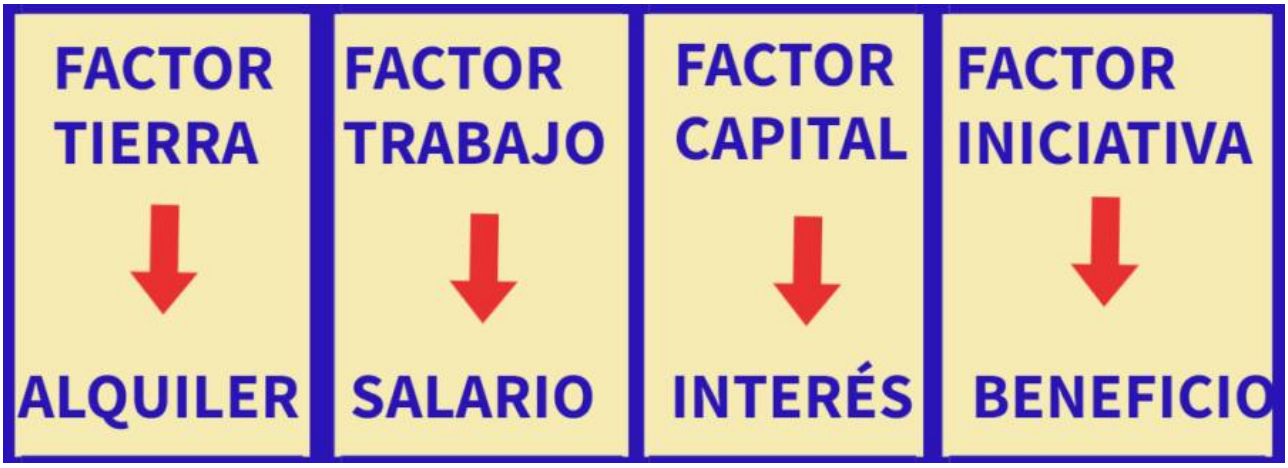
- Por último, vamos a hablar del cuarto factor, que es **la iniciativa empresarial o el empresario**. Los anteriores factores por sí solos no tienen la capacidad para producir, sin embargo, con un empresario que planifique, organice, gestione y controle todo el proceso, la producción si es posible.



RENTAS DE LOS FACTORES PRODUCTIVOS

La **renta** es la remuneración de un recurso productivo, es decir lo que recibe el propietario del factor por la cesión de su uso:

Según el tipo de factor que sea, a esa renta se le va a llamar de una manera u otra, como podemos ver en la siguiente imagen:

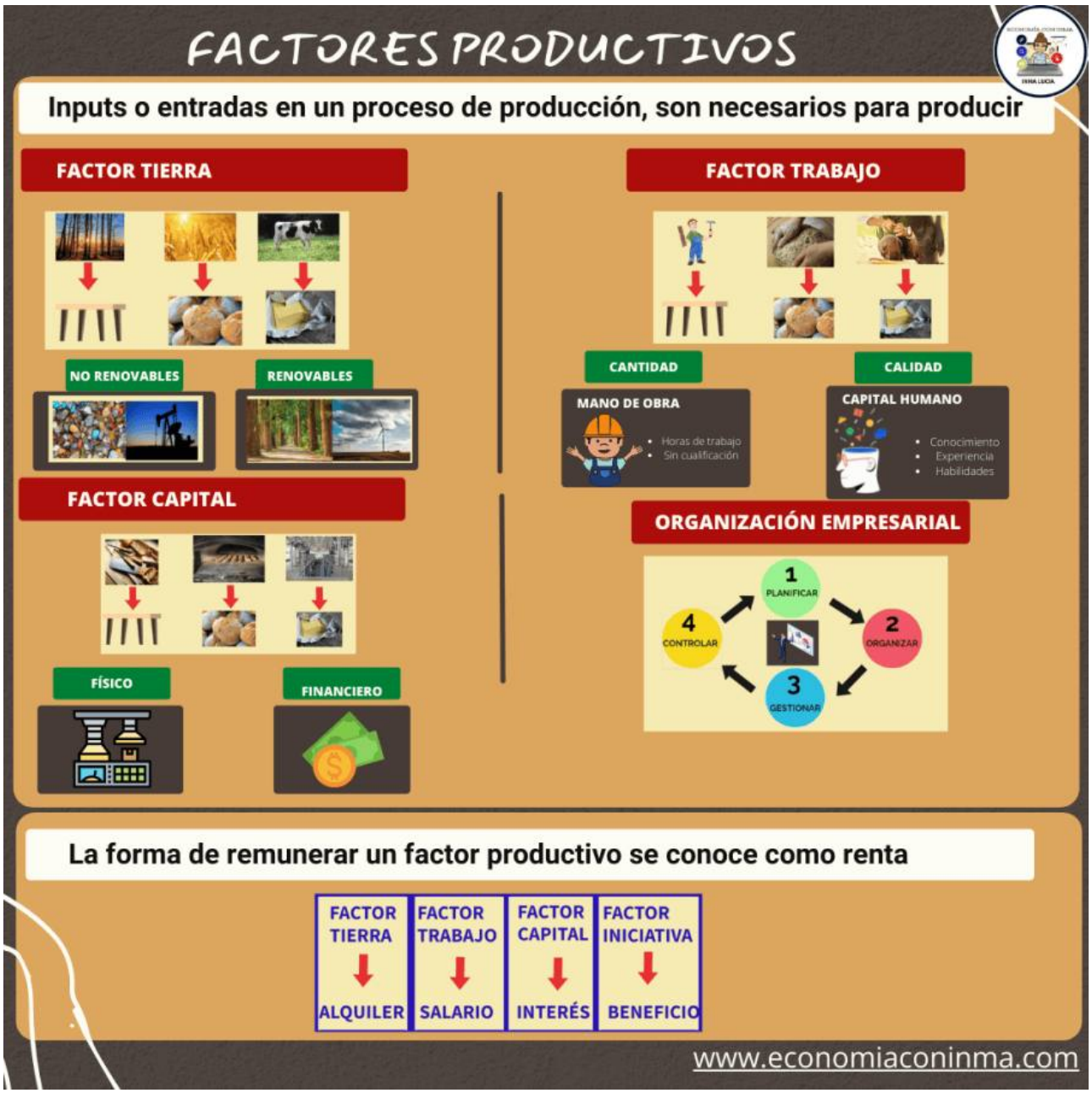


EJERCICIO-EJEMPLO

Piensa en una cafetería e indica tres factores de cada uno de los tipos indicados:

FACTOR TIERRA	FACTOR HUMANO	FACTOR CAPITAL
Agua	Camarero/a	Local
Luz	Cocinero/a	Lavavajillas
Aceite	Limpiador/a	Estanterías

En la siguiente imagen puedes ver un resumen del apartado:



EJERCICIO: Tus amigos y tú queréis montar una banda de rock, para tocar en fiestas y bodas, indica qué factores productivos necesitas y clasifícalos. Puedes hacerlo rellenando la siguiente tabla, añadiendo tantas filas como necesites:

RECURSOS NECESARIOS	FACTOR TIERRA	FACTOR HUMANO	FACTOR CAPITAL

EJERCICIO 2: Investiga qué recursos naturales y humanos tiene Andalucía

Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/ITXYqohPGko?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

FICHA DE EJERCICIOS

» **Documento descargable: factores productivos:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/3e28e-factores-product…

2.2.AGENTES ECONÓMICOS Y SU RELACIÓN

AGENTES ECONÓMICOS

Los agentes económicos son los responsables de tomar decisiones económicas, es decir deben decidir que hacer con sus recursos escasos para maximizar su utilidad.

Los agentes económicos se dividen en tres grandes grupos:

- **Las familias o economías domésticas**, cuyo objetivo es maximizar su su felicidad individual. Es decir, van a consumir aquello que les dé mayor satisfacción teniendo en cuenta su presupuesto y sus preferencias.
- **Las empresas**, son las encargadas de producir y distribuir, y las decisiones las van a tomar intentando maximizar su beneficio, teniendo en cuenta su presupuesto y todas las posibilidades a su alcance.
- **El sector público**, encargado de legislar y regular el marco económico, aparte de proveer ciertos bienes y servicios públicos, siendo su objetivo maximizar el bienestar de la sociedad, para ello contarán con un presupuesto público y tienen que tener en cuenta las preferencias de la sociedad.

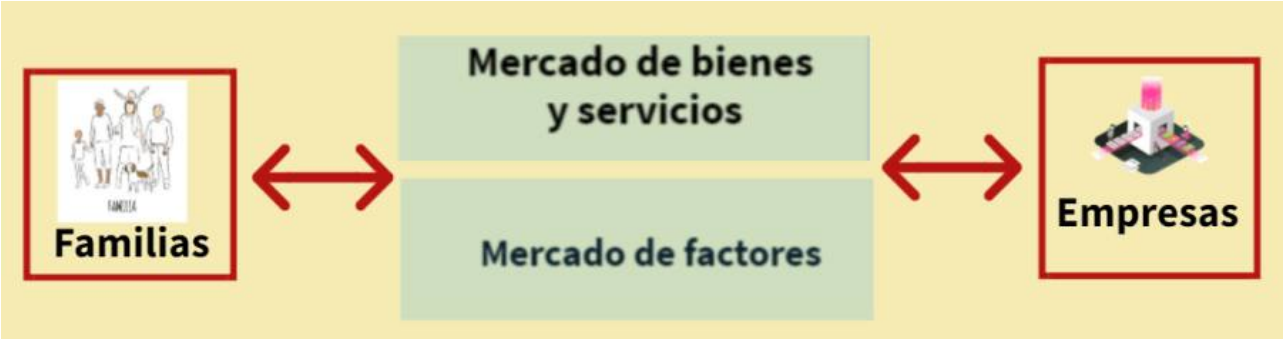


FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA

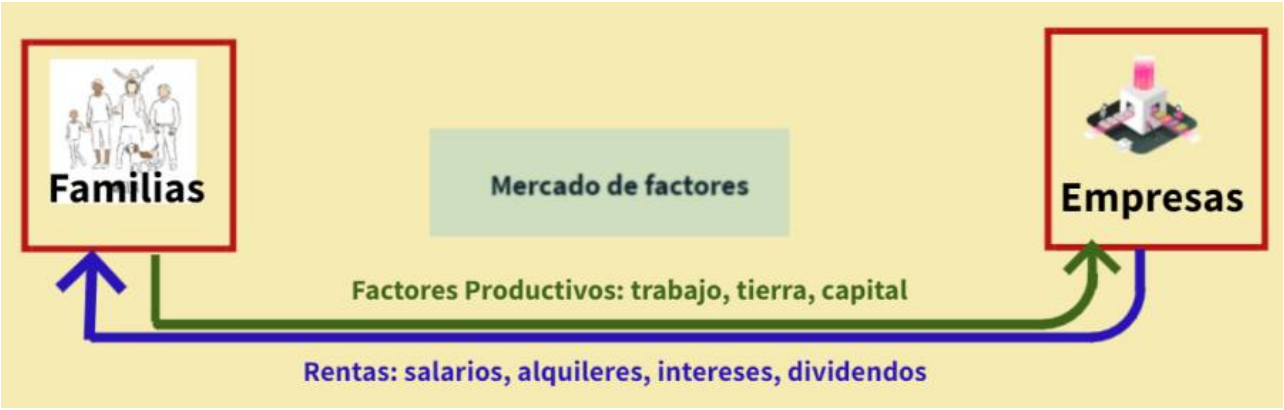
El **flujo circular de la renta** es un modelo económico, es decir una simplificación de la realidad que mediante una representación gráfica muestra las relaciones que tienen los distintos agentes económicos.

Las **familias y las empresas se relacionan en dos mercados**:

- En el **mercado de bienes y servicios**, donde van a intercambiar los bienes y servicios de consumo
- En el **mercado de factores productivos** donde se van a intercambiar factores productivos.



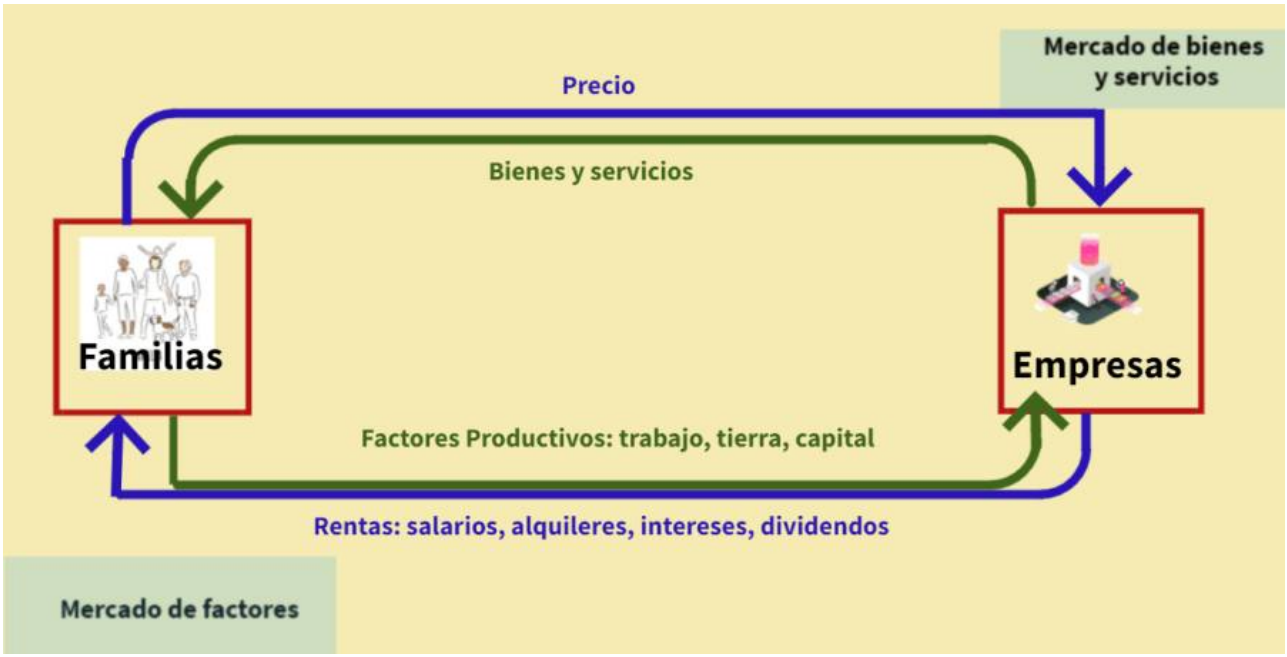
En el **mercado de los factores productivos**, las familias ofrecen sus recursos productivos a las empresas a cambio de rentas: ofrecen su mano de obra a cambio de un salario, ofrecen las tierras que tienen disponibles a cambio de alquileres u ofrecen el capital que tienen disponible a cambio de un interés a las empresas que lo demandan.



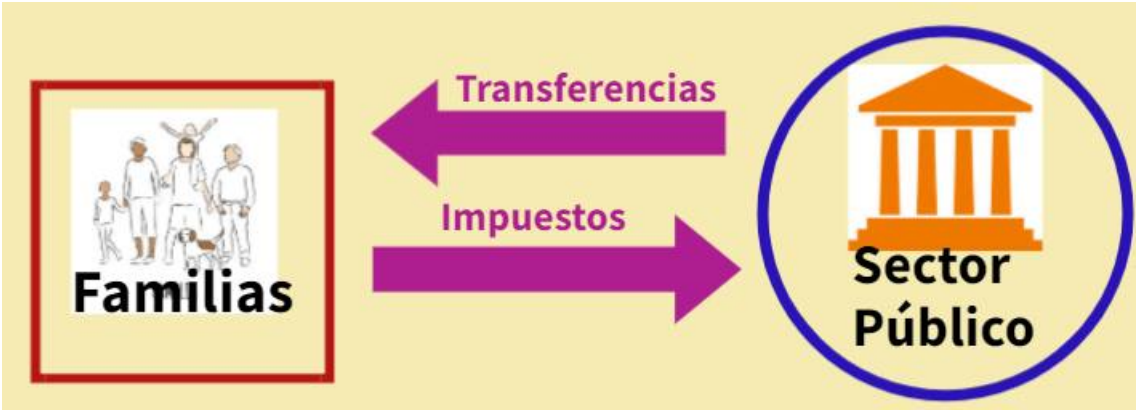
En el **mercado de bienes y servicios**, las empresas ofrecen los bienes y servicios que producen a las familias que los demandan y pagan un precio por ellos.



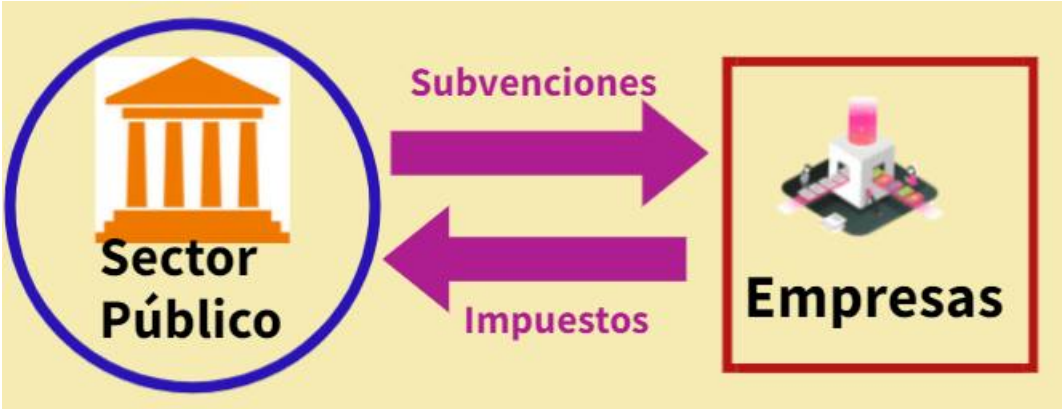
Las empresas con los beneficios pueden seguir produciendo y contratando recursos productivos, cuyas rentas reciben las familias que van a poder seguir consumiendo:



Este sería el **flujo circular de la renta de una economía sin sector público**, pero las economías tienen sector público, vamos a suponer que el sector público no produce bienes y servicios (aunque en realidad los produce). La relación que tiene el estado con las familias es que las economías domésticas pagan impuestos y a cambio reciben transferencias del sector público, transferencias que por ejemplo, pueden ser pues las becas de estudios, o pueden ser prestaciones de desempleo o pensiones.



Por otro lado, el sector público y las empresas se relacionan de la siguiente manera: las empresas pagan impuestos al sector público y a cambio reciben subvenciones.



Esto sería el flujo circular de la renta de una economía donde el sector público solamente vela por el buen funcionamiento del sistema, pero que no produce ningún bien o servicio público.



Por último, comentar que el flujo circular de la renta tiene dos flujos:

Un flujo monetario que está medido en unidades monetarias, que lo vemos en azul. Es decir, con el precio que las familias pagan por los bienes y servicios, las empresas pueden pagar las rentas a las familias para que puedan seguir consumiendo.

Un **flujo físico**, en verde, donde se intercambian bienes y servicios por el lado de las empresas hacia las familias y factores productivos de las familias hacia las empresas.

EJEMPLO EJERCICIO:

Carlos compra en Media Mark un ordenador por 1210€ con el 21% de IVA incluido. Además, Carlos es trabajador de Media Mark recibiendo un sueldo de 1100€ de los cuales 100€ los retiene la empresa en concepto de seguridad social e IRPF.

- a) Representa el flujo circular de la renta de esta operación (0,5 puntos)
- b) Quienes son los agentes económicos que aparecen. (0,5 puntos)
- c) ¿Cuáles son los flujos monetarios y cuáles los flujos físicos? (0,5 puntos)

a)

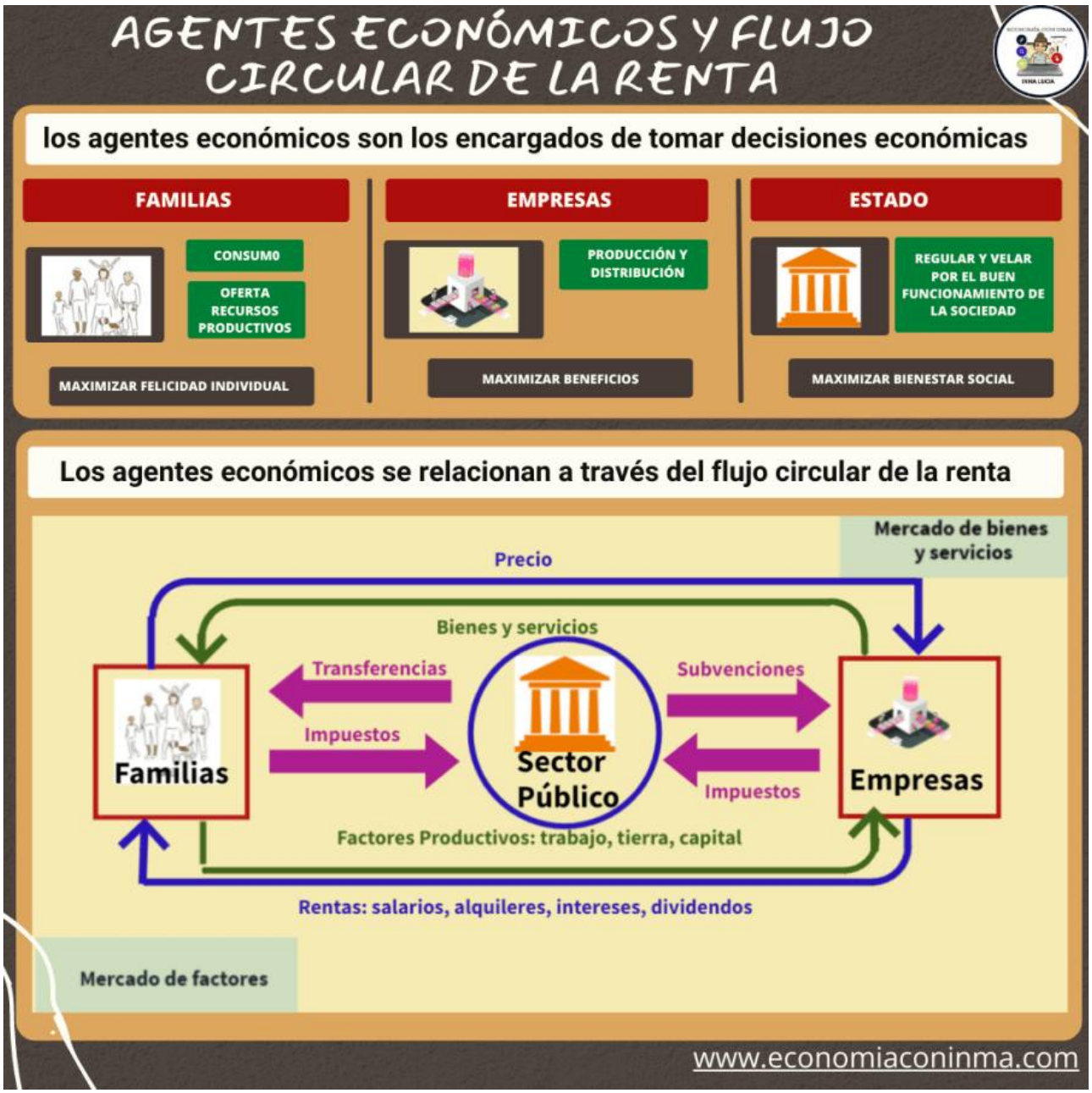


B) Carlos pertenece a las familias, Media Mark pertenece a las empresas y Hacienda y Seguridad Social pertenece al Estado

c) Flujos monetarios: precio pagado=1210€, sueldo neto =1.000€, impuestos y seguridad social=310€; Flujos físicos= ordenador y horas de trabajo

---

En la siguiente imagen se resume el tema:



Puedes ver el vídeo, explicando el flujo circular de la renta:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/iu8LOUzW-VQ?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

SIGNIFICADO DEL FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA

El flujo circular de la renta representa todas las operaciones que se dan en la economía, representando la producción, la renta y el gasto que en una economía se genera. Esto se representa en la vida real a través de **la contabilidad nacional**, que en nuestro país, este cálculo, lo realiza el Instituto Nacional de Estadística (INE) de forma trimestral y anual. Al realizarla el INE calcula el Producto Interior Bruto y sus distintos agregados.

» **PRODUCTO INTERIOR BRUTO:** https://economiaconinma.com/2-5-1-producto-interior-bruto-pib/

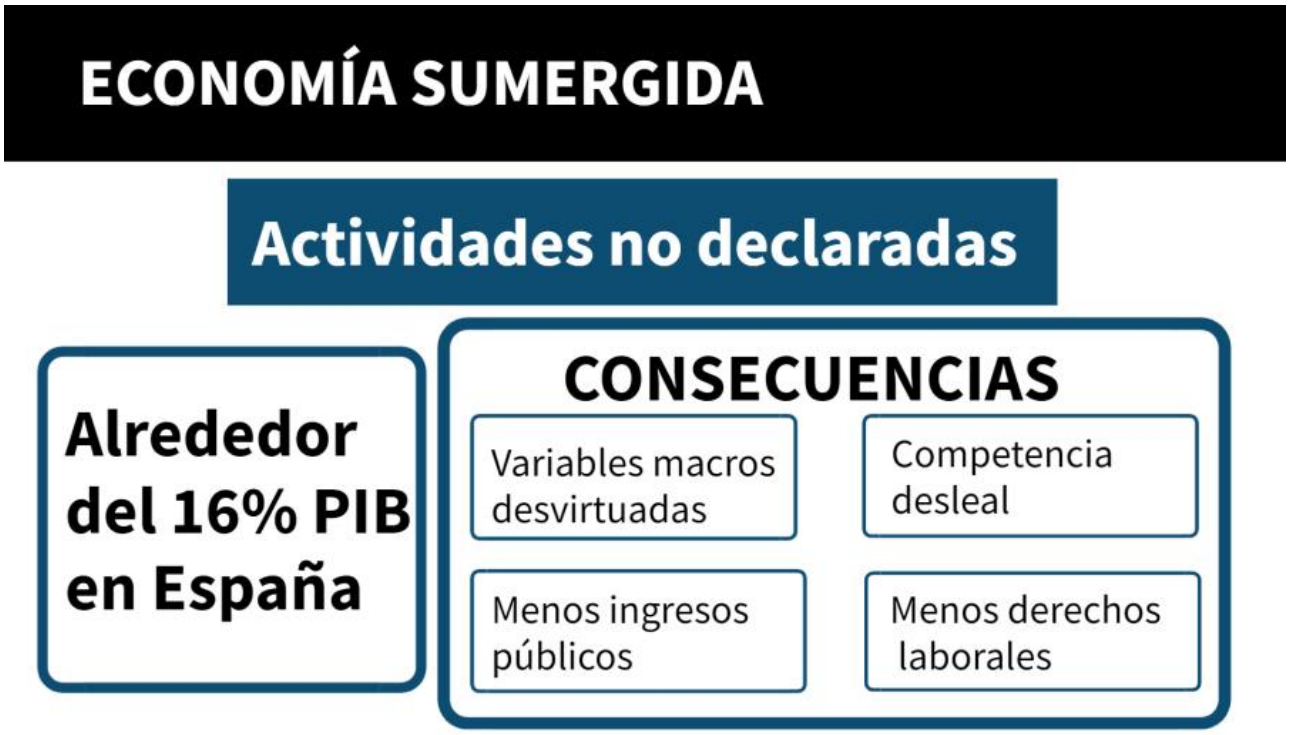
Pero las operaciones que se representan en el flujo circular de la renta son operaciones que se declaran

pero no representan todas las operaciones de la Economía sino que hay una parte conocida como **Economía sumergida** que no se declara a Hacienda y por tanto no aparece reflejada en las estadísticas y que en España supone alrededor del 16% del PIB.

Si el PIB de España en 2023 a precios corrientes fue de aproximadamente 1,5 Billones de Euros, el coste de la Economía Sumergida fue de 240.000 millones de Euros. Por otro lado si la presión fiscal media de España fue según Eurostat del 38,3% en 2022 (último dato publicado) , La e**conomía sumergida ha tenido un coste para las arcas públicas** de 91.920 millones de euros aproximadamente.

Por lo que las consecuencias negativas de la Economía sumergida son:

- la desvirtuación de las variables macro como el PIB o como el empleo.
- Menos ingresos públicos vía impuestos.
- Competencia desleal respecto de las empresas que sí están declarando
- Aquellas personas que están trabajando en actividades de la economía sumergida tienen menos derechos laborales que aquellas que están contratadas en una situación legal



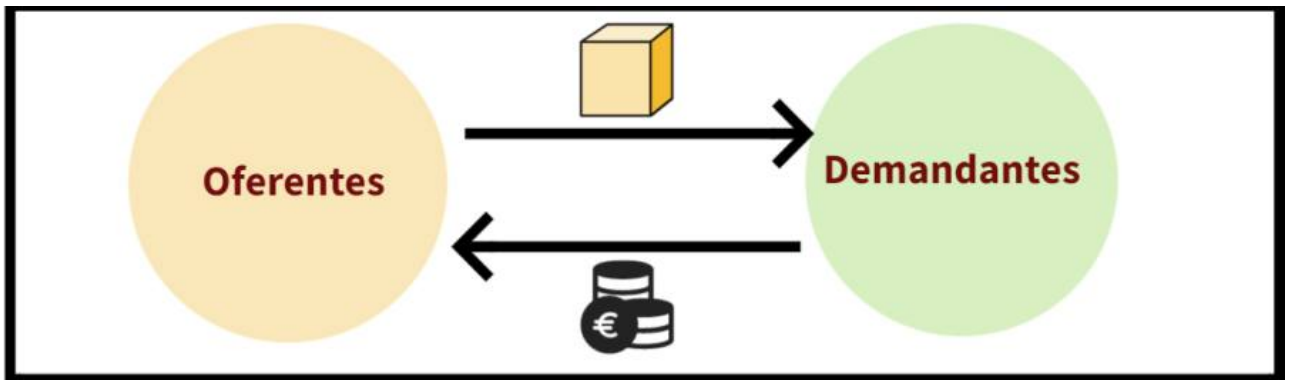
FICHA DE EJERCICIOS:

» **Documento descargable: Ejercicios FCR y Economía sumergida:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/a9857-ejercicios-fcr-y...

2.3. EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO

CONCEPTO DE MERCADO

El **mercado** es el lugar donde oferentes y demandantes de un bien o servicio se ponen de acuerdo en la cantidad y el precio de intercambio.



Es decir, se ponen de acuerdo en cuántas unidades se van a vender y comprar y a qué precio.

Hablamos de lugar, pero este no tiene por qué ser un lugar físico sino que puede ser virtual.

Los bienes y servicios que se intercambian pueden ser de consumo o factores productivos, dando lugar a los dos mercados que vimos en el apartado anterior y que forman las relaciones o interacciones de los agentes económicos , éstos se pueden agrupar en dos mercados:

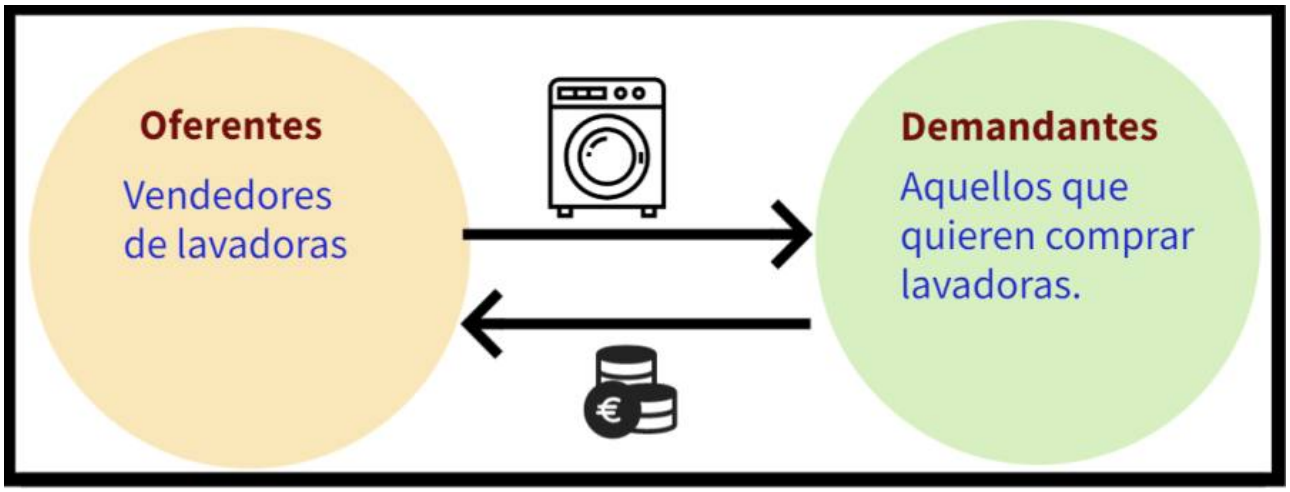
- **El mercado de bienes y servicios** de consumo, en este mercado las empresas ofrecen sus productos y las familias los demandan (para su consumo) a cambio de un precio.
- **El mercado de factores productivos,** donde se van a intercambiar los factores productivos que las empresas necesitan para producir, en este mercado las familias ofrecen sus recursos productivos a las empresas a cambio de rentas, es decir ofrecen su mano de obra a cambio de un salario, ofrecen las tierras que tienen disponibles a cambio de alquileres u ofrecen el capital que tienen disponible a cambio de un interés a las empresas que lo demandan.

ELEMENTOS DEL MERCADO

En una primera aproximación al mercado podemos hablar por un lado de **los oferentes**, que son aquellos que venden el producto y de **los demandantes** que son aquellos que compran el producto.

Por otro lado tenemos **el bien de intercambio y el precio** que se paga por él.

Por ejemplo, en el mercado de las lavadoras. Los oferentes serán los vendedores de lavadoras, los demandantes serán aquellos que quieren comprar lavadoras, intercambiándose lavadoras a cambio del precio acordado.



Por lo que al hablar de los elementos que intervienen en el mercado podemos clasificarlos en cuatro:

- **El bien de intercambio**, cuando hablamos de mercado hablamos de mercado de un determinado bien o servicio. El mercado de las lavadoras, el mercado del petróleo o el mercado de trabajo. El bien de intercambio es el bien que se intercambia, es decir, el bien que los oferentes ofrecen y que los demandantes demandan.
- **El precio de intercambio**, que es la cantidad de unidades monetarias que se entregan a cambio del bien que se intercambia. Es decir, cuántas unidades monetarias la persona que compra paga al vendedor.
- **La oferta**, que es la cantidad de un bien que los vendedores del bien ponen disponibles para la venta por cada precio, es decir, la cantidad ofertada del bien.
- **La demanda**, que es la cantidad de un bien que los compradores están dispuestos a comprar a cada precio.

Veámoslo con el mismo ejemplo del mercado de lavadoras.

A un determinado precio, los oferentes estarán dispuestos a vender una determinada cantidad y los demandantes estarán dispuestos a comprar determinada cantidad que no tiene por qué coincidir.

Mirando la tabla tendríamos que a un precio de 600€, los oferentes estarían dispuestos a vender 100.000 unidades, pero los compradores o demandantes solo estarían dispuestos a comprar 80.000 lavadoras. Habiendo un exceso de oferta de 20.000 lavadoras.

PRECIO	OFERTA	DEMANDA
600€	100.000 u	80.000 u

En este caso se dice que el mercado no está en equilibrio, el equilibrio se conseguirá a traves de las variaciones de precio:

- Si la oferta supera a la demanda, el precio bajará, aumentando la cantidad demandada y disminuyendo la ofertada.
- Si la oferta es inferior a la demanda, el precio subirá, disminuyendo la cantidad demandada y aumentando la ofertada

Según la teoría de la oferta y la demanda, los precios se irán corrigiendo hasta llegar al punto de equilibrio, que será el precio donde oferentes y demandantes están de acuerdo en la cantidad a intercambiar al precio de equilibrio.

En el ejemplo anterior, estamos en una situación de exceso de oferta, por lo que hay más productos disponibles que productos demandados, por lo que el precio tenderá a bajar, supongamos que baja a 550€ y a este precio ocurre lo reflejado en la tabla:

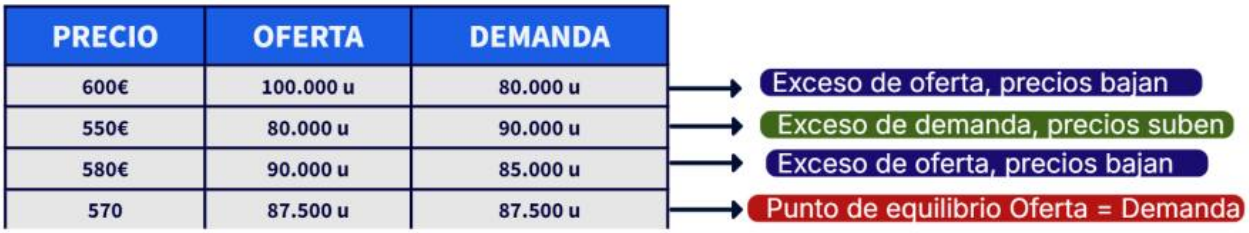
PRECIO	OFERTA	DEMANDA
600€	100.000 u	80.000 u
550€	80.000 u	90.000 u

A un precio de 550€, la oferta ha disminuido a 80.000 unidades y la demanda ha subido a 90.000 unidades, por lo que ahora nos encontramos con un exceso de demanda, que al haber más compradores que productos disponibles, provocará un aumento de precios.

Supongamos que aumenta a 580€ como se refleja en la tabla:



El proceso continuaría hasta que se alcanzara el equilibrio que en este caso, se dará en 570€ como se ve en la tabla:



Es decir que a un precio de 570€, Se ofertarían 87.500 lavadoras que son exactamente las que se demandan.

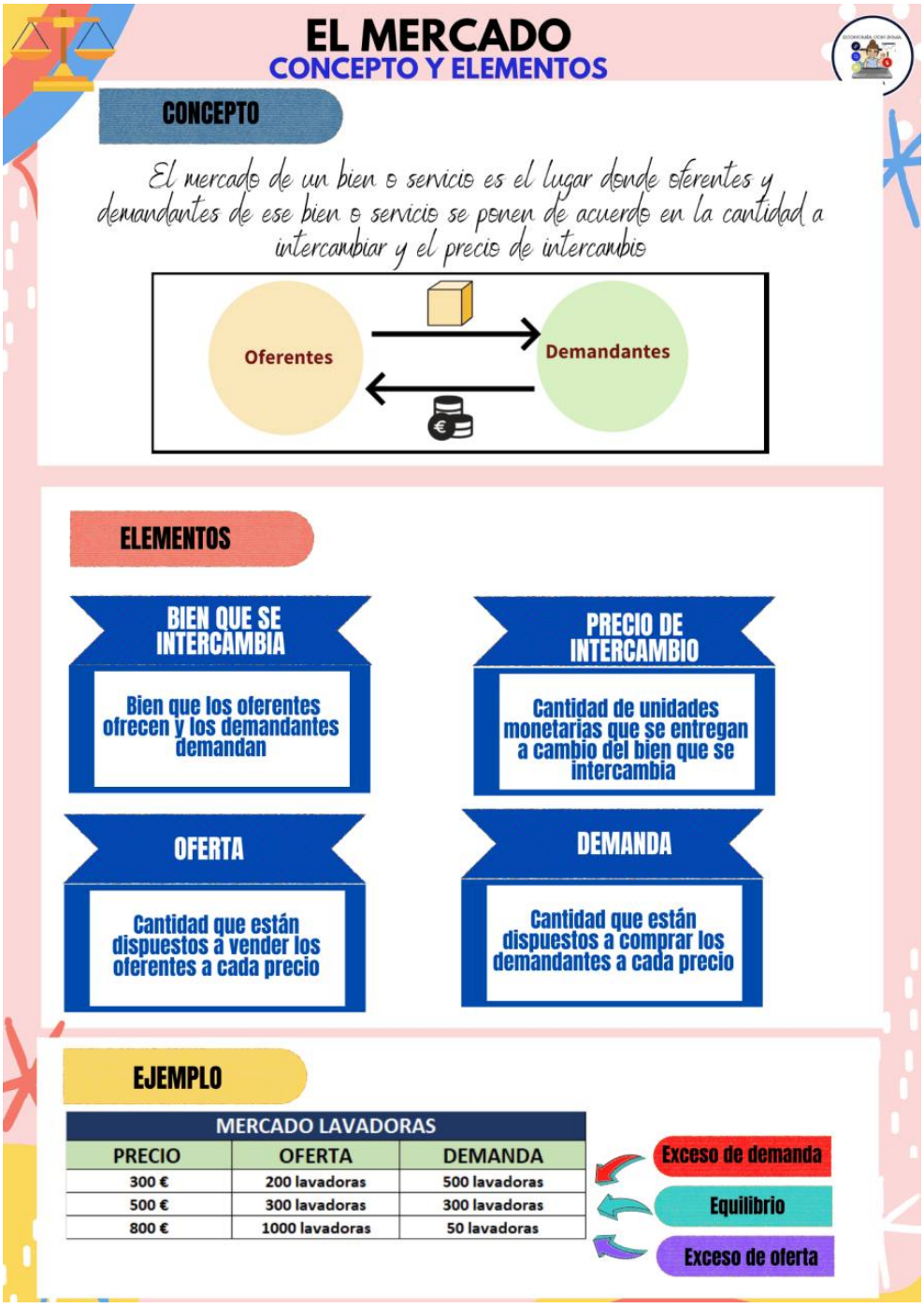
Este funcionamiento de mercado, conocido como mercado de **competencia perfecta** no se da en la vida real, sino que lo que nos encontramos son con mercados imperfectos, pero nos sirve para ver cómo se comporta la economía.

Cuantos más oferentes y demandantes haya en un mercado, Cuanta más información haya sobre los elementos del mercado, cuanto más fácil sea entrar en el mercado y menos se diferencie el producto que se intercambia de unos competidores a otros, más cerca estará el mercado de la competencia perfecta y el funcionamiento se aproximará más a lo explicado en este apartado.

Para entender mejor los mercados de competencia perfecta puedes ver el siguiente vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/H0-0s1qEiv0?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

La siguiente imagen resume el epígrafe:



---

para ver si lo has entendido puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/aPi_GjW4ezw?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

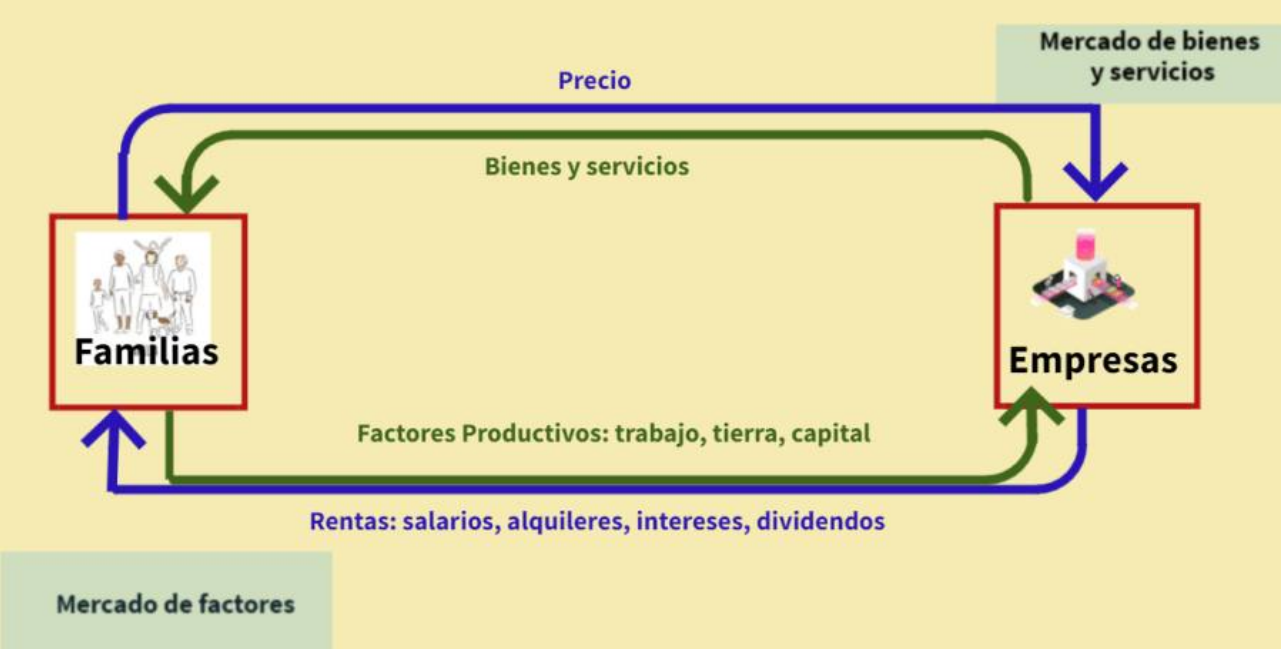
EJERCICIOS

El siguiente pdf tiene una relación de ejercicios sobre el funcionamiento del mercado:

» **Documento descargable: FUNCIONAMIENTO MERCADO:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/5f8b3-funcionamiento-m…

2.4. COMERCIO Y BIENESTAR

Los intercambios o las operaciones de compraventa que tienen lugar en la economía y que vimos representadas en el flujo circular de la renta dan lugar al **Comercio**.



Si el comercio tiene lugar entre distintos países hablaríamos de comercio internacional y si es el comercio del interior de un país sería el comercio nacional.

Pero para llegar a este tipo de intercambios y al comercio tal como lo conocemos hoy en día se requieren una serie de factores que son los que nos han permitido pasar de una economía basada en el trueque y la autosuficiencia a una economía de mercado. Estos factores son:

- El dinero, la división del trabajo y la libertad de mercado, veámoslos con un poco más de detalle.

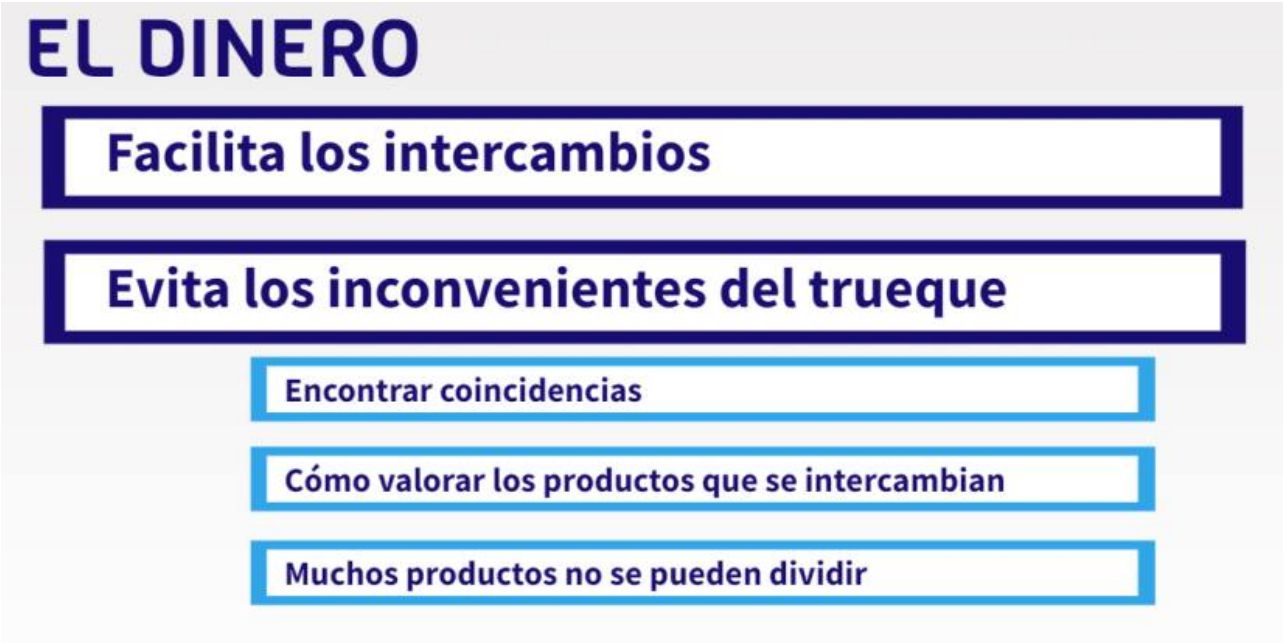
EL DINERO

El **dinero** tiene principalmente tres **funciones**:

- Es un **medio de cambio**, es decir, permite comprar y vender bienes o servicios.
- Es un **depósito de valor**, es decir, el dinero se puede acumular, por lo tanto, nos permite tener riqueza y poder utilizar ese dinero en el futuro.
- Es una **unidad de cuenta común**, es decir, todos los bienes, productos y servicios se pueden valorar en unidades monetarias. Permitiéndonos saber qué cosas valen más y cuáles valen menos, sumando el valor de distintos tipos de bienes y servicios como valor monetario total.

- **El dinero, como medio de cambio**, es una herramienta que facilita los intercambios y evita los inconvenientes del trueque, estos son principalmente:
  - Hay que **encontrar coincidencias** entre las personas que quieren intercambiar sus productos, es decir, la persona que posee un producto y quiere intercambiarlo debe encontrar a alguien que quiera ese producto y que tenga lo que la otra persona quiere.
  - Es **difícil valorar los productos que se intercambian** en función de otros productos, porque los

productos pueden ser muy distintos.
- Muchos de los productos que se intercambian **no se pueden dividir**.



Para que el dinero sea un medio de cambio útil y que permita el comercio a gran escala debe ser aceptado por todos los que forman parte del mercado.

Puedes ver el siguiente vídeo sobre el dinero:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/2JeJjrhdvEs?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

EJERCICIO:

Piensa en un objeto que ya no utilices:

- ¿Es más fácil que lo intercambies por algo que necesites o que lo vendas en una página de segunda mano? ¿Por qué?
- ¿Qué prefieres intercambiarlo por algo, o recibir dinero por él? ¿Por qué?
- ¿Qué función cumple el dinero en el trueque? ¿Y en la venta?

DIVISIÓN DE TRABAJO Y ESPECIALIZACIÓN

- La **división del trabajo** consiste en dividir la actividad productiva en tareas elementales que van a realizar diferentes personas.
  - **Por ejemplo**, si tenemos una fábrica de ropa se puede dividir la tarea en:
    - la sección de diseño, donde se diseñarán las distintas prendas
    - la sección de corte donde se cortarán los patrones
    - la sección de costura donde se elaborarán los vestidos o los trajes.
  - Se ha dividido la fabricación de ropa en tres tareas elementales diseño, corte y costura. Y habrá diferentes personas realizando el diseño, diferentes personas realizando el corte y diferentes personas realizando la costura.

Puedes ver el siguiente vídeo donde se explica la relación entre los tres conceptos anteriores:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/bEGResp22Ns?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

EJERCICIO: Visualiza el siguiente vídeo y responde a las siguientes preguntas:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/URvWSsAgtJE?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

- ¿Qué procedimientos de los que has visto en el vídeo, están hoy en día especializados, es decir hay una empresa que se dedica a ello?
- ¿Qué Sandwich piensas que está mejor, el del vídeo o uno hecho con ingredientes comprados, por ejemplo en un supermercado? ¿Por qué?
- ¿Por qué crees que el sandwich es tan caro y se tarda tanto en hacer?
- Relaciona el vídeo con el apartado del tema

LIBERTAD DE MERCADO

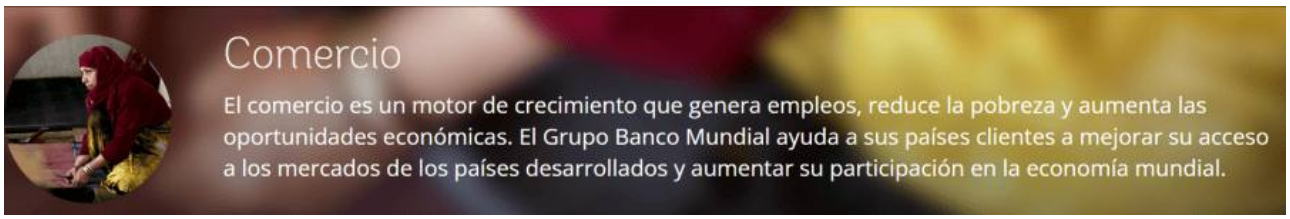
- La libertad de mercado consiste en libertad de elección tanto por el lado de los vendedores como en el de los compradores:
  - Los vendedores pueden ofertar los productos o servicios que decidan, así como elegir sus características, pudiendo entrar o salir de un mercado libremente, teniendo en cuenta su presupuesto y los factores y tecnología disponible.
  - Los compradores pueden adquirir los productos o servicios de su elección, siempre atendiendo a su presupuesto y preferencias.
- Esta libertad de mercado, implica que va a haber competencia, por lo que los oferentes intentarán hacer sus productos con la mejor calidad posible al mínimo coste, buscando la **eficiencia** y los demandantes podrán elegir y determinar cuál es el producto o servicio que mejor cubre sus necesidades, participando incluso de su diseño.

EJERCICIO: Quieres comprarte un ordenador, indica cómo consumidor qué características quieres que tenga y busca en internet 5 vendedores, comparando precio, envío, garantía, servicio post-venta y otras características que se te ocurran.

COMERCIO Y BIENESTAR

El **comercio ha traído mejoras en la calidad de vida es decir en el bienestar de las personas**, ya que ha permitido satisfacer muchas más necesidades y con mejores productos, generando empleo y desarrollo.

Según el Banco mundial:



Las empresas tienen un papel fundamental en la generación de bienestar en la sociedad:

- Crean los bienes y servicios que satisfacen las necesidades humanas:
  - Las empresas se especializan en la producción de determinados bienes o servicios para satisfacer de la mejor manera posible las demandas de los consumidores.
- Invierten en innovación, mejorando la calidad de vida de las personas:
  - La libertad de mercado y por tanto la competencia hace que las empresas inviertan en innovación para obtener mejores productos y servicios y reducir costes para que sus productos sean elegidos frente a los de la competencia, lo que genera en un mayor bienestar de las personas.
- Generan trabajo, riqueza y desarrollo local:
  - Las empresas necesitan trabajadores para funcionar, al pagar los salarios generan una renta en los trabajadores para que posteriormente consuman, generando donde se instalan riqueza y desarrollo.
- Contribuyen con la financiación del estado a través del pago de impuestos y cotizaciones sociales:
  - Los impuestos que pagan las empresas y las familias sirven para financiar los gastos públicos como la educación o la sanidad, factores claves en el bienestar de las personas.

La siguiente imagen es interactiva, pincha sobre cada uno de los recuadros:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/609d90f4285f7f0d85ef99f0

o si lo prefieres puedes ver el vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/k-iPqjUrlrA?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

EJERCICIO

Piensa en 5 bienes o servicios que hace 100 años no existían y que han mejorado la calidad de vida de las personas, indica también que necesidad cubren

2.5. COMERCIO Y DESIGUALDAD

Aunque el comercio ha mejorado la calidad de vida de la sociedad, también ha traído desigualdad, ya que la generación de riqueza no se reparte de forma uniforme entre todos, para que haya una redistribución de la riqueza de los que más ganan a los que menos ganan es necesario que el estado a través de sus ingresos y gastos haga una redistribución de la renta y la riqueza.

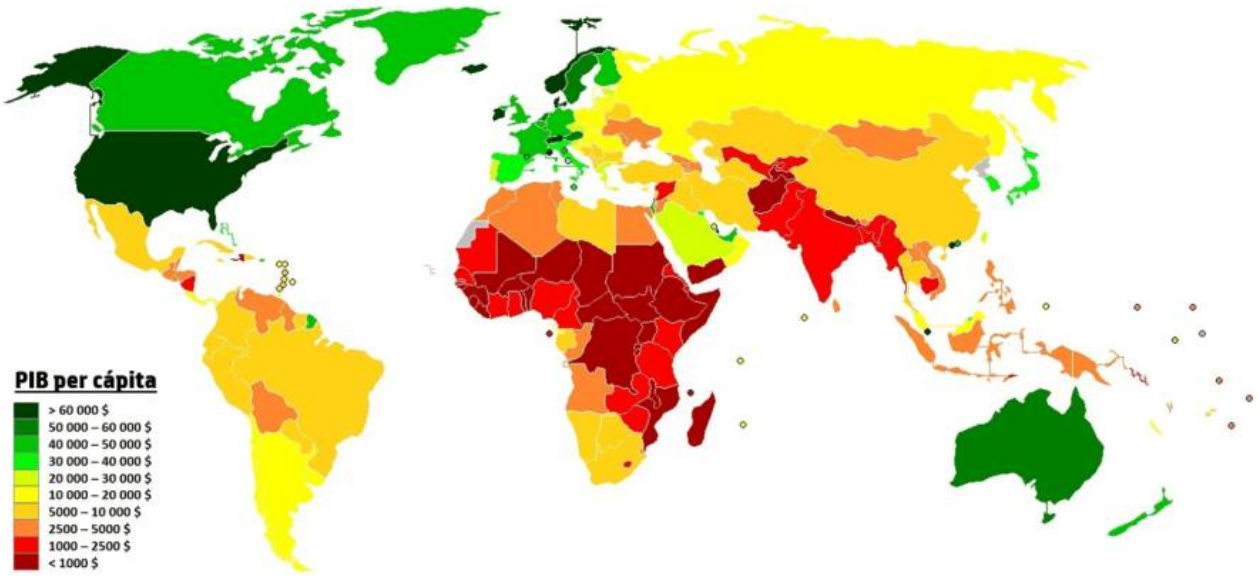
Antes de empezar a hablar desigualdad, debemos **volver al Producto Interior Bruto** que al medir la

producción o la generación de renta de una economía, nos permite tener un **indicador para medir las rentas y riquezas generadas en una economía en un periodo de tiempo**, pudiendo utilizar el indicador renta per capita o PIB per capita, para hacerlo.

Cuando se habla de desigualdad, podemos hablar de **diferencias significativas de la renta y la riqueza tanto entre países, como entre regiones dentro de un mismo país, como entre personas.**

POR PAÍSES

En la gráfica siguiente se muestra el PIB per cápita con paridad de poder adquisitivo (muestra la capacidad de compra en dólares de la renta media por habitante, así nos permite hacer comparaciones) de cada país, son datos del FMI de 2020. **Los países más ricos en verde oscuro tienen un PIB per cápita superior a 60.000$ al año, sin embargo los países en rojo oscuro no llegan a tener un PIB per cápita de 1.000$** al año. El PIB per cápita de España se sitúa entre 30.000$ y 40.000$.



POR REGIONES

Si miramos cómo está distribuido el PIB per cápita en España, vemos que hay diferencias según de la región donde estemos. En la siguiente gráfica vemos que l**a comunidad autónoma con un PIB mayor es Madrid con38.435€ y la que menos renta per cápita tiene es Melilla con 20.698€**.

Comparativa: PIB Per Capita			
CCAA	Fecha	PIB Per Capita	Var. anual PIB Per Capita
Comunidad de Madrid [+]	2022	38.435 €	8,6%
País Vasco [+]	2022	35.832 €	9,4%
Navarra [+]	2022	33.798 €	8,9%
Cataluña [+]	2022	32.550 €	8,7%
Aragón [+]	2022	31.051 €	8,3%
Islas Baleares [+]	2022	29.603 €	16,5%
La Rioja [+]	2022	29.579 €	9,7%
Castilla y León [+]	2022	26.992 €	8,3%
Cantabria [+]	2022	26.167 €	9,1%
Galicia [+]	2022	25.906 €	9,2%
Asturias [+]	2022	25.675 €	9,9%
Comunidad Valenciana [+]	2022	24.473 €	8,2%
Región de Murcia [+]	2022	23.197 €	8,0%
Ceuta [+]	2022	23.073 €	8,7%
Castilla-La Mancha [+]	2022	22.574 €	8,1%
Canarias [+]	2022	22.303 €	13,4%
Extremadura [+]	2022	21.343 €	9,4%
Andalucía [+]	2022	21.091 €	9,2%
Melilla [+]	2022	20.698 €	10,0%

Imagen extraída de www.datosmacro.com

POR PERSONAS

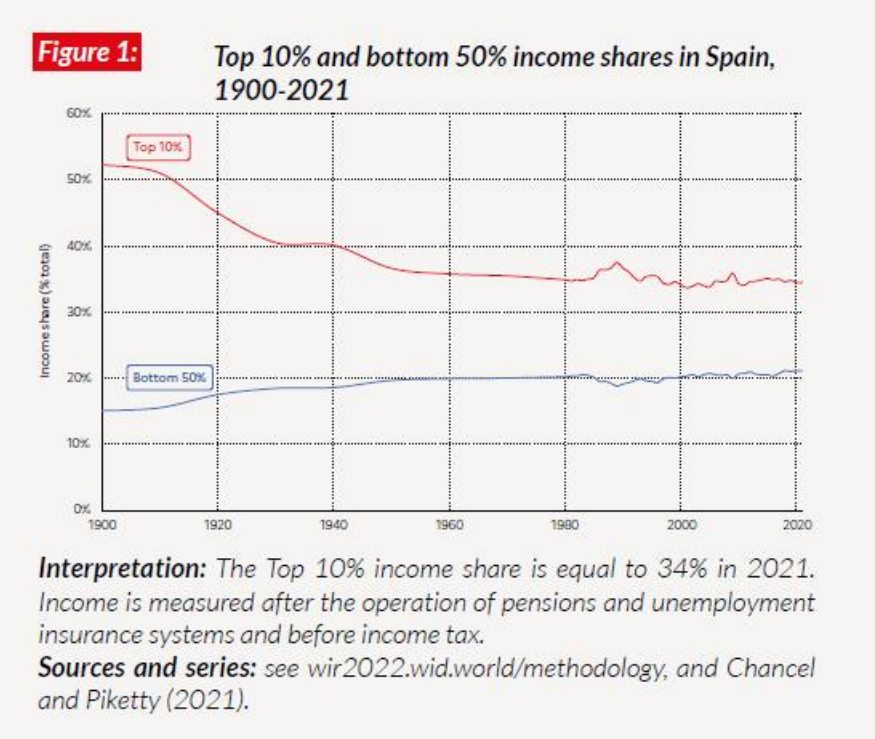
Si comparamos ahora dentro de un mismo país, con datos del informe: «**WORLD INEQUALITY REPORT 2022**» con datos de 2021, tenemos como se ve en la siguiente tabla, que **el 10% con mayores rentas tiene unos ingresos medios de 105.500€** (Top 10%) **y la media de los ingresos del 50% de la población con rentas más bajas es de 12.900€** (Bottom 50%), es decir que la brecha de ingresos del 10% que más gana sobre el 50% que menos gana es de 8, significando que de media el 10% con más renta cobra 8 veces más que el 50% de la población con menor renta.

Table 1: *Inequality outlook*

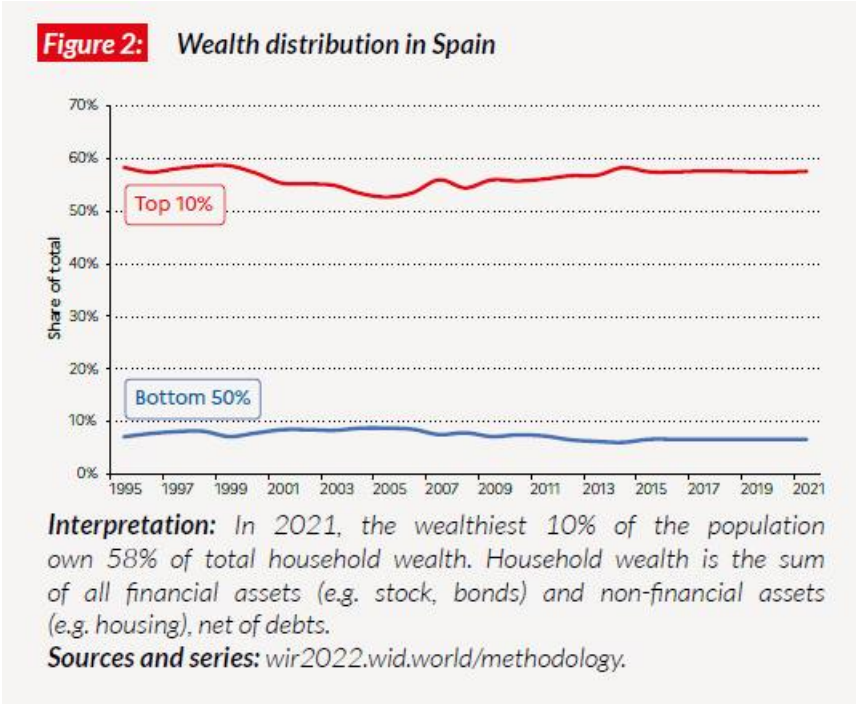
	Income		Wealth	
	Avg. Income (PPP €)	Share of total (%)	Avg. Wealth (PPP €)	Share of total (%)
Full population	30 600	100%	176 200	100%
Bottom 50%	12 900	21.1%	23 500	6.7%
Middle 40%	34 000	44.4%	157 500	35.8%
Top 10%	105 500	34.5%	1 014 100	57.6%
Top 1%	378 800	12.4%	4 268 800	24.2%
Top 10% to Bot. 50% Income gap			1 to 8	
Female labor share			40%	
GHG footprint			7,7 tCO2 / pers.	

Interpretation: *See glossary for definitions of concepts and indicators.*
Sources and series: *wir2022.wid.world/methodology*

En el mismo informe se puede ver **la evolución de esta brecha en el tiempo** y vemos como **se ha reducido de 1900 a 2020**, aunque en los últimos años está reducción en la brecha de los ingresos se ha estancado. Como vemos en la gráfica en los últimos años, la participación en la renta del 10% con mayor renta recibe un 34% de la renta, mientras que el 50% con menor renta tienen una participación cercana al 20%



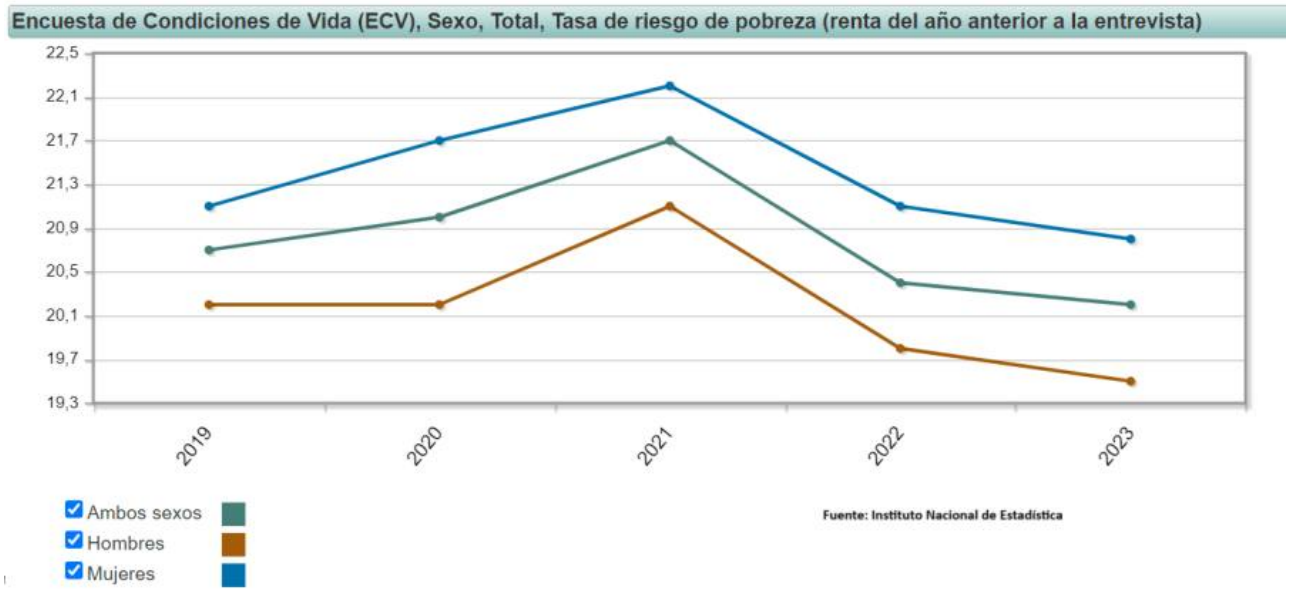
Si miramos la **brecha de la riqueza en España** en el mismo informe, vemos que prácticamente no ha disminuido, el 10% más rico de la población posee el 58% de la riqueza y el 50% más pobre posee una cantidad inferior al 10%, pero que posea esa cantidad inferior inferior al 10% no significa que sufran de pobreza extrema



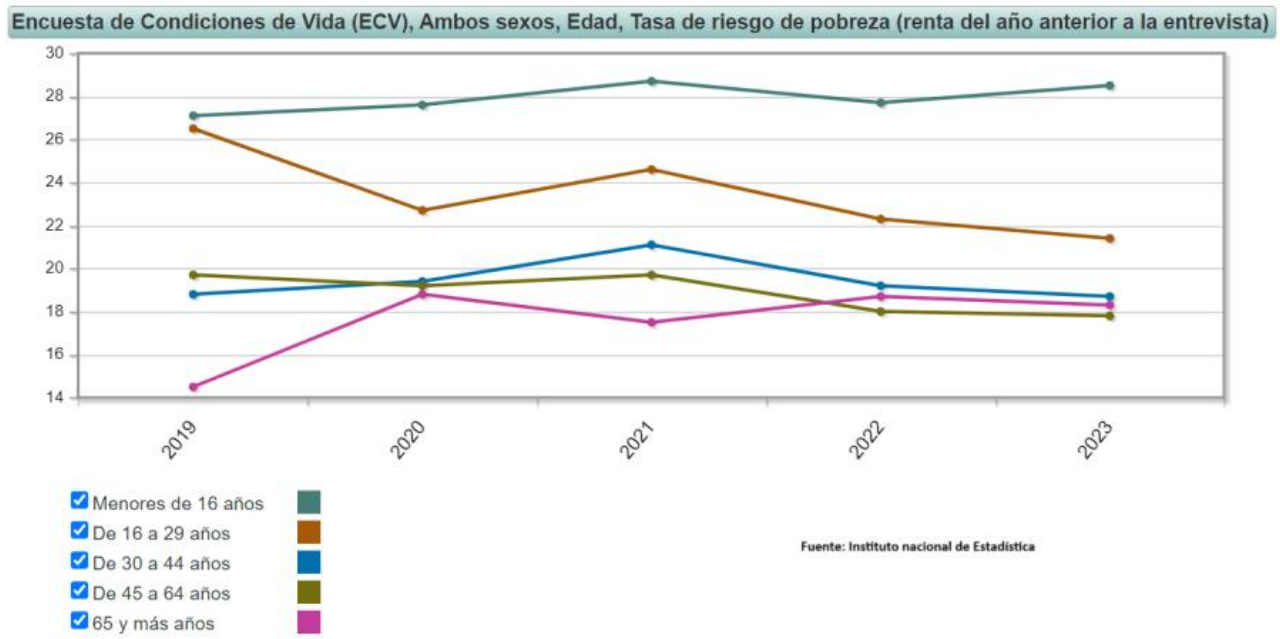
También, podemos ver la tasa de pobreza en España, el último dato publicado es el de 2023 y nos muestra que aproximadamente el 20% de la población está en riesgo de pobreza y que está es mayor en el caso de las mujeres que de los hombres.

El umbral de pobreza se fija en el 60% de la mediana de los ingresos por unidad de consumo de los

hogares a nivel nacional



En la siguiente gráfica se muestra la tasa de riesgo de pobreza por edades, observando que es mayor en los más jóvenes.



¿A QUÉ SE DEBE ESTA DESIGUALDAD?

La principal causa de la desigualdad es la situación de partida, es decir, la dotación inicial o los recursos de partida.

No todos los participantes del mercado parten de las mismas condiciones iniciales, pueden tener distinto nivel de riqueza o de recursos, en el caso de referirnos a personas pueden tener distintas capacidades, bien sean capacidades físicas, psíquicas, económicas o intelectuales, y además el entorno de dónde nacen también influye mucho, no todos nacemos con las mismas oportunidades y los obstáculos que cada uno tiene que superar son distintos.



Pero aunque se nazca con las mismas capacidades o recursos, es decir, con las mismas oportunidades, **se puede tener mala suerte o se pueden tomar malas decisiones en un momento determinado**.

En el siguiente documental se analizan las causas de la pobreza y deja en el aire cuáles son sus posible soluciones:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/AOiGIkttb4Y?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

INTERVENCIÓN PÚBLICA

El Estado **debe de intervenir para intentar disminuir y corregir las desigualdade**s ya que es una **cuestión de equidad y de justicia social**.



Imagen del Blog «bloggeles»

Como hemos comentado, hay mucha gente **que no tiene las mismas oportunidades y que tiene una situación muy desfavorecida**, y aunque es verdad que la desigualdad de la renta ha disminuido sigue existiendo desigualdad. Para ello el estado debe:

AUMENTAR LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

Una de las formas que tiene el Estado para contribuir con la **igualdad de oportunidades** y la reducción de esta brecha pasa por **la educación**, no solo la educación ha de ser obligatoria hasta una cierta edad que cubra la niñez, sino que se debe de becar a aquellos que menos recursos tienen para que puedan seguir formándose.

Según Nelson Mandela: «**La educación es el arma más poderosa que puedes usar para cambiar el mundo**«

Si no se hace la educación obligatoria y se dan becas, las familias más pobres no podrán acceder a la educación y querrán que los niños accedan cuanto antes al mercado laboral, pero sin formación será un mercado laboral precario, por lo que la pobreza seguirá generando pobreza, lo que se conoce como **espiral de la pobreza**.

Pero también se ha de formar a aquellos que estando en edad adulta son incapaces de encontrar un trabajo y se les debe ayudar a sobrevivir mientras consiguen encontrar uno.

REDISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

El estado ha de ayudar a los más débiles: discapacitados, enfermos o ancianos y no dejar esta ayuda en manos de la caridad.

Esto se hará mediante transferencias del Estado de aquellos que tienen más hacia los que tienen menos es decir **redistribuir la renta**, esto se hace mediante la imposición progresiva y el gasto público en transferencias.

En España el principal impuesto progresivo es el Impuesto de la renta de personas físicas donde se paga más si tienes una renta mayor.

Ejemplos de transferencias pueden ser las becas de estudios, las ayudas al alquiler, las pensiones o las prestaciones y subsidios por desempleo.

Otra de las razones por la que el estado debe intentar disminuir la brecha de la desigualdad es porque **una desigualdad elevada, puede ser una amenaza a la estabilidad social y política**. Por ejemplo, en África muchas guerras se dan por intentar controlar los recursos. Además, si en una región hay mucha pobreza, esa región se vuelve más insegura porque la gente hace lo que sea por sobrevivir, incluso robar.

Por lo que esta redistribución de la renta no solo se da entre personas, sino que se da también entre regiones y entre países (estas últimas con las ayudas al desarrollo).

INTERVENCIÓN DE CIERTOS MERCADOS Y FIJACIÓN DE PRECIOS

Se pueden establecer rentas mínimas como fijar en el mercado de trabajo un salario mínimo interprofesional que en 2024 en España ha quedado fijado en 1.134€ al mes en 14 pagas o 15.876€ brutos al año.

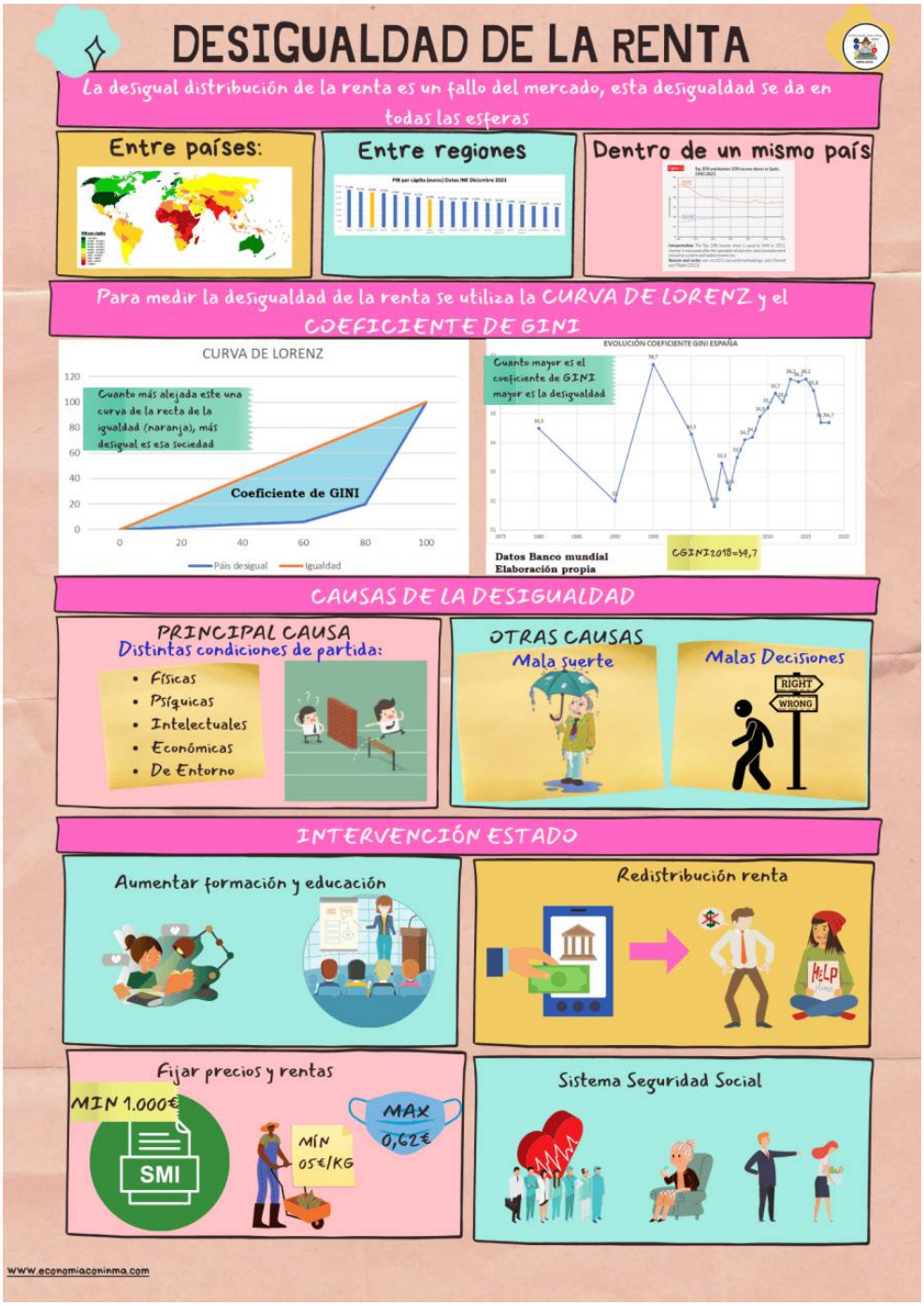
Se pueden establecer precios mínimos o máximos, como puede ser el caso de los precios mínimos en productos agrícolas o los precios máximos, por ejemplo, en el caso de las mascarillas o los test de antígenos.

SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL

Este sistema asegura una protección a los ciudadanos ante situaciones de necesidad, como pueden ser las enfermedades, el desempleo o la jubilación.

Por último, comentar que **disminuir la desigualdad puede ayudar al crecimiento económico sostenido y a aumentar el bienestar social**, ya que al estar la renta mejor distribuida, más personas pueden consumir y por lo tanto, la economía puede prosperar.

La siguiente imagen resume el tema:



En esta actividad se van a analizar los requisitos de las ayudas y los tipos de trabajo que ocupa la inmigración en España:

» **Documento descargable: Ficha_alumno_La_ventanilla:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2026/10/ficha_alumno_la_ventan…

Puedes ver el vídeo sobre el tema:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/1qvsMJG2mjc?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

UD 3: EDUCACIÓN FINANCIERA

El objetivo de esta unidad es entender qué es el sistema financiero y aprender a gestionar las finanzas personales o empresariales: elaboraremos presupuestos, analizaremos qué se considera bienestar financiero y cuáles son las distintas fuentes de financiación que tenemos a nuestro alcance, y veremos que los riesgos se pueden minimizar a través de las coberturas de los seguros.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.B.2.** El sistema financiero.
- **ECE.4.C.3.** Las finanzas personales: control y gestión del dinero. Fuentes y control de ingresos y gastos. Recursos financieros a corto y largo plazo y su relación con el bienestar financiero. El endeudamiento. Fuentes de financiación y captación de recursos financieros. La gestión del riesgo financiero y los seguros.
- **Criterio de evaluación 6.2.** Conocer y comprender con precisión los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios del ámbito económico y financiero, aplicándolos con coherencia a situaciones, actividades o proyectos concretos.
- **Criterio de evaluación 4.3.** Reunir, analizar y seleccionar con criterios propios los recursos disponibles, planificando con coherencia su organización, distribución, uso y optimización.

Practica y repasa

En el siguiente PDF tienes el libro del tema:

» **Documento descargable: Libro: educación financiera:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/11/ud-3-educacion-fianciera_6741039…

3.1.¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN FINANCIERA?

La educación financiera es la capacidad para entender las herramientas financieras y hacer un buen uso de ellas, para así tomar decisiones fundamentadas en relación al dinero.

Hay periodos en los que suelen presentarse una mayor cantidad de retos financieros: Estudiar en la universidad, independizarse de los padres, formar una familia, tener vacaciones con amigos o familia, afrontar un cambio de trabajo, un despido, jubilarse o montar una empresa,….

Para afrontarlos es necesario tener disciplina en el ahorro y planificarse, no solo en el corto y medio plazo, sino también para un futuro más lejano.

Las 5 etapas de la vida financiera

La vida financiera se divide en un total de cinco etapas por las que pasa toda persona:

Infancia: El dinero no es una preocupación, pero es donde se debe empezar a sentar las bases de la **educación financiera** futura. Los niños deben aprender que las cosas cuestan dinero y que este no es infinito, sino que hay que trabajar para ganarlo, además deben aprender a ahorrar.

Adolescencia y juventud: Los jóvenes empiezan a ser más independientes y a salir con amigos, gestionando su paga, además deben valorar la importancia de una buena formación y su relación con su futuro laboral y con los ingresos que obtendrán. Se debe enseñar a priorizar los gastos y a ahorrar una parte de sus ingresos.

Edad Adulta: Al llegar a esta edad, toca emanciparse o independizarse de los padres y empezar a trabajar, por lo que los gastos de mantenimiento de un hogar pasan a ser propios, por lo que será importante buscar un trabajo estable que me permita tener una renta periódica que cubra todos los gastos y empezar a ahorrar para comprar una casa o formar una familia por ejemplo, quizás haya que pedir algún tipo de préstamo para gastos de mucho valor.

Madurez: Cuando se llega a esta etapa, se suele hacer con un trabajo estable que permita ahorrar, además los gastos en crianza si se ha tenido una familia se ven reducidos, por lo que es bueno invertir parte del ahorro para hacerlo crecer con vistas a la jubilación.

Jubilación: En esta etapa se va a dejar de trabajar y se tendrá que hacer frente a los gastos con la pensión de jubilación, las rentas pasivas que se tengan o con los ahorros. Se suele cobrar menos que en activo y se tiene más tiempo libre, pero si se ha conseguido tener patrimonio (normalmente bienes), pensión o rentas y ahorros será el momento de disfrutarlos.

TAREA: Responde a las siguientes preguntas:

- ¿Tienes dinero ahorrado? ¿en casa o en el banco?
- ¿Tienes paga? ¿Diaria, semanal, mensual? ¿Cómo la distribuyes?
- ¿A qué edad esperas independizarte? ¿Qué necesitas para hacerlo?
- ¿Quieres tener familia? ¿Qué gastos supone tener hijos/as?
- ¿Dónde quieres vivir? ¿Sabes cuánto cuesta comprar una casa de tamaño medio o alquilarla?
- ¿Quieres tener coche? ¿Cuánto cuesta su mantenimiento anualmente?
- ¿Tus abuelos están jubilados? ¿Tienen pensión pública? ¿Cuántos años han trabajado cotizando?

La siguiente imagen resume el apartado:



El siguiente vídeo realizado con IA te explica el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/22m5p1u7pA0?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.2. BIENESTAR FINANCIERO

La salud o el Bienestar financiero es la medida en que una persona o familia puede gestionar sin problemas sus necesidades y obligaciones financieras actuales y sentirse segura de su futuro financiero.

Esta definición es la que está siendo utilizada por la OCDE y la ONU, así como otros organismos internacionales.

Par medir el bienestar financiero se tiene en cuenta:

- **Gestión del Día a Día o la gestión adecuada de las finanzas en el corto plazo** para cubrir las necesidades de consumo y las obligaciones financieras como los préstamos. Es decir ser capaces de llegar a fin de mes, pagando nuestras deudas y consiguiendo ahorrar.
- **La resiliencia o capacidad para reponerse o recuperarse de los baches financieros**, como puede ser tener que cerrar un negocio, o tener que pedir un préstamo porque no puedo afrontar un imprevisto.
- **Establecer y alcanzar metas y objetivos financieros, así como captar oportunidades,** como poder comprar una casa o pagar un master de estudios o llegar cómodamente a la jubilación.
- **La seguridad y confianza que tienen las personas** sobre el control que tienen sobre sus finanzas, por ejemplo saber que tienes un trabajo estable con buen salario o el poder ahorrar todos los meses son factores que dan seguridad.

El bienestar financiero contribuye al Bienestar individual, si una persona tiene libertad financiera y control sobre sus finanzas va a sentirse mejor y tendrá mayor poder de decisión.

Para conseguir Bienestar Financiero es muy importante tener una buena educación financiera, que es el objetivo de esta unidad.

CÓMO SE MIDE EL BIENESTAR FINANCIERO

La OCDE mide el bienestar financiero entre otras varIables con la herramienta «Toolkit for measuring financial literacy and inclusion» .

Puedes consultarla en el siguiente link:

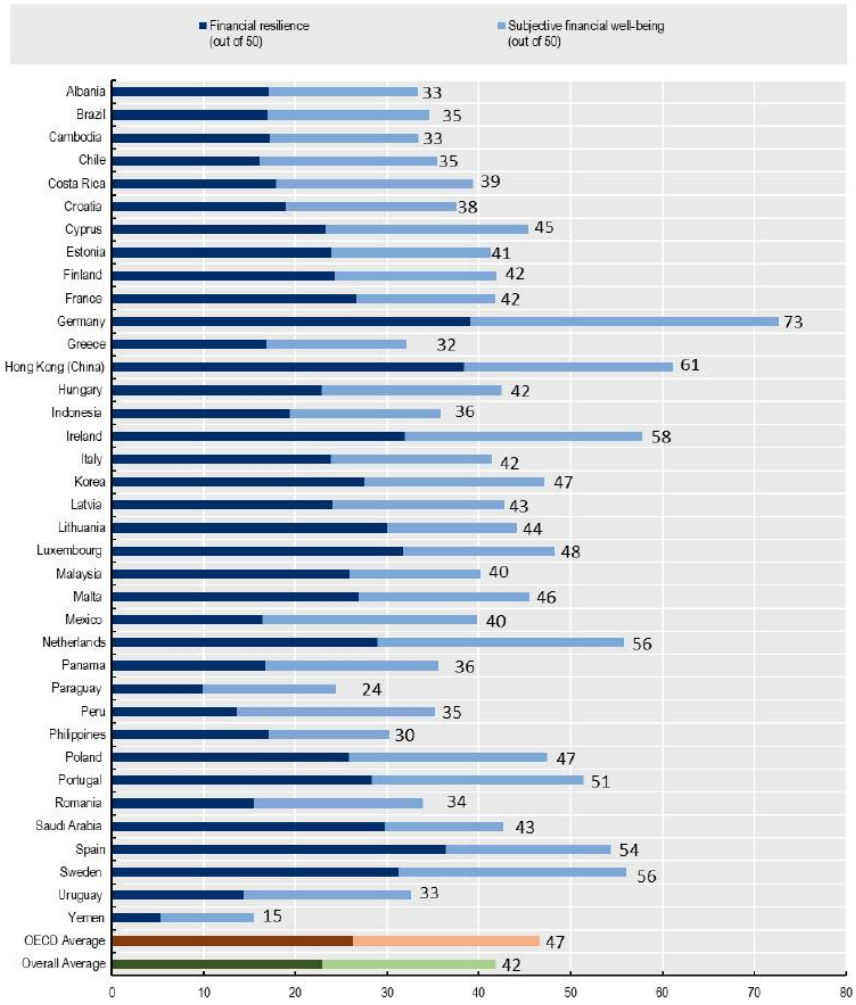
LINK AL INFORME

Vamos a analizar la encuesta realizada a países con esta herramienta: "OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy", *OECD Business and Finance Policy Papers*, No. 39, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/56003a32-en:

En la primera imagen se muestra la puntuación global de Bienestar financiero medido de a 0 a 100. La resiliencia financiera y el bienestar financiero tienen la misma importancia.

Figure 4.1. Financial well-being

Average financial well-being scores



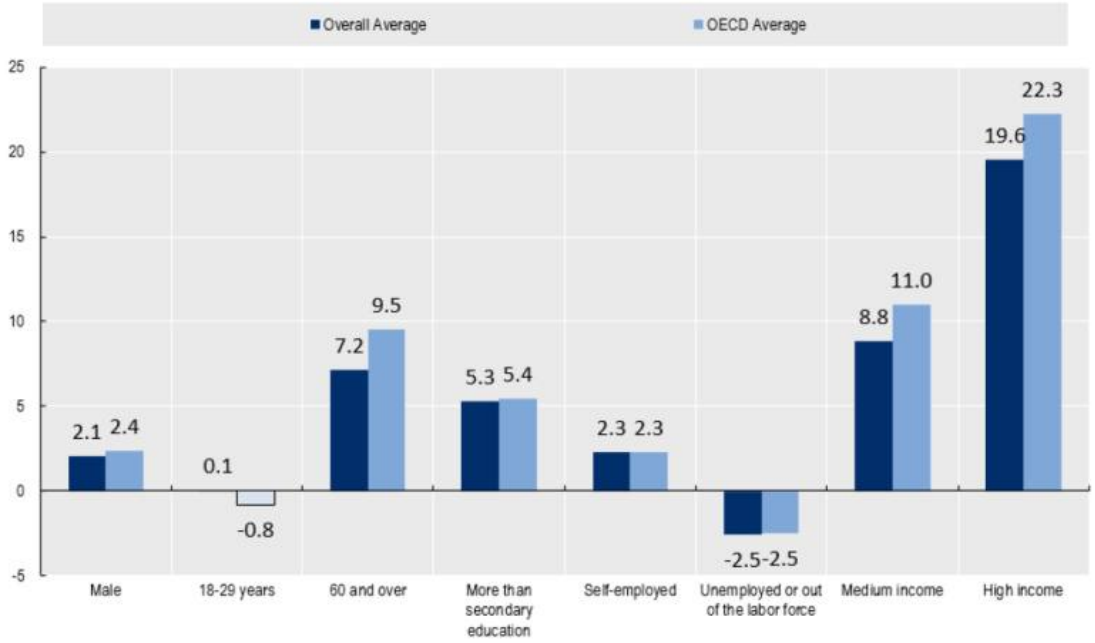
Notes: The results for Mexico and Saudi Arabia should be interpreted with caution as the national samples may not be representative of the entire adult population. See Annex A for further details.
The results for Malaysia and Spain presented in this chapter are drawn from samples taken in 2021 using the 2018 Toolkit. See Annex A for further details.
Source: OECD/INFE 2023 Survey of Adult Financial Literacy.

OECD/INFE 2023 INTERNATIONAL SURVEY OF ADULT FINANCIAL LITERACY © OECD 2023

En la siguiente imagen se muestran diferencias de puntuación de bienestar financiero sobre 100, asociados a factores económicos, lo que se ve en esta imagen es que hay una fuerte relación del Bienestar financiero con el nivel de ingresos.

Figure 4.4. Variation in financial well-being

Score-point differences associated with characteristics of the respondent

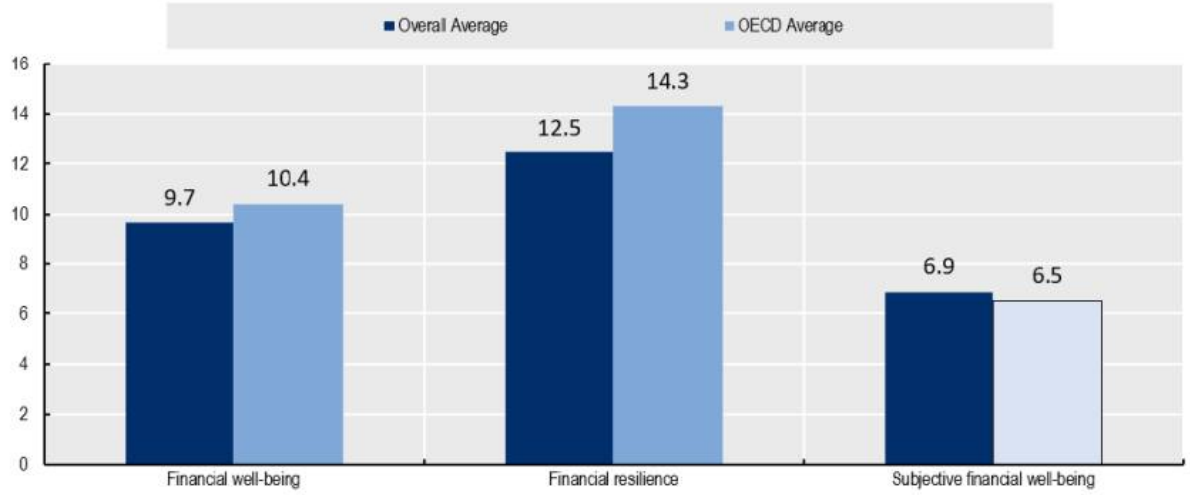


Notes: These results are based on a linear regression (OLS), with sampling weights (if available for a given country or economy).
Comparison categories are: women, respondents 30-59 years old, respondents with upper secondary education or less, employees, and respondents with low incomes.
Statistically significant values are marked in bold (5% level).
Source: OECD/INFE 2023 Survey of Adult Financial Literacy.

En la siguiente imagen se muestra las diferencias de puntuación sobre 100, asociadas a tener la puntuación mínima de capacidades financieras (educación financiera), se ve que aquellos que están más capacitados obtienen mejores puntuaciones.

Figure 4.5. Financial well-being and financial literacy

Score-point differences in financial well-being associated with financial literacy, after taking individual characteristics into account



Notes: These results are based on a linear regression (OLS), with sampling weights (if available for a given country).
Comparison categories are: those who do not score the minimum target financial literacy score, those who do not hold any financial products, women, respondents 30-59 years old, respondents with upper secondary education or less, employees, and respondents with low incomes.
Statistically significant values are marked in bold (5% level).
The minimum target score of financial literacy is defined as scoring at least 70 out of 100 points.
Source: OECD/INFE Survey of Adult Financial Literacy.

OECD/INFE 2023 INTERNATIONAL SURVEY OF ADULT FINANCIAL LITERACY © OECD 2023

ACTIVIDAD:

El siguiente formulario está extraído de la herramienta anterior, debes pasárselo a tus padres, para luego ser analizado en clase:

LINK AL FORMULARIO

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfummG5SzIFEziCZ8cG-Xalh3gStaMi8PS-gY8KK4gNipc…

Puedes ver un vídeo del apartado realzado con IA:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/vmw4HgmNmDk?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.3. EL PRESUPUESTO

El presupuesto es una **herramienta financiera que permite estimar los ingresos y gastos** esperados en un periodo de tiempo de una unidad económica, que puede ser una familia, una empresa o un estado, para así determinar la situación económica y ayudar a tomar decisiones. Por lo que nos permite realizar un plan personalizado, ayudándonos a controlar los gastos e intentar gestionar de la mejor manera

posible los ingresos.

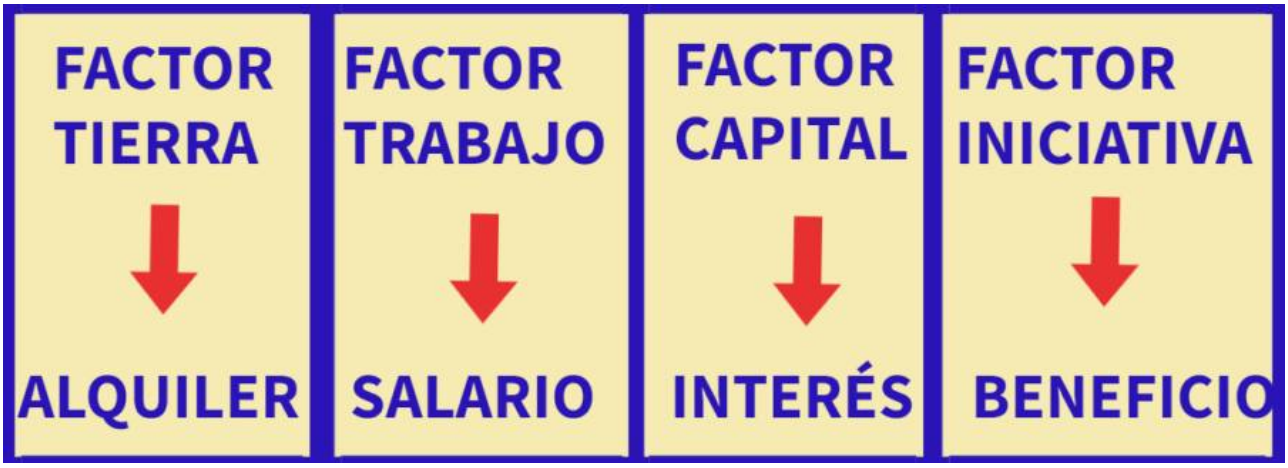


- Si el **saldo del presupuesto es positivo**, se está ante una situación de superávit o **capacidad de ahorro**, por lo que se va a poder hacer frente a todos los gastos y todavía quedará un remanente.
- Si el **saldo presupuestario es negativo**, se está ante una situación de déficit o **necesidad de endeudamiento**, lo que significa que o se reducen gastos, o se aumentan ingreso, o habrá que recurrir al endeudamiento.

PASOS PARA ELABORAR UN PRESUPUESTO

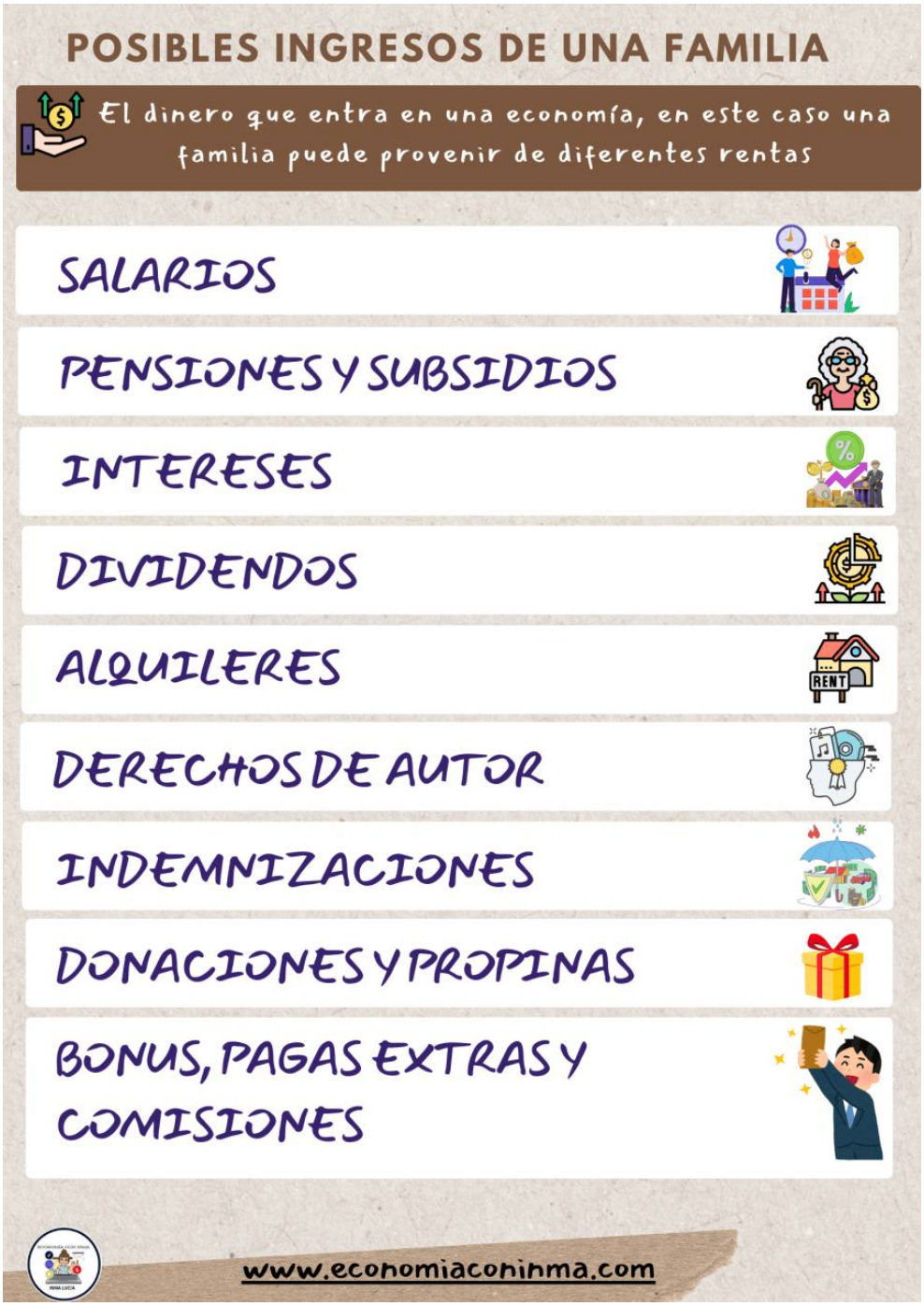
1. IDENTIFICAR LOS INGRESOS

Los ingresos de las familias son las entradas de dinero que tiene, como vimos en el tema 2, se llaman rentas y dependiendo de su procedencia, reciben distintos nombres.



La rentas de las familias pueden ser **activas**, si se derivan del trabajo, o pueden ser **pasivas** si se generan sin trabajar.

La **principal renta o ingreso que tiene una familia es el salario**, que es la contraprestación periódica que recibe por el trabajo, suele ser mensual pero podemos identificar otros ingresos también comunes:



- **Pensiones y subsidios**, son prestaciones económicas que se reciben de la seguridad social cuando se cumplen ciertos requisitos, como estar en el paro (subsidio), jubilado o incapacitado para trabajar (pensiones).
- **Intereses:** Cuando se tiene dinero invertido en depósitos o en empréstitos como la deuda pública, se recibe una cantidad como rendimiento de la inversión que recibe el nombre de interés.
- **Dividendos o Beneficios que reparten las empresas**, si se tiene dinero invertido en acciones o en empresas societarias y estas reparten beneficios. Éstos son un ingreso llamado dividendos.
- **Alquileres:** Cuando se tiene una propiedad cedida para el uso y disfrute de alguien y se cobra por ello. Por ejemplo una casa, un coche.
- **Derechos de autor:** Los autores de libros, música u obras culturales tienen si tienen registrada su obra con copyright tienen derecho a cobrar por su uso.
- **Indemnizaciones:** Si se ha sufrido un daño en algo que está cubierto o protegido por un seguro, se

puede tener derecho a cobrar una indemnización.
- **Donaciones y propinas:** Son regalos que se reciben sin que haya ninguna contraprestación.
- **Bonus, pagas extras y comisiones**: Son pagos extras que provienen del trabajo y se suelen relacionar con incentivos a la productividad, trabajar más, vender mucho, realizar el trabajo con mucha eficacia,…

Hemos visto los posibles ingresos de una familia, pero los otros agentes económicos también tienen ingresos y también realizan presupuestos:

- El **Estado** cuyos principales ingresos son **los impuestos y las cotizaciones sociales**
- Las **Empresas** cuyos principales ingresos son los obtenidos por las **ventas de su actividad**.

---

2. IDENTIFICAR Y PRIORIZAR LOS GASTOS

Los gastos de una familia son las salidas de dinero que tiene que afrontar debido al uso o consumo de diferentes productos o servicios:

- Gastos de vivienda: hipotecas y pagos de préstamos, alquiler, luz, agua, teléfono
- Gastos de comprar básicas: Comida, bebida, limpieza, medicamentos…
- Gastos de ocio: salidas con amigos o familia a restaurantes, cine, teatro, etc, peluquería, gimnasio,…

Normalmente el presupuesto se hace con una periodicidad mensual, si algún gasto es anual se dividiría entre 12, si es trimestral entre 3, y así dependiendo de la duración del gasto.

Los gastos los vamos a dividir en tres categorías dependiendo de la necesidad que se tenga de ellos, es decir si se puede o no prescindir de ellos:

GASTOS FIJOS OBLIGATORIOS: No se pueden dejar de pagar y el importe no varía en un plazo corto de tiempo, ejemplos de éstos gastos son:

- Importe de la hipoteca (Aunque la compra de una vivienda, es una inversión, el pago hay que hacerlo de forma obligatoria, por lo que se ha de considerar en el presupuesto)
- Alquileres
- Cuota de préstamos
- Gastos de la comunidad

- GASTOS VARIABLES NECESARIOS: Se pueden reducir, pero no se pueden eliminar, si se hace un consumo más moderado o con ciertos trucos se pueden reducir y se podrá gastar menos (bajar la temperatura de calefacción, electrodomésticos de bajo consumo, comparar precios de supermercados, aprovechar las rebajas,…), , ejemplos de estos gastos serían:
  - Suministros: Luz, agua, gas, teléfono, internet
  - Alimentación y bebidas
  - Transporte
  - Medicamentos necesarios
- GASTOS INNECESARIOS O DISCRECIONALES: Se pueden eliminar o reducir. En caso de necesidad son los primeros que hay que eliminar:
  - Ocio tanto fuera de casa como dentro:
    - Salir con amigos, viajar,…
    - Cine, Tv, suscripciones, comida a domicilio

- Compras innecesarias:
  - Ropa, complementos, perfumes,...
  - Tabaco y otros vicios
- Gimnasio, peluquería...



Al igual que hemos hecho con las familias, el estado y las empresas también tienen gastos:

- El gasto del estado se conoce como **gasto público**
- Los gastos más comunes de una empresa son:
  - Los salarios y las cotizaciones a la seguridad social de sus trabajadores
  - Los alquileres de locales y maquinaria
  - Los suministros de luz, agua, internet, gas, teléfono,...

- Los seguros y la contratación de servicios (limpieza, jurídicos,…)
- Las amortizaciones de sus inversiones en elementos de inmovilizado (locales, maquinaria, mobiliario, equipos informáticos, vehículos,…).

---

3. ANALIZAR LOS GASTOS PARA AHORRAR

Para poder tener un colchón financiero o ahorro para el futuro, necesitamos que los ingresos sean superiores a los gastos, por lo que hay que analizar bien los gastos para ver dónde podemos reducir.

- Primero **eliminaremos los gastos innecesarios** y dentro de ellos podemos eliminar los **gastos hormiga** o compras diarias de poco valor y no muy importantes que se hacen de forma automática: tomarnos un café, comprar una revista o chicles, comidas fuera de casa, compra de aplicaciones, coger transportes para trayectos cortos, compras online, compras por impulso,…
- **Reducir gastos variables necesarios**, por ejemplo a través de cambios de hábitos y trucos: coger la bici o ir andando en vez de coger el coche, cambiar a electrodomésticos y bombillas de baja potencia, cocinar en casa en vez de comprar productos preparados, comprar la ropa necesaria y comprar y vender productos de segunda mano,…
- **Intentar reducir los gastos fijos obligatorios** por ejemplo pagando o amortizando préstamos o reduciendo sus cuotas. (éstos son los más difíciles de eliminar)

---

4. EVALUAR Y AJUSTAR

El presupuesto es una previsión de los ingresos y gastos que se van a tener a lo largo de un periodo, pero lo que realmente ocurre puede ser diferentes, es por ello que hay que medir las desviaciones de cada uno de los apartados del presupuesto y analizar por qué ha ocurrido y así realizar una estimación más ajustada en el siguiente periodo.

UTILIDAD DE UN PRESUPUESTO

Un presupuesto es una herramienta sencilla que permite:

- **Llevar un control ordenado del dinero,** ser consciente de lo que se ingresa y gasta, evita derroches y ayuda a ahorrar, además de saber en qué se gasta el dinero y lo que se puede reducir o eliminar.
- **Permite hacer predicciones y planes de futuro**, al conocer la situación de nuestra economía podemos hacer predicciones y planes futuros.
- **Permite fijar un objetivo de ahorro:** Si existe capacidad de ahorro y esta se considera como un gasto fijo obligatorio, es decir que cada mes se destine una parte al ahorro, por ejemplo un 10% de los ingresos, esto permitirá tener un colchón o ahorro para afrontar gastos inesperados como una avería o un gasto médico o afrontar gastos futuros como la compra de una casa o pagar unos estudios universitarios.

El siguiente pdf, es una guía sobre el presupuesto del programa «Finanzas para todos» del Banco de España y el libro del alumno del mismo programa:

» **Documento descargable: 1_consejos_presupuesto_compressed (1):** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/dbdd5-1_consejos_presu…

» **Documento descargable: PEF_alumno3:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/a49cb-pef_alumno3.pdf

ACTIVIDADES

TAREA 1: Investiga la encuesta de presupuestos familiares del INE que puedes ver en el siguiente enlace, respondiendo a las siguientes preguntas:

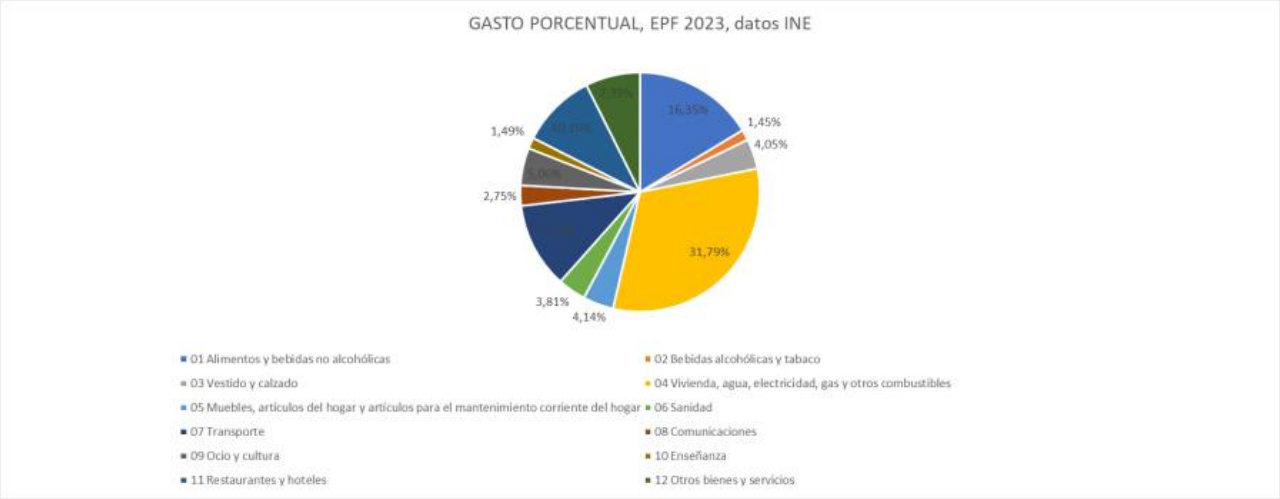
» **ENLACE A LA ENCUESTA DE PRESUPUESTOS FAMILIARES:** https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176806&men...

1. ¿Qué mide esta encuesta? ¿Con qué periodicidad se hace? ¿Cuál es el tamaño de la muestra?
2. ¿El gasto medio por hogar en el año 2023, ha aumentado o disminuido? ¿Cuánto?
3. ¿Cuál es el gasto medio por hogar en España en 2023? ¿Y el gasto medio por persona?

Dada la siguiente tabla e imágenes extraídas de la encuesta anterior, responde:

EPF 2023, Fuente INE	2023	2022	variación % anual
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	2.145,40	2.044,49	4,94%
02 Bebidas alcohólicas y tabaco	190,51	194,62	-2,11%
03 Vestido y calzado	530,72	498,59	6,44%
04 Vivienda, agua, electricidad, gas y otros com	4.170,25	4.146,50	0,57%
05 Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar	542,77	524,71	3,44%
06 Sanidad	499,87	497,24	0,53%
07 Transporte	1.519,59	1.536,07	-1,07%
08 Comunicaciones	360,45	374,31	-3,70%
09 Ocio y cultura	664,14	621,19	6,91%
10 Enseñanza	195,42	189,29	3,24%
11 Restaurantes y hoteles	1.331,72	1.195,57	11,39%
12 Otros bienes y servicios	969,26	956,97	1,28%
GASTO MEDIO PERSONA	13.120,10	12.779,54	2,66%





4.¿En qué han gastado más las personas? ¿En qué han gastado menos? ¿Qué porcentaje de la renta se han gastado en cada segmento?

5. ¿En qué segmento han aumentado más el consumo y en cuál menos?

Puedes descargar la tarea en pdf:

» **Documento descargable: TAREA 1-EPF:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/7bfa9-tarea-1-epf.pdf

---

Puedes realizar la ficha de actividades del programa «Finanzas para todos» relacionadas con el presupuesto que aparecen en este pdf:

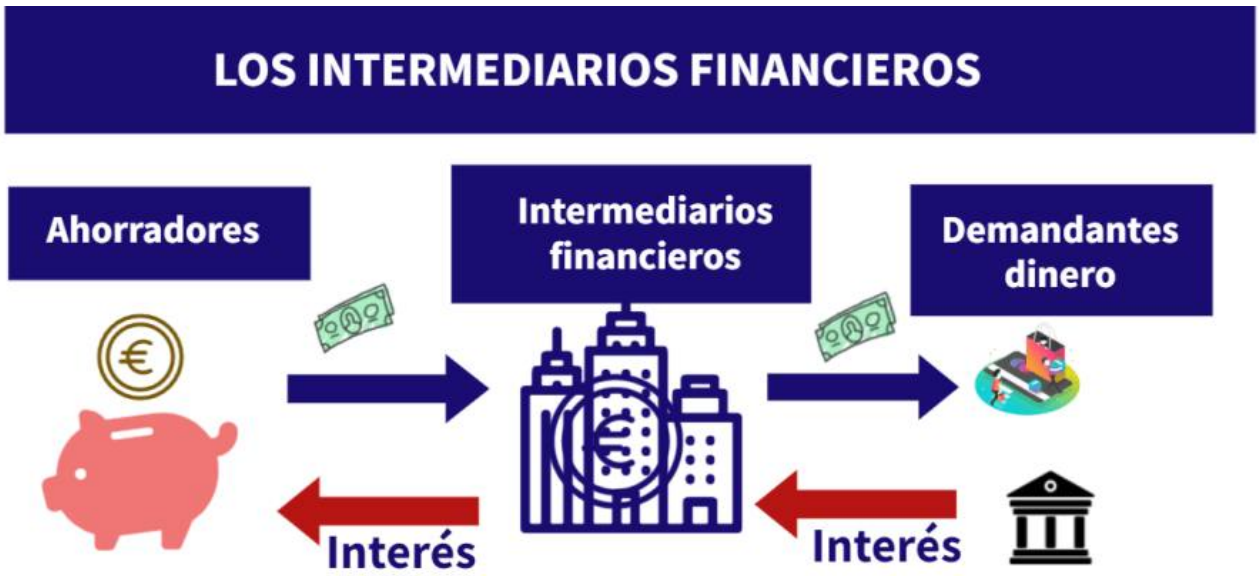
» **Documento descargable: PEF_actividades3:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/6171f-pef_actividades3…

El siguiente vídeo explica el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/mYhk_LNeBS0?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.4. EL SISTEMA FINANCIERO

El sistema financiero está formado por una serie de **intermediarios financieros**, mercados y activos, **facilitando el movimiento del ahorro hacia la inversión**. Esencialmente, conecta a quienes tienen dinero (ahorradores) con aquellos que lo necesitan (prestatarios).



TIPOS DE INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

Existen **dos tipos de intermediarios financieros:**

- **Intermediarios financieros bancarios**, que son aquellos que captan el ahorro y lo prestan, por lo tanto, tienen la **capacidad para crear dinero bancario** a través de los préstamos, estando principalmente formado por los bancos.

» CREACIÓN DE DINERO BANCARIO: https://economiaconinma.com/creacion-de-dinero-bancario/

- **Intermediarios financieros no bancarios**, que **no tienen capacidad para crear dinero bancario mediante los préstamos** pero también captan el ahorro hacia **servicios financieros**. Ejemplos de intermediarios financieros no bancarios pueden ser las empresas de seguros, los fondos de inversión, las financieras de consumo o la bolsa de valores.



La **principal función del sistema financiero** es coordinar la oferta y demanda de fondos, facilitando el crecimiento económico y la inversión a través del préstamo de dinero.

Ejemplos que reflejan cómo los agentes económicos interactúan con los intermediarios financieros en su vida diaria para gestionar sus finanzas podrían ser:

Situaciones de Ahorro

- **Cuenta de Ahorros**: Una familia decide abrir una cuenta de ahorros en un banco para guardar un poco de dinero para las vacaciones y, de paso, ganan intereses sobre su saldo.
- **Planes de Ahorro a Largo Plazo**: Un joven comienza a contribuir a un plan de pensiones, ahorrando mensualmente para su jubilación.
- **Depósitos a Plazo Fijo**: Una pareja decide colocar su dinero en un depósito a plazo fijo durante un año, asegurando un interés más alto que en una cuenta de ahorros tradicional.

Situaciones de Inversión

- **Compra de Acciones**: Un inversor compra acciones de una empresa a través de un corredor de bolsa, buscando obtener beneficios a largo plazo.
- **Fondos de Inversión**: Un grupo de ahorradores se une para invertir en un fondo de inversión, diversificando su riesgo y accediendo a un manejo profesional de sus activos.

Situaciones de Préstamo

- **Préstamo Hipotecario**: Una pareja solicita un préstamo hipotecario a un banco para financiar la compra de su primera casa, pagando a plazos con intereses.
- **Préstamos para Estudio**: Un estudiante solicita un préstamo educativo para financiar su matrícula universitaria, comprometiéndose a pagarlo después de graduarse.
- **Préstamo Personal**: Una persona pide un préstamo personal para cubrir gastos médicos

inesperados, utilizando su salario para pagar las cuotas mensuales.
- **Línea de Crédito Empresarial**: Un emprendedor obtiene una línea de crédito de su banco para financiar el capital de trabajo de su nueva empresa, utilizando los fondos según sea necesario.

Situaciones de Prevención y Seguro

- **Familias y seguros de vida**: Una familia contrata un seguro de vida para proteger la estabilidad financiera de sus dependientes en caso de fallecimiento del proveedor principal de ingresos. Esto les permite tener tranquilidad y un respaldo económico en situaciones difíciles.
- **Empresas y seguros de responsabilidad civil**: Una pequeña empresa adquiere un seguro de responsabilidad civil para protegerse contra reclamaciones legales por daños o lesiones que puedan ocurrir en sus instalaciones. Esto asegura la continuidad del negocio y protege sus activos.

Todas estas operaciones financieras las veremos en los siguientes apartados.

REGULACIÓN Y SUPERVISIÓN

Para proteger a los ahorradores y garantizar la seguridad de los servicios de estos intermediarios, las Administraciones Públicas deben r**egular, supervisar y controlar el sistema financiero**.

El responsable de estas funciones es el **Ministerio de Economía o Ministerio de Asuntos Económicos**, que a través de tres instituciones va a regular el sistema financiero. Estas instituciones son:

- El **Banco de España**, que supervisa el sistema bancario y ejecuta la política monetaria diseñada por el Banco Central Europeo y el Eurosistema.
- La **Comisión Nacional del Mercado de Valores**, que supervisa los mercados de valores y a los intermediarios financieros que operan en ellos, como los fondos de inversión o la Bolsa
- La **Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones** que supervisa la actividad aseguradora y de los fondos de pensiones.



---

la siguiente imagen resume el apartado:



Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/9Ae9ctoeUsg?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.5. PRODUCTOS DE AHORRO

Una persona tiene que dedicar una parte de sus ingresos a pagar sus gastos, pero si no gasta todo, el remanente que le queda lo puede dedicar a ahorrar o lo puede invertir.

Antes de comenzar a hablar de los productos financieros que nos permiten ahorrar, vamos a centrarnos en la diferencia entre los conceptos de ahorro e inversión:

- **Ahorrar** significa **reservar parte de nuestro dinero y guardarlo para utilizarlo en el futuro**. Es una estrategia de seguridad, en la que el dinero se guarda, **sin buscar ganancias**, sino con el objetivo de tener un "colchón" económico que nos dé tranquilidad para imprevistos o para alcanzar metas concretas. Generalmente, se ahorra como veremos en cuentas bancarias, sin riesgo de perder el dinero, pero también sin obtener grandes rendimientos.
- **Invertir**, en cambio, es **emplear el dinero con el propósito de que crezca**, aprovechando distintos instrumentos financieros, como acciones, bonos o fondos. **La inversión implica riesgo:** el valor puede aumentar o disminuir. El objetivo es que el dinero genere beneficios a largo plazo, pero existe la posibilidad de perder parte de lo invertido.

En resumen, ahorrar es reservar y proteger nuestro dinero, mientras que invertir es buscar que crezca, aceptando ciertos riesgos.

MOTIVOS PARA AHORRAR

Entre los **motivos de ahorrar** tenemos los siguientes:

- **Poder hacer frente a posibles imprevistos**, por ejemplo, posibles averías que pueden ocurrir en el hogar o posibles accidentes o circunstancias que hacen que disminuyan o nos quedemos sin rentas, como por ejemplo perder el trabajo o para un empresario pequeño, tener que cerrar la empresa.
- **Hacer frente a compras de un gran valor o de mayor valor que lo que estamos acostumbrados a consumir**. Por ejemplo, la compra de una casa, de un coche, pagar los estudios de los hijos, o darse un gran capricho como hacer un viaje alrededor del mundo.
- **Mejorar el nivel de vida futuro.** Por ejemplo, si esperamos que nuestra pensión de jubilación sea pequeña, se puede ahorrar para complementar esa pensión y así mantener el nivel de vida.
- **Depender menos de las deudas**. Por ejemplo, me quiero comprar una casa y quiero pedir una hipoteca, si tengo dinero ahorrado, tendré que pedir menos dinero de hipoteca y por lo tanto tendré menos deuda.
- **Invertir**, es decir, si se tiene ahorros, una parte de ellos, la que no se necesite se puede utilizar para invertir, con la esperanza de hacer crecer el dinero.

FACTORES DE LOS QUE DEPENDE EL AHORRO

NIVEL DE RENTA:

A mayor nivel de renta, mayor nivel de ahorro se tendrá.



SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL DE LA ECONOMÍA:



A mejor sistema de seguridad social, Se tienen más riesgos cubiertos como el desempleo o las bajas médicas o la jubilación, por lo que **ahorrar** por estos motivos **es menos necesario**.

TIPO DE INTERÉS:

Como hemos comentado, un motivo para ahorrar es invertir para hacer crecer los ahorros. Si **el tipo de interés sube, se ahorrará más**, ya que la rentabilidad de invertir el ahorro es mayor.

En el siguiente enlace (Pincha sobre el botón) se explica qué es tipo de interés y la diferencia entre tipo de interés fijo y variable y tipo de interés simple y continuo.

» TIPO DE INTERÉS: https://economiaconinma.com/tipo-de-interes-2/



PRODUCTOS DE AHORRO:

Los **instrumentos financieros de ahorro o Productos de ahorro** están diseñados para proteger nuestro dinero y, en algunos casos, generar pequeños rendimientos o intereses con bajo riesgo.

Cuentas de Ahorro: Son depósitos en bancos que permiten guardar el dinero y recibir intereses. Su ventaja es la liquidez, es decir, podemos retirar el dinero cuando lo necesitemos, aunque las ganancias suelen ser bajas . La diferencia con una cuenta corriente es que las cuentas de ahorro generan intereses

EJERCICIO

» **Documento descargable: Opciones de Cuentas de Ahorro:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/333f7-opciones-de-cuen…

Depósitos a Plazo: Aquí, el dinero se guarda durante un período específico, y al final, el banco paga un interés fijo. Es ideal para quienes desean estabilidad y pueden comprometer el dinero sin retirarlo antes de que termine el plazo.

» **Documento descargable: depósitos:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/9521b-depositos.pdf

Deuda Pública: Consiste en prestar dinero al gobierno, que a cambio paga un interés. Este instrumento es considerado muy seguro, ya que cuenta con el respaldo del Estado, aunque sus rendimientos son modestos.

En el siguiente link puedes acceder a la página del tesoro público donde se da la información de la deuda pública y de la celebración de las distintas subastas de deuda pública

LINK A LA PÁGINA DEL TESORO PÚBLICO



» **Documento descargable: deuda pública:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/f56b5-deuda-publica.pdf

CONSEJOS PARA AHORRAR

En la siguiente infografía tienes un decálogo de consejos para ahorrar:



EJERCICIO O RETO:

» **Documento descargable: ELEGIR PRODUCTO AHORRO:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/5bfd3-elegir-producto-...

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/Rsk32j_NUN0?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo...

3.6. PRODUCTOS DE INVERSIÓN

Como vimos en el apartado anterior, la inversión busca que los ahorros o el dinero crezca, a través de distintos instrumentos financieros que tienen un riesgo mayor que los productos de ahorro, pero también su rentabilidad es mayor.

Al tener mayor riesgo, la probabilidad de perder parte o todo lo invertido también es mayor que en el caso de los productos de ahorro.

MOTIVOS PARA INVERTIR

Entre los motivos clave para invertir podemos destacar:

1. **Aumentar el Patrimonio**: Las inversiones suelen ofrecer mayores rendimientos o rentabilidades que los productos de ahorro que vimos en el apartado anterior, Esto permite aumentar el patrimonio personal y la riqueza a largo plazo.
2. **Protección contra la Inflación**: La inflación reduce el valor del dinero con el tiempo. Invertir en activos que generen rendimientos superiores a la inflación ayuda a preservar el poder adquisitivo, protegiendo los ahorros de la pérdida de valor.
3. **Objetivos Financieros a Largo Plazo**: Las inversiones permiten a las personas alcanzar metas financieras, como la compra de una casa, la educación universitaria o la jubilación, ya que permiten acumular una cantidad de dinero significativa que el ahorro solo no lograría generar.
4. **Diversificación de Ingresos**: Al invertir en diferentes tipos de activos, las personas pueden crear múltiples fuentes de ingresos, reduciendo la dependencia de un único flujo de ingresos y aumentando la estabilidad financiera.
5. **Beneficios Fiscales**: En algunos casos, las inversiones pueden ofrecer ventajas fiscales, como deducciones o tasas impositivas preferenciales, que también incentivan a invertir, a pesar de los riesgos.

Pero aunque los motivos sean importantes, siempre hay que tener en cuenta el riesgo de Invertir y hacerlo con dinero que no se necesite en el corto plazo.

PRODUCTOS DE INVERSIÓN:

Después de ver los motivos para invertir, vamos a analizar los principales instrumentos financieros de inversión disponibles:

ACCIONES

- **Acciones**: Representan una participación en una empresa. Los inversores pueden obtener beneficios si el valor de la acción sube y el precio de venta es superior al precio de compra o mediante dividendos periódicos es decir cuando la empresa distribuye parte de sus beneficios entre los socios o accionistas.
- Para poder tener derecho al cobro de dividendos se debe poseer la acción al menos un día antes que la fecha de Exdividendo.
- Las acciones se suelen comprar en mercados regulados, en España al mercado de acciones se le conoce como la Bolsa de Valores, entre ellas tenemos la bolsa de Madrid .
- El IBEX 35 es el índice de referencia del mercado de valores en España. Representa el valor promedio de las 35 empresas más importantes que cotizan en la **Bolsa de Madrid** y se considera un indicador

de la economía española. Las empresas que lo componen son seleccionadas en función de su **tamaño** y **liquidez** (lo fácil que es comprar y vender sus acciones), lo cual significa que suelen ser compañías con gran presencia en el mercado.
    - https://www.bolsasymercados.es/bme-exchange/es/Mercados-y-Cotizaciones/Acciones/Mercado-Continuo/Precios/ibex-35-ES0SI0000005

- En el siguiente pdf tienes una ficha de ejercicios sobre el rendimiento de las acciones:

» **Documento descargable: acciones:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/9a644-acciones.pdf

---

FONDOS DE INVERSIÓN

- **Fondos de Inversión**: Permiten invertir en una cartera diversificada de activos, gestionada por profesionales. Son ideales para quienes buscan diversificación sin gestionar cada activo individualmente.
    - Pueden tener distinto nivel de riesgo según los activos que forman parte de la cartera de inversión.
    - El semáforo de riesgo financiero clasifica los productos de inversión según el riesgo del 1 al 6, donde el 1 indica los productos con menor riesgo y el 6 los productos con mayor riesgo. La siguiente imagen extraída del periódico Expansión, indican qué producto entra en cada nivel:



En el siguiente pdf tienes un ejercicio que permite comparar distintos fondos de inversión:

» **Documento descargable: fondos de inversión:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/3b153-fondos-de-invers…

CRIPTOMONEDAS

- Las **Criptomonedas** son una forma de dinero digital que solo existe en internet y no tiene billetes ni monedas físicas. Son como el dinero que usas en un videojuego, pero con criptomonedas puedes

comprar cosas de verdad.

- Estas monedas funcionan gracias a una tecnología llamada **blockchain** o cadena de bloques. La blockchain es como un gran libro de contabilidad en el que se registran todas las transacciones de criptomonedas, y este libro es compartido por miles de ordenadores en todo el mundo. Esto hace que las transacciones sean seguras, ya que muchas personas (y no un banco) están vigilando que nadie haga trampas.
- La criptomoneda más conocidas es el **Bitcoin**, pero hay muchas otras. Cada una de ellas funciona de manera un poco distinta y tiene diferentes objetivos. Las criptomonedas no dependen de los bancos, y puedes enviarlas o recibirlas directamente entre personas usando internet, sin tener que pasar por una cuenta bancaria.

En conclusión las criptomonedas son activos digitales descentralizados que pueden generar altos beneficios, aunque su **alta volatilidad** representa **un riesgo altísimo**.

En el siguiente pdf, tienes ejercicios de compraventa de criptomonedas.

» **Documento descargable: Criptomonedas:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/881d8-criptomonedas.pdf

---

El siguiente vídeo realizado con IA explica el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/BlWZG7r8SFo?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.7. FUENTES DE FINANCIACIÓN-PRÉSTAMOS.

Cuando una persona o una empresa necesita obtener recursos financieros para hacer frente a sus gastos e inversiones. La distintas formas de obtener estos recursos se conoce como **fuentes de financiación**.

En este apartado nos vamos a centrar en cómo las familias o economías domésticas acceden a los recursos financieros cuando necesitan dinero.

Si estamos interesados en conocer cómo se financian las empresas lo podemos hacer en el siguiente enlace:

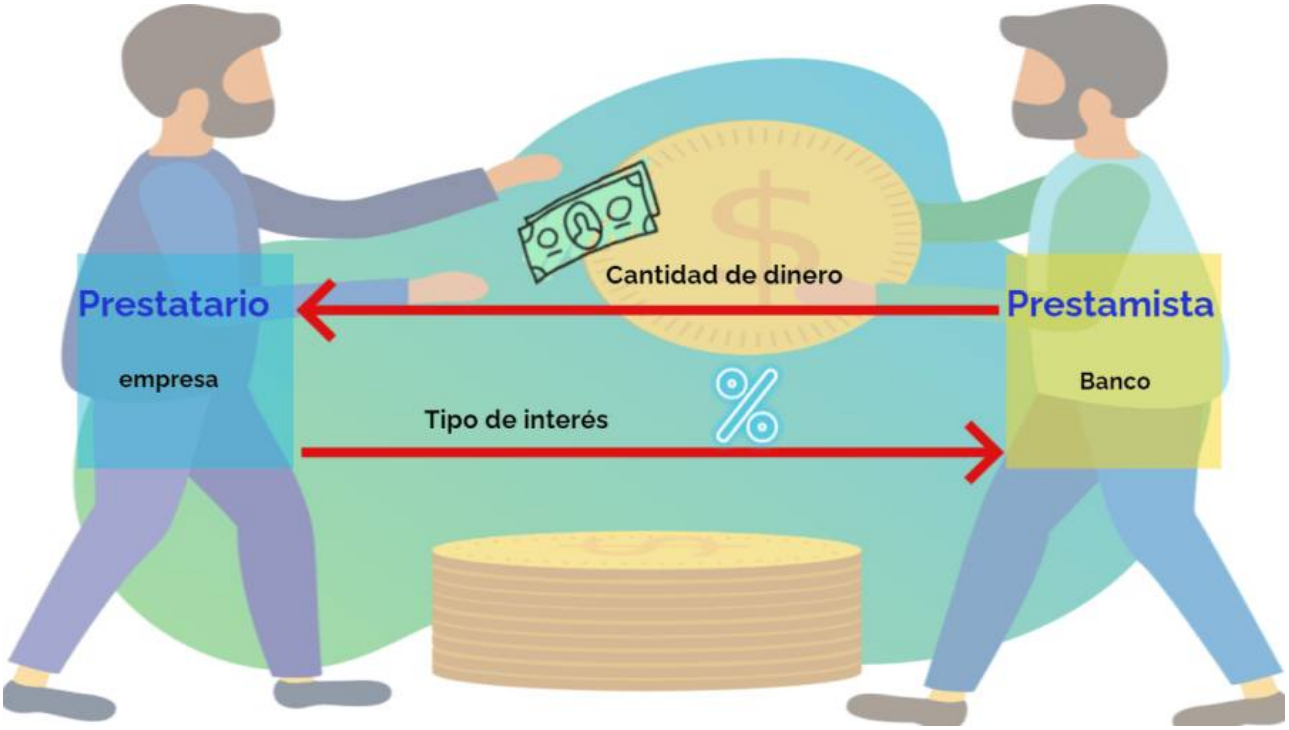
» **FINANCIACIÓN EN LA EMPRESA:** https://economiaconinma.com/financiacion-de-la-empresa-2/

Si pensamos en una familia y en cómo puede obtener dinero para afrontar sus posibles gastos e inversiones, podemos pensar que el dinero sale de sus ingresos como vimos en el apartado del presupuesto, pero hay veces que con los ingresos y el ahorro no tenemos suficiente para afrontar ciertos gastos, y es por ello que debemos acudir a la financiación ajena, que en el caso de las economías domésticas principalmente hablamos de préstamos.

PRÉSTAMOS

Un préstamo es un contrato financiero por el cual una entidad (generalmente un banco) presta una cantidad de dinero a una persona o empresa (el prestatario), con la condición de que este último

devuelva el dinero prestado más los intereses acordados en un plazo determinado.



TIPOS DE PRÉSTAMOS

Para clasificar los préstamos lo vamos a hacer atendiendo a distintos criterios:

- Según el plazo de devolución.
- Según el tipo de interés.
- Según su finalidad.

PRÉSTAMOS SEGÚN EL PLAZO DE DEVOLUCIÓN:

Según el plazo de devolución, podemos diferenciar entre:

- **Préstamos a corto plazo:** El plazo de devolución es inferior a 1 año.
- **Préstamos a medio plazo:** El plazo de devolución está entre 1 y 5 años.
- **Préstamos a largo plazo:** El plazo de devolución es superior a 5 años.

PRÉSTAMOS SEGÚN EL TIPO DE INTERÉS

Según el tipo de interés, podemos diferenciar entre:

- **Préstamos a tipo fijo:** el interés se mantiene constante durante toda la vida del préstamo.
- **Préstamos a tipo variable:** el interés varía según un índice de referencia (por ejemplo, el Euribor, o el tipo de interés al que las entidades financieras se prestan dinero entre sí y que además es el principal tipo de referencia de los préstamos hipotecarios).
- **Préstamos mixtos:** combinan un periodo inicial a tipo fijo y el resto a tipo variable.

PRÉSTAMOS SEGÚN SU FINALIDAD

Según su finalidad podemos distinguir entre:

- **Préstamos personales:** para gastos generales o consumo. Como puede ser la compra de un coche. Suelen ser de interés fijo y con un plazo de devolución inferior a ocho años.
- **Préstamos hipotecarios:** para la compra de vivienda o inmuebles. Además el bien hipotecado sirve como garantía del préstamo. Suelen tener un plazo de devolución superior a los 10 años y el tipo de interés suele ser variable.
- **Préstamos para estudios:** destinados a financiar la educación universitaria, suelen tener plazos de devolución largo con periodos de carencia iniciales o planes de pago adaptados a los estudiantes, así como tipos de interés más bajos.
- **Préstamos para negocios:** Al igual que las familias, las empresas pueden pedir préstamos para iniciar o expandir un negocio o por necesidades temporales de financiación

---

PRINCIPALES ELEMENTOS DE UN PRÉSTAMO

Cuando se solicita un préstamo, hay que devolver el capital prestado más los intereses del préstamo. Los principales elementos en el cálculo de un préstamos son:

- **Capital:** El capital es la cantidad total de dinero que se ha prestado inicialmente. Es la suma que el prestatario recibe y que debe devolver a lo largo del tiempo, sin contar los intereses.
- **Capital a devolver a principio del periodo:** Es la cantidad de dinero que se debe al principio de un periodo.
- **Capital a devolver al final del periodo:** Es la cantidad de dinero que se debe al final del periodo.
- **Capital amortizado:** Es la cantidad de dinero que se devuelve del préstamo en cada periodo.

$$\text{CAPITAL AMORTIZADO}_{\text{PERIODO}} = \text{CAPITAL PRINCIPIO}_{\text{PERIODO}} - \text{CAPITAL FINAL}_{\text{PERIODO}}$$

- **Cuota a pagar:** Cantidad de dinero que el prestatario debe pagar periódicamente (generalmente cada mes) para devolver el préstamo. Esta cuota incluye tanto una parte del capital prestado como los intereses.

$$\text{CUOTA} = \text{CAPITAL AMORTIZADO} + \text{INTERESES}$$

- **Intereses a pagar:** Los intereses son el coste del préstamo, es decir, la cantidad adicional que el prestatario debe pagar al prestamista por el uso del dinero. Se expresan como un porcentaje del capital. Además, se suele usar el tipo de capitalización compuesta.
- **Plazo**: El plazo es el periodo de tiempo acordado para devolver el préstamo en su totalidad. Puede variar desde unos meses hasta varias décadas, dependiendo del tipo de préstamo.
- **Periodo de carencia**: El periodo de carencia es un tiempo acordado al inicio del préstamo durante el cual el prestatario solo paga intereses o incluso no paga nada. Esto permite al prestatario tener cuotas más bajas al principio del préstamo.
- **Garantía:** Una garantía es un bien o derecho que el prestatario ofrece al prestamista como seguridad de que devolverá el préstamo. En caso de impago, el prestamista puede recurrir a esta garantía para recuperar su dinero.
- **TAE (Tasa Anual Equivalente)**: La TAE es un indicador que representa el coste total del préstamo en términos anuales, incluyendo no solo los intereses, sino también otros gastos asociados como comisiones. Se expresa como un porcentaje y permite comparar diferentes ofertas de préstamos.

SIMULACIÓN DE UN PRÉSTAMO

Para calcular los datos asociados a un préstamo, se suele usar un simulador de préstamos, En el siguiente enlace tenemos acceso al simulador de préstamos del Banco de España:

SIMULADOR PRÉSTAMOS BDE

Veamos un ejemplo: Préstamo personal de 10.000€ a devolver en 5 años en cuotas mensuales con un interés fijo anual del 6%.

Como vemos en la siguiente imagen al hacer la simulación nos da una cuota mensual de 193,33€:



si queremos ver el cuadro de amortización, es decir cómo se divide esa cuota en intereses y capital amortizado a lo largo del tiempo le tenemos que dar a ver detalles y elegir el icono cuadro de amortización o el formato excell, los datos se pueden ver en el archivo adjunto:

» **Documento descargable: simulacionCuota:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/6f5fc-simulacioncuota.pdf

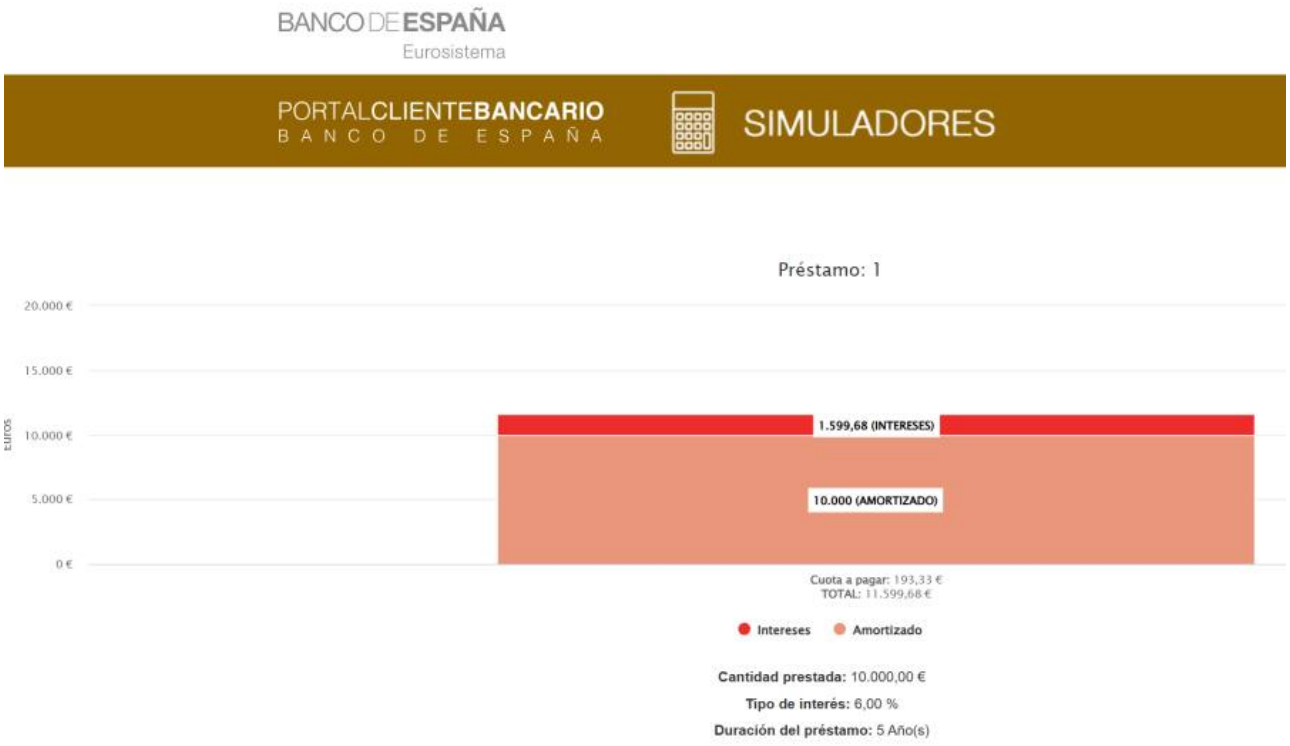
Como podemos ver en el documento:

- El primer mes, la cantidad amortizada es 143,33€ y los intereses pagados 50€.
- El mes 10, la cantidad amortizada es 149,91€ y los intereses pagados 43,42€
- El mes 60, o en la última cuota, la cantidad amortizada es 192,25€ y los intereses 0,96€.

Es decir el capital a amortizar es creciente y los intereses a pagar son decrecientes en el tiempo, como vemos en la gráfica.



Si sumamos todas las cantidades amortizadas, nos da un total de 10.000, igual a l capital del préstamo y si sumamos todos los intereses pagados nos da 1.599,68€:



En el siguiente archivo puedes ver una lista de ejercicios:

» **Documento descargable: EJERCICIOS DE PRÉSTAMOS:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/4e38b-ejercicios-de-pr…

En la siguiente imagen puedes ver un resumen del tema:



Aquí tienes un vídeo que resume el tema:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/JP0S9CO3uh8?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.8. FUENTES DE FINANCIACIÓN-CRÉDITOS.

Cuando una persona o una empresa necesita obtener recursos financieros para hacer frente a sus gastos e inversiones, puede recurrir a distintas fuentes de financiación. En el apartado anterior hablamos de los préstamos. En este apartado nos centraremos en cómo las familias o economías domésticas acceden a los recursos financieros a través de Los **créditos bancarios**, o líneas de crédito.

CONCEPTO DE CRÉDITO

El crédito bancario, es una operación en la que una entidad financiera pone a disposición del cliente **hasta una cierta cantidad de dinero**, es decir un **límite disponible**. El usuario del crédito no tiene por qué utilizar todo el dinero, solo utilizará el que necesite, pagando intereses por la cantidad que se ha dispuesto o utilizados.

Dentro del crédito bancario vamos a ver dos tipos:

DESCUBIERTO EN CUENTA

- **Descubierto en cuenta**, donde se tiene contratado un límite de descubierto en la cuenta corriente, de manera que si la empresa necesita disponer más dinero del que hay en la cuenta corriente, el banco le prestaría ese dinero, entrando en descubierto o en números rojos. es decir se puede disponer en la cuenta corriente de más dinero del que se tiene, pero el banco cobra una comisión por descubierto elevada y además intereses por el dinero del descubierto que se ha utilizado.
- Para consumidores, **el coste total** (intereses + comisiones) tiene un límite legal máximo de 2,5 veces el interés legal del dinero

Sus **principales ventajas** son:

- Permite **cubrir pagos imprevistos** o desfases temporales de liquidez.
- **No requiere trámites adicionales**, se activa automáticamente.

Sus desventajas son:

- Suele tener **costes elevados** (intereses y comisiones).
- **Puede generar sobreendeudamiento si se usa con frecuencia.**



- Con los datos de la imagen, el banco ofrece un descubierto en cuenta de hasta 1.000€, teniendo la empresa actualmente 2.500€, supongamos que llega un pago de 3.000€, el banco lo pagaría, entrando la empresa en un descubierto de 500€, supongamos que este descubierto dura una semana, la empresa pagaría por usar esos 500€:
  - Comisión: 4,5% de 500€=22,5€ como es superior a 15€, **pagaría 22,5€**
  - Intereses: 7,5%*500*7/365=**0,72€**

LÍNEA DE CRÉDITO

- **Línea o cuenta de crédito**: Con esta modalidad, la entidad financiera o el banco le ofrece a la empresa tener disponible hasta cierta cantidad de dinero, que se puede utilizar o no, pagando intereses por lo que se utiliza.
  - Funciona como una cuenta corriente donde el saldo disponible es la cantidad que el banco te ha puesto como límite en la línea de crédito que no has usado, es decir, la cantidad que te queda por utilizar. Se suele elegir una cuota a pagar mensual, veámoslo con un ejemplo simplificado, donde no va a haber comisiones, solo interés a pagar por lo dispuesto.

Sus principales ventajas son:

- Flexibilidad para realizar pagos sin disponer de fondos inmediatos.
- Posibilidad de fraccionar pagos grandes.
- Útiles para gastos imprevistos o compras puntuales.
- Algunos programas ofrecen beneficios y recompensas

Sus inconvenientes son:

- Pueden tener costes elevados si se fracciona el pago.
- Riesgo de sobreendeudamiento si no se controla el gasto.
- Posibilidad de compras impulsivas

Veamos un ejemplo:

LÍNEA DE CRÉDITO

Límite disponible: 10.000€

Interés: 8% anual

Cuota mensual: 100€

Para calcular los intereses se va a calcular el 8% por el saldo dispuesto por el número de días que se ha utilizado ese saldo entre 365 días que tiene el año.

LÍNEA DE CRÉDITO				
Fecha	**Conceto**		**Saldo no dispuesto**	**saldo dispuesto**
01/01/2021	Apertura línea		10000,00	0,00
10/01/2021	Disposición	2000,00	8000,00	2000,00
31/01/2021	pago cuota	-100,00	8100,00	1900,00
31/01/2021	intereses	9,44	8090,56	1909,44
28/02/2021	pago cuota	-100,00	8190,56	1809,44
28/02/2021	intereses	20,51	8170,05	1829,95
31/03/2021	pago cuota	-100,00	8270,05	1729,95
31/03/2021	intereses	32,09	8237,97	1762,03

- Muchas veces la línea de crédito suele tener asociada una tarjeta de crédito, que permite a la empresa ir utilizando el saldo dispuesto, teniendo una modalidad que es final de mes, es decir que al

final de mes pagas todo lo que has dispuesto ese mes y así no te cobran intereses.

TAREA: En el siguiente pdf tienes los datos de una línea de crédito con las operaciones asociadas, para que se haga una simulación en una hoja de cálculo:

» **Documento descargable: ejercicios créditos:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ejercicios-creditos-1.pdf

---

RECOMENDACIONES PARA HACER UN USO RESPONSABLE DE LOS CRÉDITOS

1. Analiza bien tus necesidades antes de contratar.
2. Lee detenidamente las condiciones del contrato.
3. Ten en cuenta los límites de gasto y de disposición en cajeros.
4. Utiliza sistemas de alerta para controlar los movimientos y el saldo.
5. Evita los descubiertos siempre que sea posible para no incurrir en costes adicionales.

En el siguiente pdf tienes un ejercicio sobre el sobreendeudamiento:

» **Documento descargable: Análisis de caso de sobreendeudamiento:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/eec44-analisis-de-caso…

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/B3QSknJGpQU?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.9. MEDIOS DE PAGO

Un **medio de pago** es un instrumento o bien que **permite comprar un producto, contratar servicios o cancelar todo tipo de deudas**. En otras palabras, es cualquier forma de pago aceptada por un vendedor para recibir el pago de un comprador.

Con esta definición está claro que **el medio de pago más utilizado es el efectivo**, es decir el uso de monedas y billetes para pagar, pero cada vez son más los medios de pago distintos del dinero que se utilizan y que sustituyen a éste, medios de pago como pueden ser las tarjetas bancarias o el móvil.

Es importante destacar que **los medios de pago han evolucionado con el tiempo**, desde el trueque hasta las formas más sofisticadas de pago digital actuales. Su principal objetivo es facilitar los intercambios comerciales y las transacciones económicas en cualquier lugar y tiempo.

Medios de pago más comunes

Efectivo

El efectivo es el medio de pago tradicional que consiste en monedas y billetes físicos.

Aunque cada vez se está sustituyendo más por dinero digital, siempre es recomendable llevar una pequeña cantidad en efectivo, por si los medios electrónicos fallan.

Tarjetas de débito y crédito

Las tarjetas son instrumentos de pago electrónico emitidos por entidades bancarias, podemos hablar principalmente de dos tipos: de débito y de crédito.

Tarjeta de débito

Está **asociada a una cuenta bancaria** y permite realizar compras con el **dinero disponible** en la cuenta. Es decir, el pago se descuenta inmediatamente de la cuenta.

Normalmente tienen un máximo de dinero disponible al día de pago y de retirada en cajeros.

Las tarjetas de débito **están vinculadas al saldo disponible en la cuenta bancaria** asociada. No obstante, algunas entidades financieras ofrecen un servicio adicional conocido como «**límite de descubierto**». Este mecanismo permite realizar transacciones incluso cuando el saldo de la cuenta es insuficiente, hasta un importe máximo preestablecido.

En caso de que se produzca un descubierto, es decir, cuando se utiliza este límite adicional, el titular de la cuenta debe **regularizar la situación a la mayor brevedad posible**. De no hacerlo, la entidad bancaria aplicará intereses sobre la cantidad utilizada en descubierto. Estos **intereses suelen ser significativamente más elevados** que los de otros productos financieros.

Es crucial comprender que **el límite de descubierto no es una extensión del saldo real de la cuenta**, sino un servicio que puede conllevar costes importantes si no se gestiona adecuadamente. Por lo tanto, es recomendable mantener un control riguroso de los gastos y del saldo disponible para evitar incurrir en descubiertos innecesarios.

En la siguiente tabla se comparan las tarjetas de débito y el efectivo respecto a distintos aspectos, ello nos permitirá ver cuáles son las ventajas y los inconvenientes de cada medio de pago:

Aspecto	Tarjetas de Débito	Efectivo
Seguridad	Mayor seguridad en caso de pérdida o robo	Difícil de recuperar si se pierde o es robado
Seguimiento de gastos	Fácil seguimiento de transacciones	Difícil recordar en qué se gasta cada billete
Conveniencia	Aceptadas en la mayoría de establecimientos y en línea	Limitado a transacciones presenciales
Higiene	No requiere manipulación física de dinero	Implica manipular billetes y monedas
Acceso a fondos	Permite retirar efectivo de cajeros 24/7	Limitado al horario bancario para obtener más
Dependencia tecnológica	Vulnerable a fallos del sistema o de red	Funciona siempre, sin depender de tecnología
Comisiones	Posibles comisiones en ciertas transacciones	Sin costes de uso
Riesgo de sobregiro	Posibilidad de gastar más de lo disponible	Limitado al dinero que se lleva encima
Control psicológico del gasto	Puede facilitar el gasto excesivo	Mayor conciencia del gasto al ver el dinero físico
Privacidad	Deja rastro digital de transacciones	Transacciones más anónimas

Aspecto	Tarjetas de Débito	Efectivo
Aceptación en pequeños comercios	Pueden tener limitaciones o mínimos de compra	Universalmente aceptado

Tarjeta de crédito

Las tarjetas de crédito funcionan de manera similar a las de débito, pero con una diferencia fundamental: **operan con dinero prestado por la entidad financiera**.

La **entidad financiera pone a disposición del cliente hasta un límite de crédito**, que es el máximo que la entidad prestará.

Este préstamo **debe ser reembolsado posteriormente, generalmente con intereses añadidos**. No obstante, existe una modalidad conocida como «**pago a fin de mes**» o «**a mes vencido**». En esta opción, si el titular salda la totalidad del importe utilizado antes de la fecha de vencimiento mensual, no se aplican intereses sobre las compras realizadas. En caso de no liquidar el saldo completo, se establece un plan de pago que incluye cuotas mensuales. Estas cuotas se componen de dos partes: una destinada a la amortización del capital prestado y otra correspondiente a los intereses generados por el préstamo.

La siguiente tabla muestra las principales características de los medios de pago analizados, permitiendo ver las diferencias entre ellos:

Aspecto	Efectivo	Tarjetas de Débito	Tarjetas de Crédito
Ventajas	– Aceptación universal – No requiere tecnología – Anonimato en las transacciones – Control físico del gasto – Sin riesgo de sobreendeudamiento	– Mayor seguridad ante pérdida o robo – Facilita el seguimiento de gastos – Aceptada en comercios y online – Más higiénico – Acceso a cajeros 24/7	– Crédito inmediato – Útil en emergencias – Posibilidad de compras a plazos – Beneficios adicionales (seguros, puntos) – Facilita reservas (hoteles, coches)
Inconvenientes	– Riesgo de pérdida o robo – Difícil seguimiento de gastos – Limitado a transacciones presenciales – Necesidad de llevar cantidades grandes	– Dependencia de la tecnología – Posibles comisiones – Limitado al saldo disponible – Menor control psicológico del gasto	– Riesgo de sobreendeudamiento – Intereses altos si no se paga a tiempo – Posibles comisiones anuales – Puede fomentar gastos innecesarios
Límite de gasto	Limitado al dinero en mano	Limitado al saldo en cuenta	Limitado al crédito concedido
Disponibilidad	Inmediata	Inmediata (sujeta a saldo)	Inmediata (sujeta a límite de crédito)
Coste de uso	Sin coste	Posibles comisiones en ciertas operaciones	Posibles comisiones e intereses
Protección al consumidor	Ninguna	Protección básica	Mayor protección en compras
Impacto en el crédito personal	Ninguno	Ninguno	Puede afectar positiva o negativamente

Ejemplo de cómo afectan las tarjetas de crédito al crédito y solvencia personal:

Las tarjetas de crédito pueden tener tanto impactos positivos como negativos en el crédito personal. Aquí tienes un ejemplo de cada caso:

Impacto positivo

María tiene una tarjeta de crédito con un límite de 5.000€. Cada mes, ella utiliza su tarjeta para compras por un valor de alrededor de 1.000€ (20% de su límite) y paga el saldo completo antes de la fecha de vencimiento.

Resultado:

Este comportamiento tiene un impacto positivo en el crédito de María por varias razones:

- Mantiene una baja utilización del crédito (menos del 30% recomendado).
- Demuestra un historial de pagos puntuales, que es el factor más importante en los modelos de puntuación crediticia.
- Establece un historial crediticio positivo a largo plazo.

Impacto negativo

Juan tiene una tarjeta de crédito con un límite de 3.000€. Regularmente utiliza casi todo su límite de crédito (2.800€ o más) y solo realiza los pagos mínimos mensuales. En ocasiones, se ha retrasado en sus pagos por más de 30 días.

Resultado:
Este comportamiento tiene un impacto negativo en el crédito de Juan por las siguientes razones:

1. Mantiene una alta utilización del crédito (más del 90%), lo cual afecta negativamente su puntuación crediticia.
2. Los pagos atrasados por más de 30 días se reportan a las agencias de crédito y tienen un impacto muy negativo en su historial crediticio3.
3. Al hacer solo pagos mínimos, acumula intereses y deuda, lo que puede llevar a una situación financiera insostenible a largo plazo.

En resumen, el uso responsable de las tarjetas de crédito, como en el caso de María, puede mejorar significativamente el crédito personal. Por otro lado, el uso excesivo y los pagos tardíos, como en el caso de Juan, pueden dañar seriamente la puntuación crediticia.

Transferencias bancarias

Consisten en el **traspaso de dinero de manera electrónica de una cuenta bancaria a otra**, si la cuenta pertenece a la misma entidad financiera y está a nombre del mismo titular de cuenta se denomina traspaso.

Las transferencias bancarias son un método de pago comúnmente **utilizado entre particulares**, especialmente en situaciones donde no es posible o conveniente el uso de tarjetas bancarias.

Para efectuar una transferencia, es requisito indispensable que **el emisor disponga de una cuenta bancaria activa**. Asimismo, es necesario contar con la información bancaria precisa del destinatario de los fondos.

Esta información típicamente incluye el nombre completo del beneficiario, el número de cuenta

bancaria (En España es el IBAN – Número Internacional de Cuenta Bancaria) y, en algunos casos, el código SWIFT o BIC (Código de Identificación Bancaria) de la entidad receptora. La exactitud de estos datos es crucial para garantizar que la transacción se realice de manera correcta y eficiente.

Aquí tienes una tabla comparativa de las ventajas e inconvenientes de las transferencias bancarias frente a las tarjetas bancarias:

Aspecto	Transferencias Bancarias	Tarjetas Bancarias
Ventajas	– Mayor seguridad para grandes cantidades – No hay riesgo de sobreendeudamiento – Útil para pagos entre particulares – Confirmación instantánea de la transacción – Ideal para pagos únicos de alto valor	– Comodidad y conveniencia – No requiere llevar efectivo – Acceso inmediato a fondos – Útil para compras en línea – Ofrece protección al consumidor – Permite acceder a promociones y descuentos
Inconvenientes	– Puede tener comisiones, especialmente en transferencias internacionales – Requiere conocer los datos bancarios del destinatario – Puede tardar entre 1-3 días hábiles (excepto las inmediatas) – No permite cancelar una vez procesada – Menos flexible para pagos recurrentes	– Riesgo de sobregasto y endeudamiento – Posibles tasas de interés elevadas (en tarjetas de crédito) – Riesgo de fraude si se pierde la tarjeta – Puede tener comisiones anuales – Dependencia de la tecnología y conexión
Rapidez	Variable (de inmediata a varios días)	Inmediata
Límites	Generalmente más altos	Suelen tener límites diarios o mensuales
Uso internacional	Posible, pero puede tener costes adicionales	Ampliamente aceptadas internacionalmente
Control de gastos	Mejor para transacciones puntuales y planificadas	Facilita gastos impulsivos
Reversibilidad	Difícil de revertir una vez procesada	Posibilidad de disputar cargos

---

Pagos móviles

Los pagos móviles son **transacciones financieras efectuadas mediante dispositivos móviles**, principalmente smartphones, utilizando aplicaciones especializadas. Estas aplicaciones se pueden clasificar en dos categorías principales:

1. **Aplicaciones para pagos en comercios:** Entre las más populares se encuentran Google Pay y Apple Pay. Estas plataformas permiten asociar una tarjeta bancaria al dispositivo móvil, facilitando pagos sin necesidad de presentar físicamente la tarjeta ni introducir sus códigos de seguridad. Utilizan tecnologías como NFC (Near Field Communication) para realizar transacciones seguras y rápidas.
2. **Aplicaciones para pagos entre particulares:** Estas funcionan de manera similar a las transferencias bancarias tradicionales, pero simplifican el proceso al vincular las cuentas a números de teléfono o

códigos únicos, en lugar de requerir la introducción de números de cuenta bancaria completos. Ejemplos de estas aplicaciones incluyen Bizum en España o Venmo en Estados Unidos.

Ambos tipos de aplicaciones están diseñados para ofrecer una experiencia de pago más ágil y conveniente, adaptándose a las necesidades de una sociedad cada vez más digitalizada y móvil.

Aquí tienes una tabla que compara las ventajas de los pagos con móviles frente a otros medios de pago tradicionales:

Aspecto	Pagos con Móviles	Efectivo	Tarjetas Bancarias	Transferencias Bancarias
Conveniencia	Muy alta: solo se necesita el smartphone	Baja: requiere llevar dinero físico	Alta: requiere llevar la tarjeta	Media: requiere acceso a banca en línea
Velocidad de transacción	Muy rápida	Rápida	Rápida	Variable (de inmediata a varios días)
Seguridad	Alta: utiliza encriptación y autenticación biométrica	Baja: riesgo de pérdida o robo	Media-Alta: con chip y PIN	Alta: pero requiere introducir datos correctamente
Registro de gastos	Automático y detallado	Manual	Automático	Automático
Límites de gasto	Personalizables	Limitado al efectivo disponible	Establecidos por el banco	Según saldo disponible
Aceptación internacional	Creciente	Universal	Muy amplia	Posible, pero puede tener costes
Pagos entre particulares	Muy fácil y rápido	Fácil, pero requiere encuentro físico	No aplicable directamente	Posible, pero más complejo
Necesidad de conexión	Requiere conexión a internet o datos móviles	No requiere	Generalmente no requiere	Requiere conexión a internet
Protección al consumidor	Alta: fácil de rastrear y disputar cargos	Baja: sin protección	Alta: posibilidad de disputar cargos	Media: difícil de revertir

Domiciliaciones bancarias

La domiciliación bancaria es un mecanismo financiero mediante el cual un titular de cuenta **autoriza a su entidad bancaria a efectuar pagos automáticos y periódicos** en su nombre.

Este sistema se utiliza comúnmente para el abono de servicios recurrentes o suscripciones.

El proceso implica la **vinculación del pago a una cuenta bancaria específica** o, en algunos casos, **a una tarjeta de crédito**. Una vez establecida la domiciliación, los pagos se realizan de forma automática en las fechas acordadas, sin necesidad de intervención directa del titular de la cuenta. Este método de pago es particularmente útil para gestionar gastos regulares como facturas de servicios, suscripciones o primas de seguros.

En el siguiente pdf tienes una lista de ejercicios de este apartado:

» **Documento descargable: MEDIOS DE PAGO:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/11/medios-de-pago-1.pdf

---

El siguiente vídeo resume el tema:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/wXJ2j9na8EE?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

3.10. LOS SEGUROS

Concepto de seguro

Un seguro es **un contrato** por el cual una persona **(el asegurado) transfiere un riesgo a una compañía de seguros (el asegurador)** a cambio del pago de una cantidad de dinero llamada prima. Si ocurre el evento asegurado, la compañía se compromete a indemnizar al asegurado o a un beneficiario designado.

Por ejemplo los seguros de coche o motos o el seguro de una vivienda.

Elementos del seguro

Los principales elementos de un seguro son:

- **Asegurador**: La compañía de seguros que asume el riesgo.
- **Asegurado**: La persona o entidad expuesta al riesgo que se asegura.
- **Tomador**: Quien contrata el seguro y paga la prima (puede ser el mismo asegurado u otra persona).
- **Beneficiario**: Quien recibirá la indemnización en caso de siniestro (puede ser el asegurado u otra persona).
- **Prima**: El precio del seguro que paga el tomador.
- **Póliza**: El documento que contiene las condiciones del contrato de seguro.
- **Riesgo**: El evento cubierto por el seguro.
- **Siniestro**: La ocurrencia del riesgo asegurado.
- **Indemnización**: La cantidad que paga el asegurador al beneficiario cuando ocurre el siniestro.
- **Coberturas:** Las prestaciones o garantías específicas que ofrece el seguro. Definen los riesgos concretos que están protegidos y bajo qué condiciones
- **Exclusiones:** Circunstancias o eventos específicos que no están cubiertos por la póliza de seguro
- **Suma asegurada:** El valor máximo que la aseguradora pagará en caso de siniestro, establecido en el contrato.
- **Franquicia:** La cantidad o porcentaje de los daños que el asegurado debe asumir en caso de siniestro antes de que la aseguradora comience a pagar

---

Tipos de seguros más comunes

Tipo de seguro	Descripción	Ejemplo de cobertura

Tipo de seguro	Descripción	Ejemplo de cobertura
Seguro de vida	Protege económicamente a los beneficiarios en caso de fallecimiento del asegurado	Pago de un capital en caso de muerte
Seguro de salud	Cubre gastos médicos y hospitalarios	Consultas médicas, intervenciones quirúrgicas
Seguro de auto	Cubre daños y responsabilidades relacionadas con el vehículo	Daños a terceros, robo del vehículo
Seguro de hogar	Protege la vivienda y su contenido	Incendio, robo, daños por agua
Seguro de responsabilidad civil	Cubre daños que el asegurado pueda causar a terceros	Indemnización por daños a otras personas o bienes
Seguro de viajes	Ofrece protección durante los viajes	Gastos médicos en el extranjero, cancelación de viaje
Seguro de sepelio	Cubre los gastos funerarios	Servicios funerarios, traslados
Seguro de accidentes	Cubre las consecuencias de accidentes personales	Indemnización por invalidez o fallecimiento por accidente
Seguro de mascotas	Cubre gastos veterinarios y responsabilidad civil de mascotas	Tratamientos veterinarios, daños causados por la mascota
Seguro de negocio	Protege a empresas contra diversos riesgos	Daños a la propiedad, interrupción del negocio

Ejemplo de seguro

Vamos a ver un ejemplo de un seguro de hogar:

Aseguradora: Mapfre
Tipo de seguro: Hogar
Prima anual: 250€

Coberturas principales:

- Incendio: hasta 150.000€ para la vivienda y 30.000€ para el contenido
- Robo: hasta 15.000€ para el contenido
- Daños por agua: hasta 20.000€
- Responsabilidad civil: hasta 300.000€
- Asistencia en el hogar 24 horas

Franquicia: 100€ (cantidad que el asegurado debe pagar en cada siniestro)

En este ejemplo, el propietario de una vivienda paga 250€ al año para proteger su casa y sus pertenencias contra diversos riesgos.

Si, por ejemplo, ocurriera un incendio que causara 50.000€ en daños a la estructura de la casa, la aseguradora pagaría 49.900€ (50.000€ menos la franquicia de 100€).

Es importante recordar que cada seguro es único y las coberturas y condiciones pueden variar significativamente entre diferentes pólizas y compañías aseguradoras. Siempre es recomendable leer detenidamente la póliza y consultar cualquier duda con un agente de seguros o con la propia compañía aseguradora.

FICHA DE EJERCICIOS:

En el siguiente pdf tienes una ficha de ejercicios para repasar el apartado:

» **Documento descargable: EJERCICIOS SOBRE SEGUROS:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/11/ejercicios-sobre-seguros.pdf

---

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/_M9ttebbEsE?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

UD 4: EMPRENDEDOR Y SOFT SKILLS

El objetivo de esta unidad es entender el concepto de emprendedor y ver las principales capacidades que ha de tener, diferenciando entre soft skills y hard skills. Trabajaremos las soft skills divididas en dos grandes grupos:

- Habilidades personales
- Habilidades sociales

A través de dinámicas intentaremos trabajar cada una de ellas, para acabar con un diagnóstico de las fortalezas y debilidades personales, es decir, una actividad de autoconocimiento.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.A.1.** El perfil de la persona emprendedora. Autoconfianza, autoconocimiento, empatía, perseverancia, iniciativa y resiliencia. Técnicas de diagnóstico de debilidades y fortalezas.
- **ECE.4.A.3.** Comunicación, motivación, negociación y liderazgo. Habilidades sociales.
- **ECE.4.A.4.** Gestión de emociones.
- **Criterio de evaluación 1.1.** Adaptarse a entornos complejos y crear un proyecto personal original y generador de valor, partiendo de la valoración crítica sobre las propias aptitudes y las posibilidades creativas, haciendo hincapié en las fortalezas y debilidades y logrando progresivamente el control consciente de las emociones.
- **Criterio de evaluación 1.3.** Gestionar de forma eficaz las emociones y destrezas personales, promoviendo y desarrollando actitudes creativas.
- **Criterio de evaluación 2.1.** Constituir equipos de trabajo basados en principios de equidad, coeducación e igualdad entre hombres y mujeres, actitud participativa y visualización de metas comunes, utilizando estrategias que faciliten la identificación y optimización de los recursos humanos necesarios que conduzcan a la consecución del reto propuesto.
- **Criterio de evaluación 2.2.** Poner en práctica habilidades sociales, de comunicación abierta, motivación, liderazgo y de cooperación e innovación ágil tanto de manera presencial como a distancia en distintos contextos de trabajo en equipo.

Practica y repasa

En el siguiente PDF tienes el libro del tema:

» **Documento descargable: Libro: emprendedor y soft skills:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/01/emprendedor-y-soft-ski…

4.1. EMPRENDER Y EMPRENDEDOR

En este apartado, hablaremos sobre qué se entiende por emprendimiento, qué capacidades innatas o adquiridas tienen los emprendedores y qué dimensiones o tipos de emprendimiento hay.

Emprender es empezar un proyecto y llevarlo a cabo. Cualquiera puede emprender si se tienen las ganas y la valentía suficiente.

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/kIV8OpKap5s?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Existen una serie de características que definen a la persona emprendedora entre ellas la iniciativa, la creatividad, la constancia, o la paciencia, en la siguiente imágenes puedes ver más características y su significado si pasas por encima de cada una de ellas:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/651460e0767d950011935c37

En el siguiente juego se deben emparejar las características con su significado, para ello debes hacer click sobre los puntos:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/636d3a17c63e2200133fda93

En la siguiente actividad se tiene que identificar las capacidades emprendedoras que aparecen en frases famosas y en un texto de un ejemplo de emprendimiento:

» **Documento descargable: ACTIVIDADES-CAPACIDADES-EMPRENDEDORAS:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/bfb07-actividades-capa…

Una vez que sabemos identificar las capacidades emprendedoras, vamos a hacer una diana de capacidades personal, que nos permitirá acercarnos al autoconcepto, y nos servirá como punto de partida para trabajar las soft skills, para realizarla colorearemos cada uno de los segmentos de la diana con la percepción que tenemos de nosotros mismos.

» **Documento descargable: DIANA-HABILIDADES.png:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/4815d-diana-habilidade…

TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

Existen distintos tipos de emprendimiento pero los podemos dividir en cuatro:

- Emprendimiento Cultural
- Emprendimiento participativo
- Emprendimiento social
- Emprendimiento empresarial

En la siguiente imagen te explicamos que es cada uno pasando por encima de cada imagen:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/609d83b1d601480dc1d900b2

Siempre solemos asociar a un emprendedor con un empresario pero son conceptos diferentes, un emprendedor es el que empieza un proyecto a partir de una idea y un empresario el que dirige una empresa

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/609d8e3f554ae80d99282f7d

---

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/KW0-7rLcnIw?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Realiza la siguiente tarea:

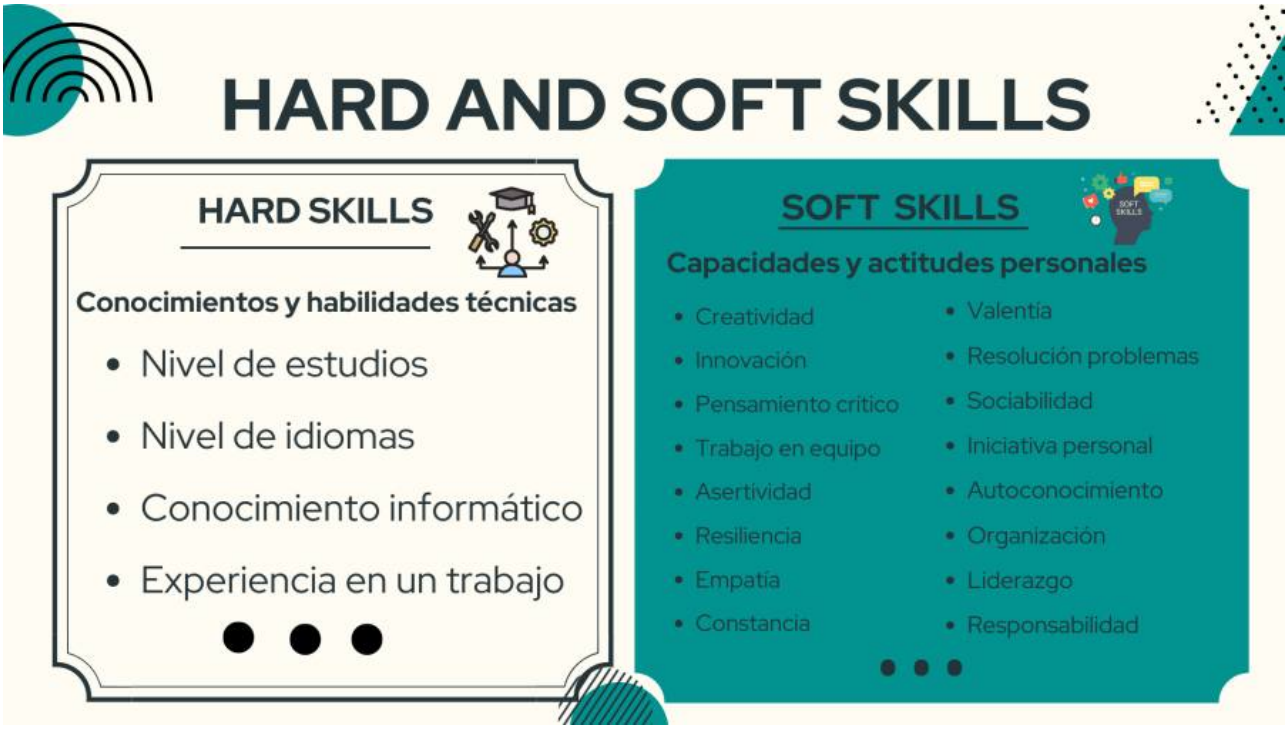
» **Documento descargable: Emprendedor:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/12/emprendedor.pdf

4.2. HARD SKILLS VS SOFT SKILLS

En el apartado anterior hemos hablado de las capacidades emprendedoras, estas capacidades emprendedoras es lo que se conoce como **soft skills**, o habilidades no-cognitivas que permiten el conocimiento y relación con los demás y con uno mismo, la resolución eficiente y creativa de problemas, reconocer y manejarse a nivel emocional, plantearse objetivos y planificarse para conseguirlos, etc.

Además de las soft Skills podemos hablar también de las **Hard Skills** que son las habilidades cognitivas como el conocimiento adquirido o la experiencia conseguida al realizar una tarea.

En la siguiente imagen vemos una tabla comparativa de las Hard and Soft Skills:



En el mercado laboral actual o para emprender, tanto las hard skills como las soft skills son importantes:

1. Las **hard skills** son esenciales para realizar las tareas técnicas de un trabajo.
2. Las **soft skills** son cada vez más valoradas por las empresas, ya que contribuyen a crear un entorno laboral más productivo y armonioso.

Es importante que desarrollar ambos tipos de habilidades para tener éxito en la carrera profesional. Las hard skills darán la base técnica necesaria, mientras que las soft skills ayudarán a destacar y a adaptarse mejor a diferentes entornos de trabajo.

Una persona con excelentes habilidades técnicas pero poca capacidad de comunicación o trabajo en equipo puede encontrar dificultades en su desarrollo profesional. Del mismo modo, alguien con grandes

habilidades interpersonales pero sin los conocimientos técnicos necesarios tampoco podrá desempeñar adecuadamente su trabajo.

En la siguiente imagen del **foro Económico mundial** podemos ver las capacidades más demandadas en el ámbito laboral del 2023 y como vemos las 5 primeras se corresponden con soft skills:



DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO

Cuando se habla de formar en el emprendimiento, se habla de enseñar competencias emprendedoras y estas competencias o soft skills se pueden visualizar desde tres perspectivas o dimensiones:

- **Dimensión personal del emprendimiento**: se enfocaría en las habilidades de la persona y en los proyectos personales que esta persona es capaz de llevar a cabo, como el proyecto de vida. Para ello es necesario adquirir las siguientes capacidades:
  - Autonomía personal y responsabilidad, capacidad de autocrítica, Adaptabilidad y Flexibilidad, Seguridad y confianza en uno mismo.
- **Dimensión social del emprendimiento**, se van a llevar a cabo proyectos que contribuyan a mejorar nuestra sociedad, mejorando la calidad de vida y el bienestar común. Para ello es necesario adquirir las siguientes capacidades:
  - Cooperación, trabajo en equipo, empatía, solidaridad…
- **Dimensión empresarial del emprendimiento**, llevando a cabo proyectos que creen riqueza, las capacidades emprendedoras que se deben adquirir son:
  - Iniciativa personal, Creatividad, Resiliencia, Innovación, Eficiencia,…

En los siguientes apartados trabajaremos cada una de estas dimensiones, por medio de dinámicas y de

forma práctica, aunque las agruparemos en dos grupos:

Habilidades personales y Habilidades sociales, siendo las primeras las que no dependen de la interacción con los demás y las segundas las que dependen de dicha relación.

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/GXub2kvqfno?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Realiza la siguiente tarea:

» **Documento descargable: hard skills vs soft skills:** https://economiaconinma.com/wp-content/uploads/2024/12/hard-skills-vs-soft-skills.pdf

4.3. HABILIDADES PERSONALES

Las **habilidades personales** son las capacidades o competencias que no dependen de la interrelación con los demás (Habilidades sociales), sino que dependen de nosotros mismos.

Entre las habilidades personales se encuentran, pincha sobre cada una de ellas para saber más y trabajarlas:

» **AUTONOMÍA PERSONAL Y RESPONSABILIDAD:** https://economiaconinma.com/4-3-habilidades-personales/



» **CAPACIDAD DE AUTOCRÍTICA:** https://economiaconinma.com/capacidad-de-autocritica/



» ADAPTABILIDAD Y FLEXIBILIDAD: https://economiaconinma.com/capacidad-de-autocritica-2/



» SEGURIDAD Y CONFIANZA EN UNO MISMO: https://economiaconinma.com/seguridad-y-confianza-en-uno-mismo/



» **CREATIVIDAD:** https://economiaconinma.com/adaptabilidad-y-flexibilidad/



» **INICIATIVA PERSONAL:** https://economiaconinma.com/iniciativa-personal/



4.4. HABILIDADES SOCIALES

Las **habilidades sociales** son las capacidades o competencias que dependen de la interrelación con los demás (Habilidades sociales), es decir son necesarias para interactuar, comunicarse y colaborar de forma efectiva con otros.

Habilidades como la **capacidad de escuchar (escucha activa)** o ser **capaces de expresarse con claridad y de forma asertiva y persuasiva**, facilitan una **comunicación efectiva** que puede ser importante a lo largo de nuestra vida para resolver conflictos y colaborar con éxito en proyectos.

Conseguir trabajar de forma cooperativa, a través del **trabajo en equipo, la empatía y la organización** es importante para trabajar en cualquier organización.

Saber motivar e inspirar a los compañeros son las claves de un **liderazgo efectivo**

Entre las habilidades sociales comentadas nos vamos a centrar en las siguientes, pincha sobre cada una de ellas para saber más y trabajarlas:

» **COMUNICACIÓN EFECTIVA, ESCUCHA ACTIVA Y ASERTIVIDAD:** https://economiaconinma.com/autonomia-personal-y-responsabilidad-y-asertividad/

HABILIDADES SOCIALES

COMUNICACIÓN EFECTIVA

Transmitir un mensaje de manera clara, precisa y comprensible, asegurando que el receptor entienda exactamente lo que el emisor intenta comunicar



CLARIDAD EN EL MENSAJE



INFORMACIÓN CONCISA Y COMPLETA



QUE GENERE INTERÉS EN EL RECEPTOR



FÁCIL COMPRENSIÓN

HABILIDADES SOCIALES

ESCUCHA ACTIVA

Prestar total atención al interlocutor, comprendiendo no solo sus palabras, sino también sus emociones e intenciones.



ATENCIÓN PLENA AL HABLANTE



EMPATÍA Y COMPRENSIÓN



PACIENCIA PARA NO INTERRUMPIR



CAPACIDAD DE HACER PREGUNTAS RELEVANTES



USO DE LENGUAJE CORPORAL APROPIADO



» **EMPATÍA:** https://economiaconinma.com/comunicacion-efectiva-escucha-activa-y-asertividad/



» **TRABAJO EN EQUIPO:** https://economiaconinma.com/trabajo-en-equipo/



» **GESTIÓN DE CONFLICTOS:** https://economiaconinma.com/trabajo-en-equipo-2/



» **NEGOCIACIÓN EFECTIVA:** https://economiaconinma.com/negociacion-efectiva/



» **LIDERAZGO:** https://economiaconinma.com/liderazgo/



UD 5: GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE

El objetivo de esta unidad es aprender a analizar situaciones de incertidumbre, siendo capaces de tomar decisiones en contextos como los actuales, que se caracterizan por cambios frecuentes y rápidos.

Empezaremos introduciendo el concepto de incertidumbre, para después explicar dos herramientas para gestionarla:

- Planificación y análisis de escenarios.
- Diversificación de riesgos.

Por último, nos centraremos en la metodología ágil **Design Thinking**, que se basa en la mejora continua a través de la prueba y la validación, para empezar a ponerla en práctica en la unidad 6 al idear nuestra idea de negocio.

Saberes básicos y criterio de evaluación

- **ECE.4.A.4.** Estrategias de gestión de la incertidumbre y toma de decisiones en contextos cambiantes. El error y la validación como oportunidades para aprender.
- **ECE.4.A.2.** Creatividad, ideas y soluciones. Pensamiento de diseño y otras metodologías de innovación ágil.
- **Criterio de evaluación 1.3.** Gestionar de forma eficaz las emociones y destrezas personales, promoviendo y desarrollando actitudes creativas.

Practica y repasa

Puedes descargarte el PDF del tema:

» **Documento descargable: Tema: gestión del riesgo y de la incertidumbre:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/ud-5-gestion-del-riesg...

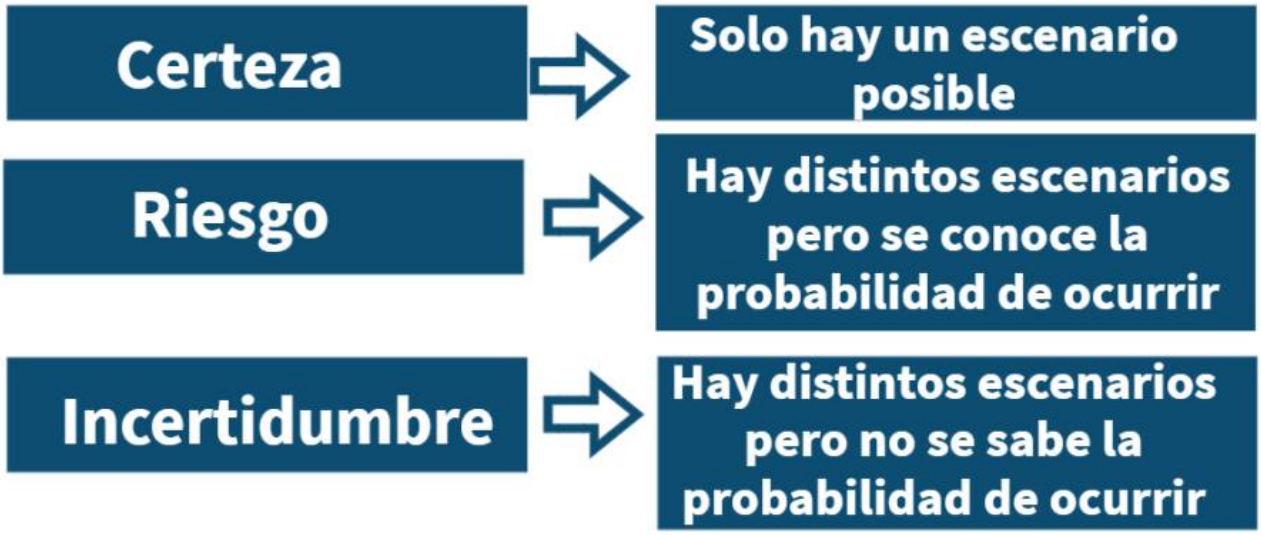
5.1. CONCEPTO DE INCERTIDUMBRE

La incertidumbre económica se refiere a la **falta de certeza o claridad** sobre el comportamiento futuro de variables económicas o la evolución de la actividad económica en su conjunto. Es un factor inherente a la economía que afecta la toma de decisiones de individuos, empresas y gobiernos.

Cuando debemos tomar una decisión, nos podemos encontrar con tres situaciones:

- **Certeza:** Se conoce exactamente lo que va a ocurrir, ya que solo hay un escenario posible, esto no es muy común, pero si ocurre las decisiones son fáciles de tomar, ya que se tomaría la decisión que generara mayor beneficio, utilidad o satisfacción.
- **Riesgo:** Pueden ocurrir distintos escenarios, conociendo la probabilidad de que ocurran. aquí hay mayor probabilidad de equivocarse que en situaciones de certeza pero aún así se puede calcular la mejor opción con métodos estadísticos mediante la esperanza matemática de los beneficios esperados.
- **Incertidumbre:** Existen distintos escenarios , pero no se conoce la probabilidad de que ocurra cada

uno de ellos. En este caso no se conoce lo que puede ocurrir y los resultados son impredecibles por lo que **la toma de decisiones es muy complicada.**



Cuando estamos ante una situación de incertidumbre nos encontramos con:

- La imposibilidad de predecir con precisión los resultados futuros
- La Falta de información o conocimiento sobre el desarrollo de las distintas situaciones.

La incertidumbre está presente en múltiples aspectos económicos y empresariales como por ejemplo:

- En políticas económicas, precios, estimaciones de demandas, tasas de interés, etc.

Ejemplos de situaciones de incertidumbre pueden ser:

La volatilidad de las criptomonedas

La volatilidad en el mercado de criptomonedas es un claro ejemplo de una situación que genera incertidumbre económica. Este fenómeno se caracteriza por:

- Fluctuaciones rápidas y significativas en los precios de los activos digitales.
- Cambios drásticos en el valor de mercado en cuestión de horas o incluso minutos.
- Dificultad para predecir tendencias a corto y largo plazo.

Conflictos geopolíticos: La invasión de Ucrania

Los conflictos geopolíticos, como la invasión de Ucrania, son otra fuente importante de incertidumbre económica. Este evento ha generado:

- Volatilidad en los mercados energéticos y de materias primas.
- Disrupciones en las cadenas de suministro globales.
- Incertidumbre sobre las sanciones económicas y sus efectos secundarios.
- Preocupaciones sobre la seguridad alimentaria global.

La incertidumbre se refleja en:

- La duración y el alcance del conflicto.
- El impacto a largo plazo en las relaciones comerciales entre Rusia y Occidente.
- Los efectos en la inflación global y las políticas monetarias.
- Las implicaciones para la seguridad energética, especialmente en Europa.

Cambios tecnológicos disruptivos: La inteligencia artificial

Los avances tecnológicos, particularmente en inteligencia artificial, están generando una incertidumbre significativa en la economía. Esta situación implica:

- Transformación radical de múltiples sectores e industrias.
- Cambios en la naturaleza del trabajo y las habilidades requeridas.
- Desafíos éticos y regulatorios sin precedentes.
- Potencial para aumentar la productividad pero también para desplazar empleos.

La incertidumbre se manifiesta en:

- El ritmo y alcance de la adopción de la IA en diferentes sectores.
- El impacto en el mercado laboral y la desigualdad económica.
- Las implicaciones para la privacidad y la seguridad de datos.
- La necesidad de nuevos marcos regulatorios y éticos.

En el siguiente ejercicio debes indicar si se trata de una situación de certeza, de riesgo o de incertidumbre:

» **Documento descargable: SITUACIONES:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/01/situaciones.pdf

---

En los próximos apartados veremos Estrategias para tomar decisiones en contextos con incertidumbre y rápidos y frecuentes cambios.

5.2. ANÁLISIS DE ESCENARIOS

En este apartado vamos a analizar la **planificación y el análisis de escenarios** como herramienta de gestión de la incertidumbre.

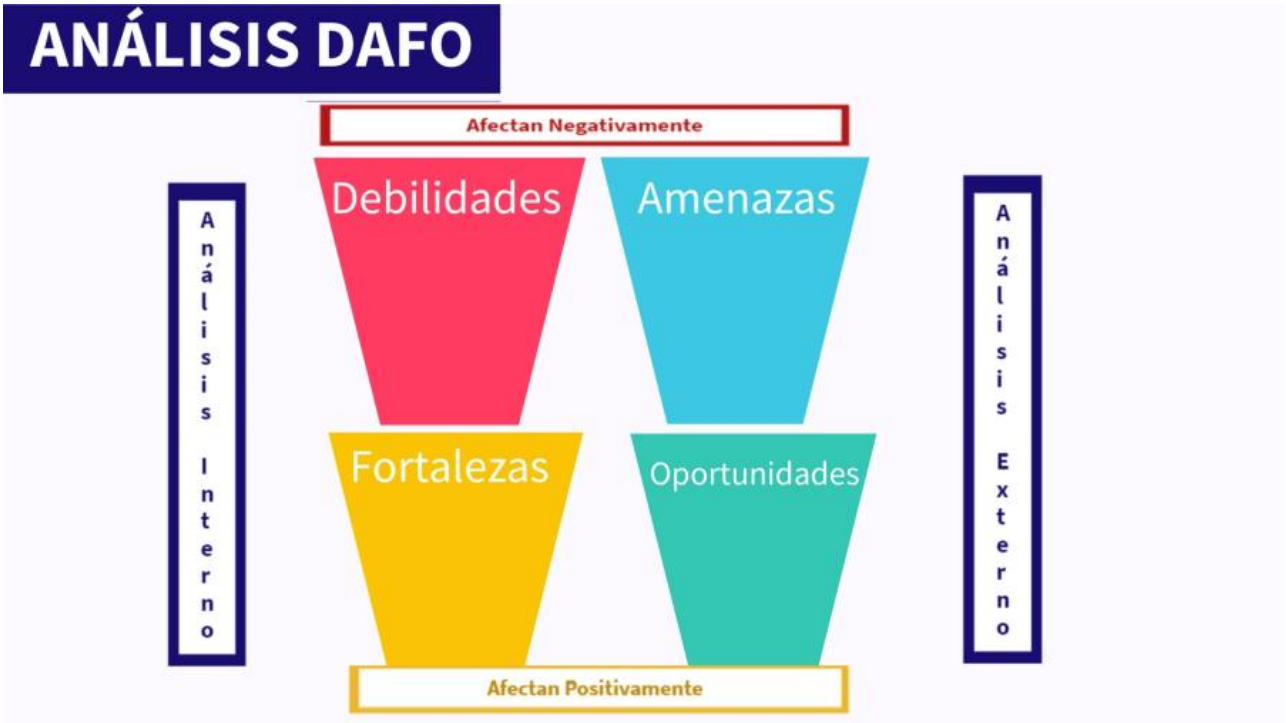
La planificación de escenarios es una **técnica estratégica** que implica desarrollar **múltiples proyecciones futuras o escenarios**, para prepararse ante diferentes posibilidades.

Esta herramienta **ayuda a las organizaciones a anticiparse y planificarse** ante diversos escenarios futuros, mejorando su capacidad de adaptación y toma de decisiones.

Elementos clave de la planificación de escenarios:

- 1. **Identificación de fuerzas motrices o Factores que van a influir en la situación**: Analizar los factores externos e internos que pueden influir en el futuro de la organización. Para ello se realizará un análisis DAFO, es decir analizar todos los factores internos o externos que afectan a la decisión y clasificarlos en:
  - **Debilidades:** Factores internos o que la empresa puede controlar negativos

- **Amenazas:** Factores externos a la empresa negativos
- **Fortalezas:** Factores externos o que la empresa puede controlar positivos
- **Oportunidades:** Factores externos a la empresa positivos



En el siguiente juego en Genially, se te dan los factores y debes completar el DAFO:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/6295276019633a00116f0d62

- 2. **Desarrollo de escenarios**: Crear narrativas detalladas de posibles futuros basados en diferentes combinaciones de factores clave.
- 3. **Análisis de implicaciones**: Evaluar cómo cada escenario podría afectar a la organización y sus estrategias.
- 4. **Formulación de estrategias**: Desarrollar planes de acción flexibles que puedan adaptarse a diferentes escenarios, además de diseñar acciones inmediatas para llevar a cabo si el escenario ocurre.

Beneficios de la planificación de escenarios:

- Mejora la capacidad de anticipación y preparación ante cambios
- Fomenta el pensamiento estratégico y la creatividad
- Ayuda a identificar riesgos y oportunidades potenciales
- Aumenta la resiliencia organizacional

En el **siguiente ejemplo** se llevan a cabo cada una de las cuatro fases de la planificación y análisis de escenarios:

EJERCICIO-EJEMPLO

Imagina que eres el dueño de una pequeña tienda de ropa en tu ciudad. Debido a los cambios en el

mercado y las tendencias de consumo, necesitas planificar diferentes escenarios para los próximos 2 años.

Se van a tener en cuenta dos variables o factores:

- Demanda de compras online vs. compras en tienda física
- Preferencia por moda rápida vs. moda sostenible

Por cada variable pueden ocurrir dos escenarios:

- Compras online: Aumento significativo vs. Disminución
- Preferencia de moda: Moda rápida dominante vs. Moda sostenible dominante

Los Escenarios o matriz de estados de la naturaleza:

	Aumento de compras online	Disminución de compras online
Moda rápida domina	Escenario A	Escenario B
Moda sostenible domina	Escenario C	Escenario D

Vamos a analizar cada uno de los cuatro escenarios con la estrategia a seguir en cada uno de ellos:

	Aumento de compras online	**Disminución de compras online**
Moda rápida domina	**Escenario A: «Moda rápida online»** **Impacto**: Alta competencia online, presión para ofrecer novedades constantemente. **Estrategias**: Fortalecer presencia en e-commerce Implementar sistema de rotación rápida de inventario Mejorar logística para entregas rápidas **Oportunidades**: Alcance a más clientes, reducción de costos de tienda física **Amenazas**: Competencia intensa, posible pérdida de identidad de marca	**Escenario B: «Moda rápida en tienda»** **Impacto:** Mayor tráfico en tienda, necesidad de renovación constante de escaparates. **Estrategias**: Mejorar experiencia en tienda con tecnología interactiva Implementar sistema de «ver online, comprar en tienda» Ofrecer eventos y lanzamientos exclusivos en tienda **Oportunidades**: Fidelización de clientes locales, ventas cruzadas **Amenazas**: Costos operativos altos, gestión de inventario compleja

Moda sostenible domina	**Escenario C: «Moda sostenible online»** **Impacto**: Necesidad de transparencia en la cadena de suministro, énfasis en calidad sobre cantidad. **Estrategias**: Desarrollar línea de productos sostenibles Crear contenido educativo sobre sostenibilidad Implementar programa de reciclaje y reutilización **Oportunidades**: Diferenciación de marca, atracción de consumidores conscientes **Amenazas**: Mayores costos de producción, desafíos en la comunicación online de calidad	**Escenario D: «Moda sostenible en tienda»** **Impacto**: Énfasis en la experiencia de compra, educación del consumidor en tienda. **Estrategias**: Convertir la tienda en un espacio de comunidad y aprendizaje Ofrecer servicios de reparación y personalización Implementar un sistema de alquiler de prendas **Oportunidades**: Creación de una comunidad leal, diferenciación local **Amenazas**: Menor rotación de inventario, necesidad de personal más especializado

El plan de acción podría ser:

- **Desarrollar Habilidades necesarias**: Adaptabilidad, conocimiento en e-commerce, comprensión de prácticas sostenibles, habilidades de marketing digital.
- **Monitorear el entorno**: Seguimiento de tendencias de ventas online vs. en tienda, encuestas a clientes sobre preferencias de sostenibilidad, análisis de competidores.
- **Acciones beneficiosas en todos los escenarios**: Mejorar la presencia digital, educar al personal sobre sostenibilidad, desarrollar una cadena de suministro flexible.

Ejercicio: Planificación de escenarios para una cafetería

Imagina que eres el dueño de una pequeña cafetería en tu barrio. Debes planificar diferentes escenarios para los próximos 12 meses basándote en dos variables clave.

Variables y dimensiones proporcionadas:

1. Preferencia de consumo:
   - Dimensión A: Mayor demanda de opciones para llevar
   - Dimensión B: Mayor demanda de consumo en el local

2. Tendencias alimentarias:
   - Dimensión A: Aumento de la demanda de opciones saludables
   - Dimensión B: Mantenimiento de la demanda de opciones tradicionales

Instrucciones:

1. Crea una matriz 2×2 con estas variables, generando cuatro escenarios posibles.
2. Para cada escenario, describe brevemente:
   - Cómo afectaría a tu cafetería
   - Una estrategia principal que implementarías
   - Una oportunidad y una amenaza que presentaría cada situación

3. Propón una acción concreta que podrías tomar ahora y que sería beneficiosa en todos los escenarios.

5.3. DIVERSIFICACIÓN DE RIESGOS

La gestión de riesgos consiste en repartir el riesgo entre distintos elementos, de manera que las probabilidades de perder o ganar se compensen, minimizando así el impacto negativo de algún evento imprevisto en uno de los elementos.

Sigue la máxima: «no poner todos los huevos en la misma cesta».

En el ámbito económico-financiero, se pueden diversificar riesgos en los siguientes campos:

- **Diversificación por activos**: Combinar diferentes tipos de inversiones como acciones, bonos, bienes raíces o inmuebles y materias primas.
- **Diversificación sectorial**: Invertir en empresas de diversos sectores económicos como tecnología, salud, finanzas y energía.
- **Diversificación geográfica**: Distribuir inversiones en diferentes países o regiones para aprovechar distintas etapas del ciclo económico.
- **Diversificación por tamaño de empresa**: Incluir en la cartera empresas grandes, medianas y pequeñas para equilibrar estabilidad y potencial de crecimiento.
- **Diversificación por divisas**: Adquirir activos en diferentes monedas para reducir el riesgo cambiario.
- **Diversificación en la producción:** Esta estrategia implica que una empresa amplíe su gama de productos o servicios para reducir la dependencia de una sola línea de producción.

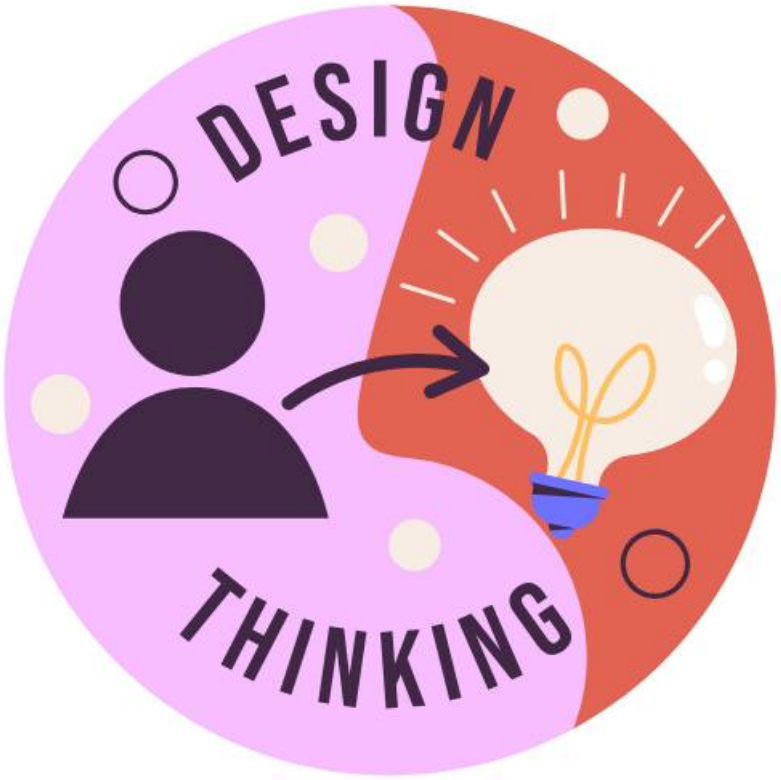
Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/r7z0YxH7Hmk?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

En el siguiente documento tienes una ficha de ejercicios para trabajar el apartado:

» **Documento descargable: EJERCICIOS DIVERSIFICACIÓN DE RIESGOS:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/01/ejercicios-diversifica…

5.4. DESIGN THINKING



El **Design Thinking** es una metodología ágil que se basa en encontrar ideas innovadoras centradas en el usuario, es decir parte de las necesidades detectadas de los usuarios.

El Design Thinking ofrece un **enfoque estructurado** pero flexible, utilizando la empatía, la colaboración y la experimentación para abordar desafíos complejos. Su **objetivo principal** es desarrollar la **innovación centrada en las personas**, es decir partiendo de las necesidades de las personas a través de un proceso de investigación, buscar soluciones que cubran esas necesidades a través de la validación continua por parte de los usuarios. Es decir se basa en el método prueba (testar prototipo con los usuarios), evalúa o valida y mejora.

Cuando se aplica Design Thinking, **se comienza formulando un reto claro y específico que define el problema a resolver**. Este reto debe estar centrado en el usuario y sus necesidades.

Por ejemplo, un reto podría ser: «¿Cómo podríamos mejorar la experiencia de los alumnos en nuestro instituto?»

El reto inicial puede ser reformulado a medida que se avanza en el proceso y se obtiene más información sobre las necesidades de los usuarios.

¿Qué sienten, piensan y necesitan los usuarios? Aquí entra la investigación: realiza entrevistas, observa comportamientos y recopila datos clave para ponerte en su lugar. Solo así podrás diseñar soluciones realmente útiles.

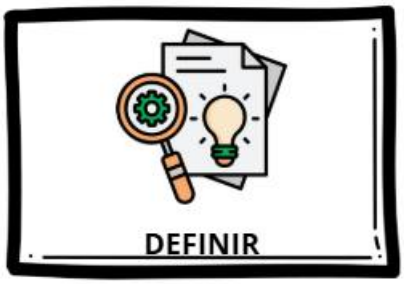
Fases del proceso:

El **proceso de Design Thinking** se divide en cinco fases principales:



Empatizar: En esta fase, se busca comprender profundamente a los usuarios y sus necesidades. ¿Qué sienten, piensan y necesitan los usuarios? Aquí entra la investigación: realiza entrevistas, observa comportamientos y recopila datos clave para para ver el mundo a través de los ojos de los usuarios

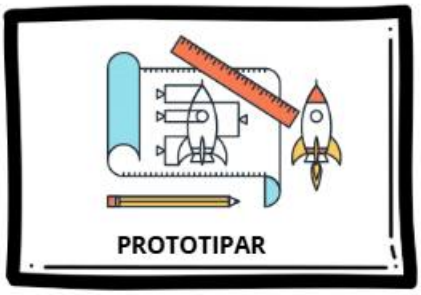
Definir: Aquí se sintetiza la información recopilada para identificar los problemas centrales y establecer los objetivos del proyecto. Se busca definir una declaración de problema procesable que guiará las siguientes etapas





Idear: Esta fase representa la transición de la identificación del problema a la creación de soluciones. Se generan múltiples ideas creativas sin juzgarlas prematuramente, utilizando técnicas como lluvia de ideas o mapas mentales

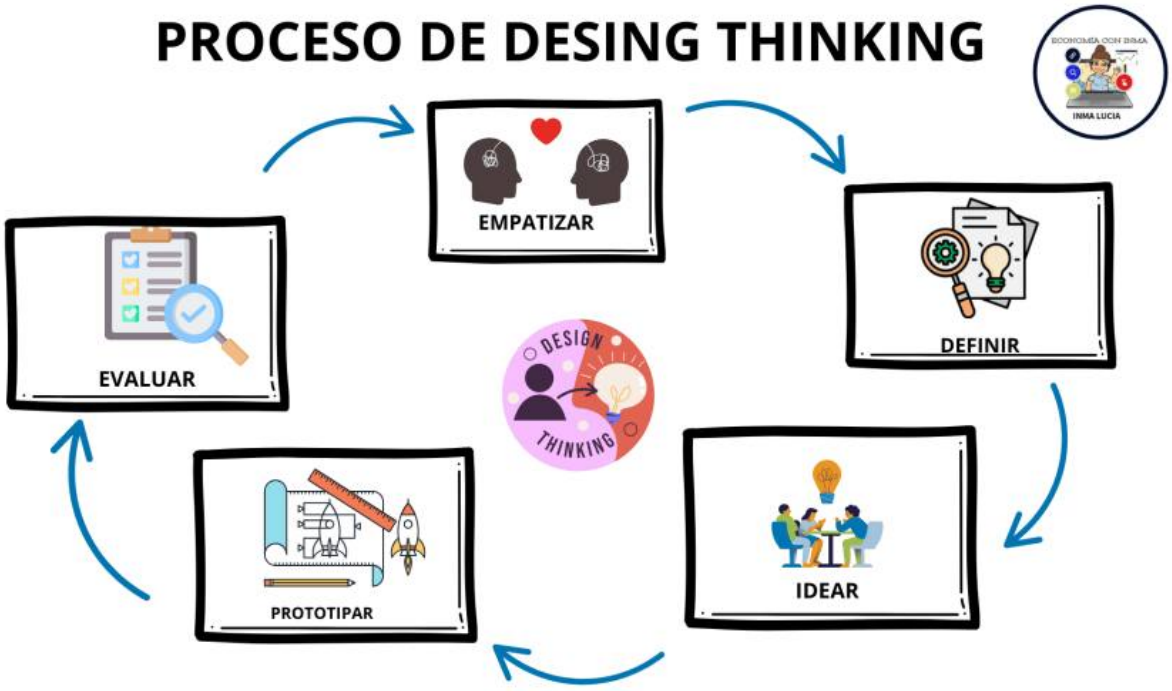
Prototipar: En esta etapa, se materializan las ideas seleccionadas. Se crean prototipos rápidos y de bajo coste para experimentar y acercarse cuanto antes al usuario para poder validar la idea. Esto permite fallar rápido y aprender rápidamente de los errores para poder mejorar.





Evaluar: Finalmente, los usuarios prueban y evalúan los prototipos elaborados. Esta fase empírica de validación es crucial para descubrir errores y aciertos, permitiendo realizar correcciones y mejoras en los prototipos

---



El proceso de **Design thinking** es un proceso de prueba y error hasta la solución final, puesto que los distintos prototipos que van saliendo de cada proceso, se van validando con los usuarios, volviendo a comenzar la fase de empatizar, hasta llegar al prototipo final. Este carácter iterativo permite a los equipos actualizar continuamente sus soluciones, garantizando una solución adaptada y enfocada al usuario.

Puedes ver el siguiente vídeo sobre el proceso de Design Thinking:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/BbSMgcjjUAI?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

En el siguiente documento tienes una actividad para realizar en una hora y aplicar el proceso de Design Thinking:

» **Documento descargable: Design Thinking:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/01/design-thinking.pdf

UD 6: BUSCANDO OPORTUNIDADES

El objetivo de esta unidad es analizar las oportunidades empresariales que tenemos a nuestro alrededor, para utilizarlas en las unidades siguientes como base de nuestra idea emprendedora.

Además de analizar las distintas oportunidades de negocio que nos podemos encontrar, hablaremos de la importancia de la responsabilidad social corporativa y de la innovación en la empresa, analizando también el entorno social, cultural y ambiental desde una perspectiva económica.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.B.2.** Oportunidades de negocio. Oportunidades de negocio en Andalucía. La empresa y su responsabilidad social. La decisión empresarial y la innovación como fuente de transformación social.
- **ECE.4.B.3.** El entorno social, cultural y ambiental desde una perspectiva económica. La economía colaborativa. La huella ecológica y la economía circular. La economía social y solidaria. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el desarrollo local. Sectores productivos y géneros del entorno cultural y artístico. Agentes que apoyan la creación de proyectos culturales emprendedores.
- **Criterio de evaluación 3.1.** Preservar y cuidar el entorno natural, social, cultural y artístico a partir de propuestas y actuaciones locales y globales que promuevan el desarrollo sostenible, con visión creativa, emprendedora y comprometida.
- **Criterio de evaluación 6.2.** Conocer y comprender con precisión los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios del ámbito económico y financiero, aplicándolos con coherencia a situaciones, actividades o proyectos concretos.

Practica y repasa

Puedes descargar el libro de la unidad en PDF:

» **Documento descargable: Libro: buscando oportunidades:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ud-6-buscando-oportuni…

6.1. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Una **oportunidad de negocio** se define como el momento ideal para llevar a cabo una idea empresarial y obtener ganancias. Es importante destacar que no toda idea empresarial constituye una oportunidad de negocio. Para ser considerada como tal, debe existir la posibilidad real de obtener beneficios al implementarla.

Para ello se deben conocer los sectores emergentes y los nichos de mercado:

NICHOS DE MERCADO

Son segmentos específicos y bien definidos dentro de un mercado ya existente. Se caracterizan por

tener necesidades o deseos muy particulares que no están siendo completamente satisfechos. Suelen ser grupos de consumidores pequeños pero con necesidades muy concretas.

Ejemplos: productos veganos, ropa de tallas grandes o servicios especializados para un tipo de cliente específico.

Se consideran nichos de mercado que pueden ser oportunidades de negocio los siguientes:

- **Productos Sostenibles y Ecológicos**

Este nicho está experimentando un crecimiento significativo impulsado por la creciente conciencia ambiental de los consumidores. Incluye:



- Embalajes sostenibles: Empresas como Embalajes RAJA® están desarrollando soluciones de empaquetado 100% ecológicas y reciclables para 2025.
- Cosméticos naturales: Marcas como Valquer están innovando con ingredientes biotecnológicos y envases ecológicos en su línea de cosmética sostenible.
- Moda ética: Hay una demanda creciente de ropa y accesorios fabricados con materiales sostenibles y procesos de producción responsables.
- Productos para el hogar: Artículos como muebles de materiales reciclados o productos de limpieza biodegradables están ganando popularidad.

- **Salud y Bienestar**

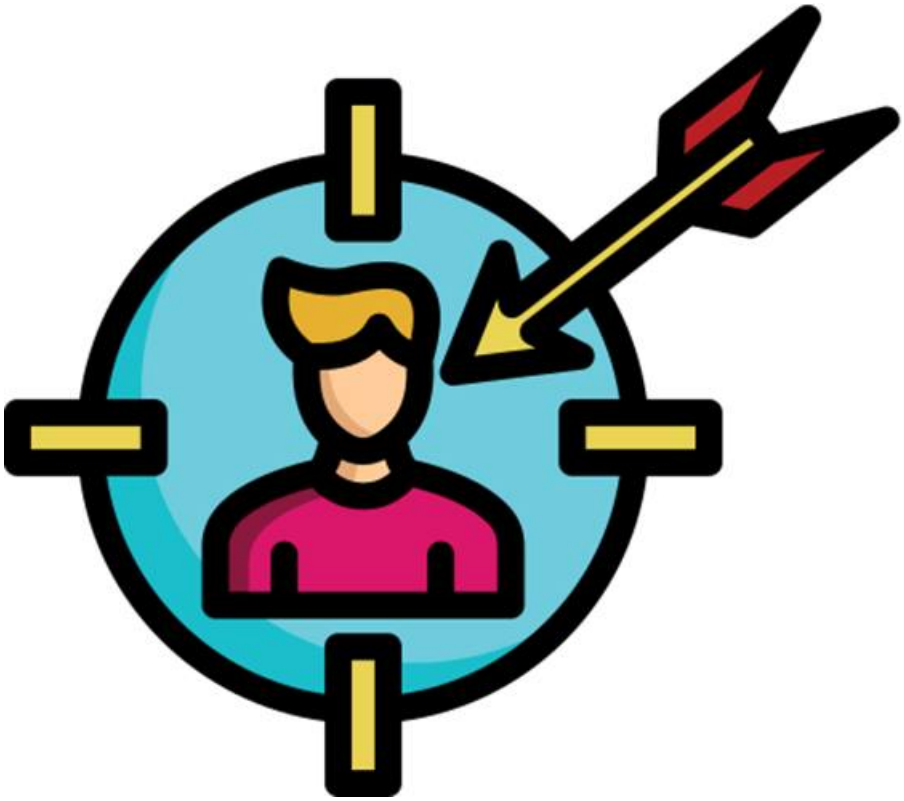
Este sector sigue en expansión, abarcando diversas categorías:

- **Tecnología de salud:** Wearables y dispositivos que monitorean parámetros de salud en tiempo real.
- **Alimentos funcionales:** Productos alimenticios enriquecidos con nutrientes específicos para mejorar la salud.
- **Servicios de bienestar mental:** Aplicaciones de meditación, terapia online y otros recursos para el cuidado de la salud mental.
- **Fitness personalizado:** Programas de entrenamiento adaptados individualmente, utilizando IA y análisis de datos.



- **Productos Personalizados**

La personalización sigue siendo una tendencia fuerte:



- **Regalos personalizados:** Artículos como botellas, agendas o gadgets tecnológicos con grabados o diseños únicos.
- **Moda a medida:** Prendas y accesorios diseñados según las preferencias exactas del cliente.
- **Nutrición personalizada:** Planes alimenticios y suplementos adaptados al perfil genético y necesidades individuales.
- **Experiencias personalizadas:** Servicios de viaje, entretenimiento o educación ajustados a los gustos específicos del consumidor.

- **Servicios de Suscripción**

Este modelo de negocio continúa creciendo en popularidad:

- **Cajas de suscripción**: Desde productos de belleza hasta alimentos gourmet, ofreciendo sorpresa y conveniencia.
- **Servicios de streaming:** Plataformas de contenido audiovisual y musical con opciones personalizadas.
- **Suscripciones de software:** Acceso a aplicaciones y herramientas digitales mediante pagos recurrentes.
- **Servicios de movilidad:** Suscripciones a vehículos o servicios de transporte compartido.



- **Accesorios para Mascotas**

El mercado de productos para mascotas sigue en auge:



- Tecnología para mascotas: Dispositivos de rastreo, cámaras de vigilancia y juguetes inteligentes.
- Alimentos premium: Dietas especializadas, alimentos orgánicos y snacks saludables para mascotas.
- Servicios de cuidado: Desde spas y guarderías hasta servicios de entrenamiento personalizados.
- Moda y accesorios: Ropa, collares y otros accesorios de diseño para mascotas.

SECTORES EMERGENTES

Son industrias o segmentos económicos completamente nuevos que están en las primeras etapas de desarrollo. Suelen estar basados en innovaciones tecnológicas o nuevos modelos de negocio disruptivos. Tienen un alto potencial de crecimiento y pueden transformar significativamente la economía.

En el 2025 se consideran **sectores emergentes** los siguientes:

- **Inteligencia artificial y aprendizaje automático**:



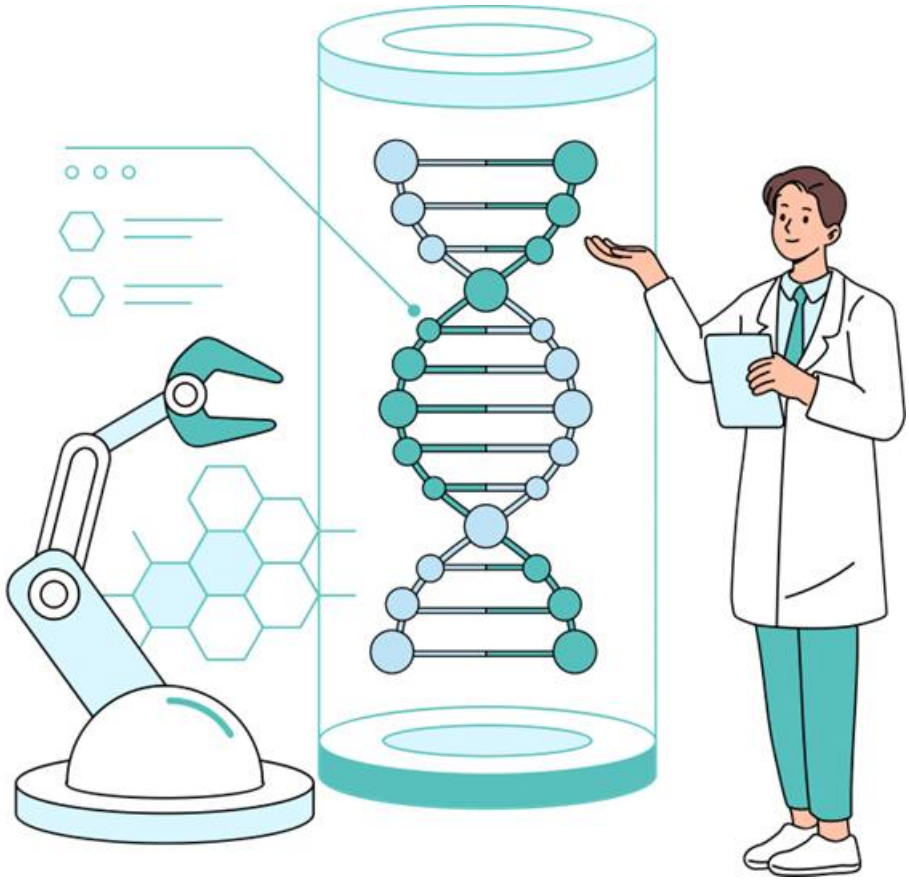
- **Asistentes virtuales avanzados**: Sistemas de IA capaces de realizar tareas complejas y tomar decisiones autónomas en diversos campos, desde atención al cliente hasta gestión de proyectos.
- **Vehículos autónomos**: La IA está impulsando el desarrollo de coches, camiones y drones sin conductor, lo que podría revolucionar el transporte y la logística.
- **Medicina personalizada**: Algoritmos de aprendizaje automático que analizan datos genéticos y médicos para proporcionar tratamientos altamente personalizados.
- **Automatización industrial**: Robots inteligentes y sistemas de IA que optimizan la producción y mejoran la eficiencia en fábricas y cadenas de suministro.

- **Energías Renovables y Tecnologías de Almacenamiento**:

- **Energía solar avanzada**: Desarrollo de células solares más eficientes y económicas, incluyendo tecnologías como las células solares de perovskita.
- **Energía eólica offshore**: Expansión de parques eólicos marinos con turbinas más grandes y eficientes.
- **Almacenamiento de energía**: Avances en tecnología de baterías, incluyendo baterías de estado sólido y sistemas de almacenamiento a gran escala para redes eléctricas.
- **Hidrógeno verde**: Producción de hidrógeno mediante electrólisis alimentada por energías renovables, como combustible limpio para industria y transporte.



- **Biotecnología y Genómica**:



- **Edición genética**: Tecnologías como CRISPR-Cas9 están permitiendo modificar genes con precisión, con aplicaciones en medicina y agricultura.
- **Terapias génicas**: Tratamientos que modifican o reemplazan genes defectuosos para curar

enfermedades genéticas.
- **Biología sintética**: Creación de organismos artificiales o modificados para producir medicamentos, biocombustibles o materiales.
- **Medicina regenerativa**: Uso de células madre y técnicas de ingeniería de tejidos para reparar o reemplazar órganos dañados.

- **Computación Cuántica**:

- **Criptografía cuántica**: Desarrollo de sistemas de encriptación inviolables basados en principios cuánticos.
- **Optimización logística**: Uso de algoritmos cuánticos para resolver problemas complejos de logística y cadena de suministro.
- **Descubrimiento de fármacos**: Simulación de moléculas y reacciones químicas a nivel cuántico para acelerar el desarrollo de nuevos medicamentos.
- **Inteligencia artificial cuántica**: Combinación de IA y computación cuántica para crear sistemas de aprendizaje automático más potentes.



- **Ciberseguridad**



- **Seguridad basada en IA**: Sistemas de detección y respuesta a amenazas que utilizan aprendizaje automático para identificar y neutralizar ataques en tiempo real.
- **Autenticación biométrica avanzada**: Uso de características biológicas únicas como huellas dactilares, reconocimiento facial o patrones de voz para una autenticación más segura.
- **Seguridad en la nube**: Desarrollo de soluciones para proteger datos y aplicaciones en entornos de nube cada vez más complejos.
- **Seguridad del Internet de las Cosas (IoT)**: Creación de protocolos y sistemas para proteger la creciente red de dispositivos conectados.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO ACTUALES

Ahora que hemos explorado los conceptos de oportunidad de negocio, nichos de mercado y sectores emergentes, es momento de examinar **algunas oportunidades de negocio concretas que están surgiendo en la actualidad**. Estas oportunidades reflejan las tendencias y cambios que hemos visto

anteriormente, y representan áreas con potencial significativo para emprendedores e inversores.

- **Tecnología e Innovación**



- Desarrollo de soluciones de inteligencia artificial para optimización de procesos empresariales
- Creación de sistemas de ciberseguridad basados en IA
- Aplicaciones de realidad aumentada para comercio electrónico
- Soluciones empresariales basadas en IA: Desarrollo de herramientas de automatización, chatbots y asistentes virtuales para optimizar procesos empresariales.
- Consultoría en integración de IA: Asesoramiento a empresas sobre cómo implementar y aprovechar la inteligencia artificial.
- Tecnología sanitaria: Creación de wearables y aplicaciones para monitorización de salud y telemedicina

---

- **Sostenibilidad y Energías Renovables**

- Proyectos de energía solar y eólica
- Productos y servicios ecológicos: Desarrollo de embalajes sostenibles, moda ética y productos para el hogar respetuosos con el medio ambiente.
- Consultoría en sostenibilidad: Asesoramiento a empresas para implementar prácticas más sostenibles.
- Energías renovables: Proyectos de energía solar y eólica, especialmente relevantes en Andalucía.



- **Salud y Bienestar**



- Servicios de salud para personas mayores: Atención domiciliaria, tecnologías asistenciales y servicios especializados.
- Plataformas de bienestar digital: Aplicaciones de fitness, meditación y salud mental.
- Alimentos funcionales y suplementos nutricionales personalizados.

- **Comercio Electrónico y Servicios Digitales**

- Tiendas online especializadas: Enfoque en productos sostenibles o personalizados.
- Servicios de suscripción: Desde cajas de productos hasta servicios de software.
- Agencias de marketing digital: Especialización en nichos de mercado específicos.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN ANDALUCÍA

- **Turismo Sostenible y Experiencial**



- Ecoturismo: Aprovechamiento de los espacios naturales de Andalucía para ofrecer experiencias turísticas sostenibles.
- Turismo cultural: Desarrollo de experiencias inmersivas basadas en la rica historia y cultura andaluza.

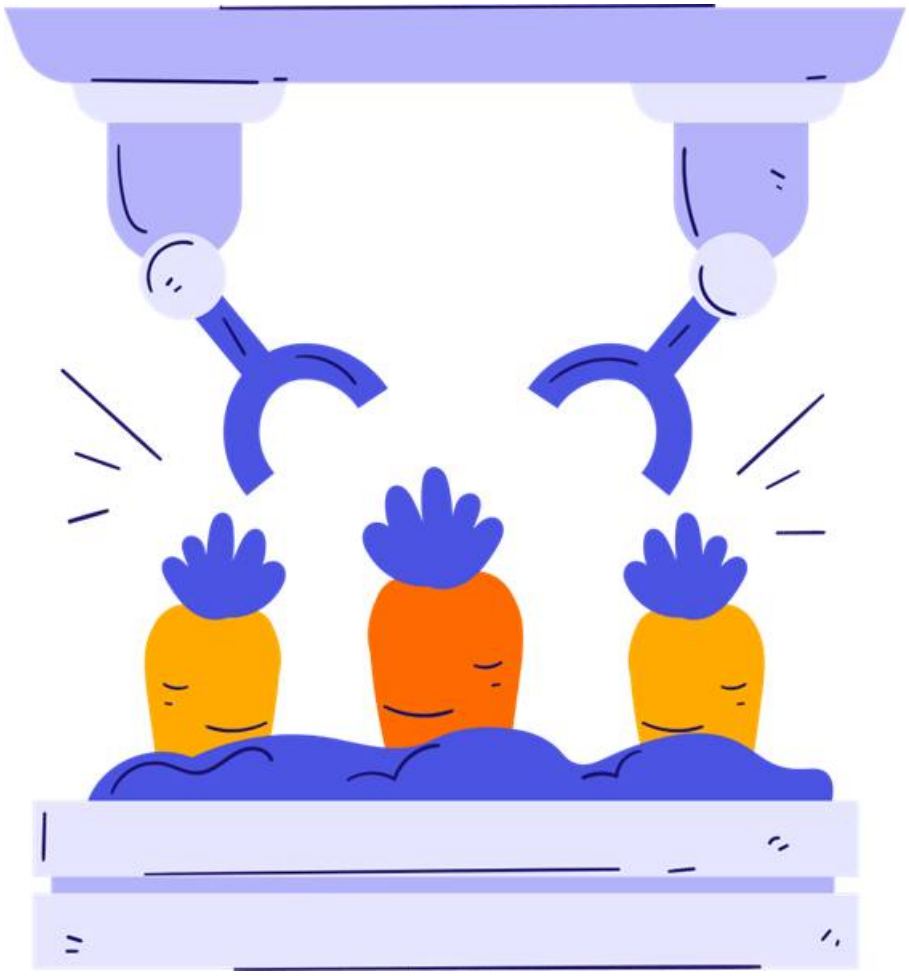
- **Tecnología y Startups**

- Desarrollo de soluciones tecnológicas: Aprovechamiento del crecimiento del sector tecnológico en ciudades como Málaga.

- Servicios para nómadas digitales: Creación de espacios de coworking y servicios para trabajadores remotos.



- **Agricultura y Agrotech**



- Tecnología agrícola: Desarrollo de soluciones IoT y drones para la agricultura de precisión.
- Productos agroalimentarios innovadores: Aprovechamiento del sector agroalimentario andaluz.

- **Energías Renovables**

- Proyectos de energía solar: Aprovechamiento del alto potencial solar de Andalucía.
- Hidrógeno verde: Desarrollo de infraestructuras para la producción y distribución de hidrógeno verde.



Servicios Empresariales



- Consultoría en internacionalización: Apoyo a empresas andaluzas para su expansión global.
- Servicios financieros innovadores: Desarrollo de fintech adaptadas a las necesidades locales

---

El siguiente vídeo generado con IA resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/Aitaic7VIiE?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Actividad: Identificación de Nichos de Mercado

Identifica tres nichos de mercado en tu entorno local que no estén siendo atendidos adecuadamente. Para cada uno, describe:

- El grupo de consumidores específico
- Sus necesidades particulares
- Una idea de producto o servicio para satisfacer esas necesidades

6.2. ENTORNO AMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

La **economía ambiental** busca analizar las interacciones entre la economía y el entorno natural, con el objetivo de encontrar soluciones sostenibles a los desafíos ambientales.

El medio ambiente cumple tres funciones económicas cruciales:

1. Es fuente de recursos naturales para la producción
2. Actúa como receptor de residuos y desechos
3. Proporciona servicios ambientales (como paisajes o regulación del clima)

Las **actividades económicas pueden generar «externalidades negativas»**, es decir, consecuencias no deseadas de la actividad económica cuyo coste, (si no se interioriza), lo asume toda la sociedad:

- Contaminación del aire y agua
- Deforestación
- Pérdida de biodiversidad
- Cambio climático

Para abordar estos desafíos, ha surgido la economía ambiental. Esta disciplina busca:

- Valorar económicamente los recursos y servicios ambientales.
- Internalizar las externalidades (hacer que los contaminadores por ejemplo paguen por el daño que causan al medioambiente).
- Desarrollar instrumentos económicos para la protección ambiental (impuestos verdes, permisos de emisión, etc.)

En el siguiente vídeo realizado con IA, se explica brevemente el concepto de Economía Ambiental.

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/3GmWxmOIXow?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

ECONOMÍA CIRCULAR

Sin embargo, el modelo económico tradicional a menudo ha ignorado el valor real de estos servicios ambientales y de la relación de la actividad económica y el medioambiente.

Entre las causas está el sistema de producción tradicional o lineal, resumido en: **«extraer-producir-desechar»**, es decir:

- Extraer recursos naturales de manera intensiva
- Producir bienes y servicios sin considerar plenamente el impacto ambiental
- Generar grandes cantidades de residuos y desechos

Este modelo ha ignorado durante mucho tiempo el valor real de los servicios ambientales y las externalidades negativas que produce.

Un avance en sostenibilidad fue la **Economía ambiental**, de la que hemos hablado y aunque **representa un avance**, sigue operando dentro del marco de la economía lineal, buscando mitigar sus impactos negativos más que transformar el sistema en sí.

Sin embargo, la **Economía circular** va más allá, proponiendo un rediseño fundamental del sistema productivo y económico. **Sus principios clave son:**

1. Diseñar para eliminar residuos y contaminación
2. Mantener productos y materiales en uso
3. Regenerar sistemas naturales

En este modelo, los residuos se convierten en insumos, entradas o recursos para nuevos procesos productivos, imitando así, los ciclos naturales.

En la siguiente tabla tenemos una comparación entre los tres modelos:

Aspecto	Economía Lineal	Economía Ambiental	Economía Circular
Recursos	Extracción intensiva	Valoración económica	Uso eficiente y regenerativo
Residuos	Generación masiva	Reducción y gestión	Eliminación del concepto de residuo
Externalidades	Ignoradas	Internalizadas	Prevenidas por diseño
Enfoque	Crecimiento económico	Mitigación de impactos	Regeneración y sostenibilidad

---

La transición desde la economía lineal hacia la circular implica:

1. **Repensar el diseño de productos**: Crear productos duraderos, reparables y reciclables.
2. **Innovar en modelos de negocio**: Pasar de la venta de productos a la oferta de servicios y sistemas producto-servicio.
3. **Desarrollar tecnologías de reciclaje y recuperación**: Mejorar la capacidad de recuperar y reutilizar materiales.
4. **Cambiar patrones de consumo**: Fomentar el consumo responsable y la economía colaborativa.
5. **Políticas de apoyo**: Implementar regulaciones e incentivos que favorezcan la circularidad.

Este modelo circular ofrece también oportunidades de negocio:

Este modelo ofrece numerosas oportunidades de negocio:

- **Reparación y mantenimiento**: Empresas que se especialicen en reparar y mantener productos para extender su vida útil. Por ejemplo la empresa Renewd: https://www.renewd.com/es
- **Plataformas de reventa**: Negocios que faciliten la compra y venta de productos usados. Por ejemplo, vinted, wallapo o la app: Too Good to Go, que conecta a consumidores con restaurantes para evitar el desperdicio de alimentos: https://www.toogoodtogo.com/es/
- **Upcycling**: Empresas que transformen residuos en productos de mayor valor. Por ejemplo la marca de moda española Ecoalf, que transforma plásticos recuperados dell océano en ropa: https://ecoalf.com/
- **Servicios de alquiler**: Negocios que ofrezcan productos en alquiler en lugar de venta. Aquí podemos encontrar los servicios de alquiler de bicis, patinetes o coches eléctricos en las ciudades, como la empresa Zwheel que alquila patinetes eléctricos en Madrid: https://zwheel.com/

El siguiente vídeo del Ministerio para la Transición Ecológica, explica el concepto de Economía Circular y los objetivos en esta materia para España:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/aB2mK5QKyvY?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

El siguiente vídeo realizado por COTEC, nos habla sobre el problema de la Economía Tradicional Lineal

y cómo la Economía Circular podría ayudar a ser solucionar parte del problema de los residuos:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/Lc4-2cVKxp0?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

En el siguiente pdf tienes una lista de posibles actividades para reflexionar sobre el vídeo:

» **Documento descargable: VÍDEO COTEC:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/01/video-cotec.pdf

6.3. ENTORNO SOCIAL DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

El **entorno social** es el espacio constituido por todos los elementos creados por el ser humano que rodean a los individuos e interactúan con ellos. Incluye:

- Las condiciones de vida, el trabajo y la economía.
- El nivel educativo y de ingresos.
- La cultura y los valores de la sociedad.
- Las relaciones sociales y familiares.
- Las instituciones y estructuras sociales.

Podemos diferenciar dos tipos de elementos en el entorno social:

Elementos materiales, que se refieren a los elementos físicos que rodean a las personas como pueden ser:

- Viviendas y servicios públicos
- Infraestructura urbana y rural
- Escuelas, universidades y lugares de trabajo

Elementos inmateriales, que engloba las relaciones y elementos intangibles, como pueden ser:

- Relaciones familiares y de parentesco
- Valores culturales y religiosos
- Clase social y relaciones de poder
- Idioma y formas de comunicación

El **entorno social** juega un papel crucial en el **desarrollo de las personas**:

- Determina en gran medida las oportunidades y limitaciones a las que enfrentan
- Influye en la formación de la identidad y personalidad
- Afecta las decisiones y comportamientos individuales

El entorno social no es estático, sino que **está en constante cambio e interacción con los individuos**. Las personas no solo son influenciadas por su entorno, sino que también tienen la capacidad de modificarlo a través de sus acciones y decisiones.

El entorno social y la economía están intrínsecamente interconectados, influyéndose mutuamente de manera profunda y constante. Esta relación bidireccional se manifiesta en múltiples aspectos de la vida cotidiana y en la estructura misma de nuestras sociedades.

- Ejemplos de cómo el entorno social influye en la economía y viceversa pueden ser:

- Las **normas culturales y los valores** influyen en las decisiones económicas de los individuos, por ejemplo, Los patrones de consumo están fuertemente influenciados por las tradiciones culturales y las tendencias sociales.
- La **composición de las familias y las tendencias demográficas** influyen en la economía, ya que por ejemplo una población envejecida afecta a los sistemas de pensiones y a las demandas de los servicios de salud.
- El **nivel educativo de una sociedad** es un factor determinante en su desarrollo económico, existe una relación directa entre inversión en educación y crecimiento económico.
- **El sistema económico influye directamente en la estructura social**, La distribución de la riqueza y los ingresos determina en gran medida las clases sociales, así como, las oportunidades económicas (o la falta de ellas) pueden perpetuar o alterar la movilidad social.
- El **desempeño económico de un país o región tiene un impacto directo en la calidad de vida** de sus habitantes, el crecimiento económico puede conducir a mejoras en la atención médica, la educación y la infraestructura. Pero, las crisis económicas pueden resultar en desempleo, pobreza y malestar social.
- **Las condiciones económicas pueden influir en las decisiones familiares**, La necesidad de dos ingresos en muchos hogares, la incorporación de la mujer al mundo laboral o el aumento de la edad de emancipación, ha cambiado las dinámicas familiares tradicionales, influyendo en las tasas de natalidad y en la edad a la que las personas deciden formar una familia.
- Las **políticas económicas pueden tener consecuencias sociales no previstas**, así como los movimientos sociales pueden impulsar cambios en las prácticas económicas y empresariales.

La contribución de la empresa con la sociedad puede ir desde acciones concretas que busquen contribuir con el bienestar de la sociedad, a empresas sociales o empresas de economía colaborativa o empresas que apliquen la economía del bien común vamos a ver cada una de ellas:

RESPONSABILIDAD SOCIAL COOPERATIVA

Una **empresa es socialmente responsable** si con sus actos no perjudica a la sociedad y si ayuda a contribuir a conseguir una sociedad mejor es decir donde sus habitantes tengan una mejor calidad de vida, aunque esto no significa que su principal objetivo no sea la maximización de Beneficios.

Si nos preguntan por qué una empresa ha de ser socialmente responsable, podríamos justificarlo con dos argumentos:

- La empresa **forma parte de la sociedad** y por lo tanto debe contribuir a su mejora.
- Hay empresas que con su actividad generan **costes sociales**, por lo que deberían tomar acciones para eliminar, minimizar o compensar esos costes, como por ejemplo la contaminación o el ruido.

La responsabilidad social tiene que **ir más allá de cumplir la ley**, porque cumplir la ley es obligatorio, por lo que podemos definir la responsabilidad social como:

- Acciones que **voluntariamente** realiza la empresa y que contribuyen a mejorar la sociedad.

Además de cumplir la ley, que como antes hemos comentado es obligatorio, ser socialmente responsable implica tener un **comportamiento moralmente correcto** es decir no tratar de engañar a clientes o proveedores, pagar los impuestos que corresponden sin buscar triquiñuelas legales, cumplir con los compromisos adquiridos, pagar salarios justos a los trabajadores etc.

Las medidas o acciones de responsabilidad social que una empresa puede realizar se pueden clasificar en distintos ámbitos, como se puede ver en la imagen con ejemplos de medidas concretas en cada uno de los ámbitos:



ACTIVIDAD: Entra en el siguiente enlace sobre la RSC llevada a cabo por la empresa Software del Sol y responde a las siguientes preguntas:

- SOFTWARE DEL SOL
  https://www.sdelsol.com/responsabilidad-social-corporativa/

- **¿A qué se dedica la empresa?**
- **¿Qué acciones de RSC llevan a cabo y en qué ámbitos?**

ECONOMÍA SOCIAL

La **economía social** se refiere a un modelo económico y empresarial que **prioriza a las personas y el interés colectivo por encima del capital y el beneficio individual**. Abarca **diversos tipos de organizaciones** como cooperativas, mutualidades, fundaciones, asociaciones, sociedades laborales, empresas de inserción, entre otras. **la economía social propone una forma alternativa de entender la economía,** poniendo **en el centro a las personas y buscando un impacto social positivo,** sin renunciar a la viabilidad económica de los proyectos.

Sus principales características son:

- Buscan un equilibrio entre resultados económicos y objetivos sociales
- Reinvierten la mayoría de los beneficios para cumplir sus fines sociales
- Tienen un fuerte arraigo local y contribuyen al desarrollo de sus comunidades
- Fomentan el empleo estable y de calidad, especialmente para colectivos vulnerables
- Promueven la sostenibilidad ambiental y la innovación social

Ejemplo empresas sociales:

- **La Fageda**: Es una **cooperativa** ubicada en Santa Pau, Cataluña, que se dedica a la fabricación de yogures. La Fageda es reconocida como un caso de éxito de empresa social, siendo estudiada en universidades y escuelas de negocios alrededor del mundo. Su principal objetivo es proporcionar empleo y apoyo a personas con discapacidad intelectual o enfermedad mental, integrándolas en el proceso productivo.
  - https://www.fageda.com/es/
- **Espigoladors**: Esta **fundación** opera bajo la marca comercial «Es Im-perfect». Se dedican a la elaboración de productos alimenticios a partir de frutas y verduras que serían descartadas por su aspecto imperfecto. Además de combatir el desperdicio alimentario, ofrecen oportunidades laborales a personas en situación de vulnerabilidad.
  - https://espigoladors.cat/

En el siguiente vídeo se explica brevemente qué es la economía social:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/cvw3qC_GJJ0?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

ECONOMÍA COLABORATIVA Y ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Dentro del campo de la economía social han aparecido dos conceptos de modelos económicos muy relacionados con la economía social:

- La economía colaborativa y la economía del bien común

La economía colaborativa

La Economía colaborativa, s e caracteriza por un **uso intensivo de plataformas digitales y nuevas tecnologías para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre pares**, buscando:

- Un uso compartido de recursos infrautilizados, por ejemplo Airbnb o Justpark
- Conexión directa entre productores y consumidores, por ejemplo Etsy, Taskrabbit
- Reducción de costes de transacción, por ejemplo Uber, Kickstarter

ACTIVIDAD: Elige una de las empresas anteriores e indica

- ¿Cuál es su actividad principal?
- ¿Por qué se considera una empresa de economía colaborativa?
- Beneficios y desventajas, ganadores y perdedores de este modelo de negocio

---

La Economía del bien común

La **economía del bien común** propone el Balance del Bien Común como herramienta para medir el éxito de las organizaciones, en función de su contribución al bienestar general de la sociedad, en lugar de utilizar los indicadores financieros tradicionales.

Mide la contribución de la empresa en valores fundamentales como la dignidad humana, la solidaridad, la justicia social, la sostenibilidad ambiental y la transparencia y participación democrática.

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/Mnoyk7O6Qc8?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Ejemplos de empresas que midan sus resultados con el Balance del Bien Común:

- **Auara**: Marca de agua mineral que destina el 100% de sus dividendos a proyectos de acceso a agua potable
  - LINK DE LA EMPRESA AUARA
- **Nostoc Biotech**: Empresa que busca transformar la agricultura tradicional en una actividad más sostenible, curando enfermedades de forma biológica.
  - LINK A LA EMPRESA Nostoc Biotech

6.4. ENTORNO CULTURAL DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

La relación entre cultura y economía es fundamental para entender **cómo las expresiones artísticas y creativas generan impacto económico y social**.

Se entiende por **industrias culturales**, el conjunto de sectores dedicados a la producción y/o distribución de un contenido relacionado con la **creación artística o intelectual**.

Los sectores culturales no solo contribuyen al PIB, sino que **dinamizan otros ámbitos como el turismo, la educación y la innovación**.

A continuación, se desarrollan los **aspectos clave del entorno cultural** desde una perspectiva económica, los **sectores productivos, los géneros artísticos y los agentes** que fomentan el emprendimiento cultural.

El entorno cultural desde una perspectiva económica

La cultura actúa como **motor económico** a través de mecanismos directos e indirectos, según la Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza, la cultura genera en la economía::

- **Un Impacto directo**: Genera empleo y facturación en sectores como audiovisual, música, teatro o editoriales. Por ejemplo, las artes escénicas en España generaron 420 millones de euros en taquilla en 2019 .
- **Un Impacto indirecto**: Activa otras economías en las zonas donde se desarrolla (turismo, hostelería, transporte). Por ejemplo Un euro invertido en salas de cine genera 2,67€ adicionales en la economía.

Sectores productivos del entorno cultural

Los sectores culturales se clasifican en **tradicionales** y **emergentes**, son ejemplos concretos:

Sectores tradicionales

Sector	Actividades clave	Ejemplos
Editorial	Libros, prensa, revistas	Publicación de novelas
Audiovisual	Cine, televisión, radio	Producción de películas
Artes escénicas	Teatro, danza, ópera	Festivales de teatro
Música	Conciertos, grabaciones	Festivales como el Primavera Sound
museos, Galería y arquitectura	Artes plásticas, escultóricas, así como en la fotografía o la creación arquitectónica.	Museo del Prado

---

Sectores emergentes

- **Videojuegos y multimedia**: Sector en crecimiento, Según la Asociación Española de Vídeojuegos incluye:
  - Producción de videojuegos para consolas, PC y móviles.
  - Desarrollo de *eSports* (competiciones profesionales).
  - Creación de herramientas tecnológicas (motores gráficos, sistemas de seguridad).
  - Proyectos culturales que fusionan arte y tecnología, como exposiciones interactivas en museos como el proyecto Nubla que es una colaboración entre el museo Thyssen y Playstation
- **Diseño y moda**: La moda comunica valores como la diversidad, la sostenibilidad o la resistencia política. Por ejemplo:
  - **Diseños inspirados en culturas indígenas** preservan técnicas ancestrales y visibilizan su legado.
  - La alta costura y el diseño de autor fusionan **técnicas artesanales** con vanguardia.
  - Las prendas **registran cambios sociales**, como la evolución de la moda femenina en el siglo XX, que reflejó luchas por la igualdad
- **Turismo cultural**: Rutas patrimoniales, festivales temáticos [55].

Agentes que apoyan proyectos culturales emprendedores

Existen múltiples entidades y programas para impulsar iniciativas culturales:

Financiación pública

- **Europa Creativa**: Financiación de la Unión Europea para proyectos de sectores culturales y creativos transnacionales (hasta 48 meses) con presupuestos desde 3 hasta 10 países.
  - LINK EUROPA CREATIVA
- **Ayudas del Ministerio de Cultura**: Subvenciones para innovación en industrias creativas.
  - LINK AYUDAS MINISTERIO DE CULTURA
  - LINK FINANCIACIÓN INDUSTRIAS CULTURALES

Programas de emprendimiento

- **CULTUP**: Capacitación y asesoramiento para jóvenes españoles en el exterior, con apoyo de embajadas y centros culturales.
  - LINK A CULTUP
- **Incubadoras**: Como Factoría de Industrias Creativas, que ofrece mentoría y acceso a redes profesionales.
  - LINK A FACTORÍA DE REDES CREATIVAS

Alternativas privadas

- **Crowdfunding**: Es una herramienta digital de financiación colectiva, donde presentas un proyecto y pides financiación a particulares a cambio de recompensas.
  - Plataformas como Verkami o Kickstarter, son plataformas de crowfunding:
    - LINK A VERKAMI
    - LINK A KICKSTARTER
- **Mecenazgo**: Empresas o particulares que patrocinan iniciativas culturales Por ejemplo empresas como Teléfonica o Iberdrola patrocinan iniciativas culturales.
  - LINK A ARTÍCULO SOBRE MECENAZGO EMPRESARIAL

En resumen, el entorno cultural es un ecosistema dinámico donde la creatividad se traduce en valor económico. Sectores como el audiovisual o las artes escénicas, junto a géneros como la música o el cine, demuestran cómo el arte y la economía se retroalimentan. Para emprender, es clave aprovechar los recursos de programas públicos, incubadoras y financiación colaborativa, siempre con una visión innovadora y sostenible.

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/8I1RqO-C2dc?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

ACTIVIDAD: En el siguiente pdf, tienes una actividad para analizar un proyecto de Cowdfunding:

» **Documento descargable: Actividad Crowfunding:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/actividad-crowfunding.pdf

6.5.OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y DESARROLLO LOCAL

Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) forman parte de la agenda 2030 de la asamblea general de la ONU y consiste en un plan de acción que trabaja 17 objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan **las esferas económica, social y ambiental** buscando favorecer a las personas,

al planeta y a la prosperidad y con la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.

Puedes acceder a la web oficial y ver un vídeo donde se explican brevemente los ODS.

LINK A LA WEB



Visualiza también el siguiente vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/MCKH5xk8X-g?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Los ODS y su relevancia local

Para buscar ideas y soluciones que ayuden a conseguir los ODS, no se debe pensar de forma global, sino que se puede empezar a actuar en el entorno más cercano, para contribuir con el desarrollo local.

Los municipios son actores clave en la implementación de los ODS, ya que permiten adaptar metas globales a realidades específicas.

En el siguiente pdf tenemos la guía para implementar la agenda 2030 desde el ámbito local:

» **Documento descargable: Agenda_local_2030_guia_practica_cas:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/agenda_local_2030_guia…

Por ejemplo, para contribuir a los siguientes objetivos, se proponen medidas concretas desde lo local:

- **ODS 11 (Ciudades sostenibles)**: Se podría proponer Proyectos de transporte público eficiente o espacios verdes.
- **ODS 4 (Educación de calidad)**: Programas locales de alfabetización digital para mayores, o programas de pensamiento crítico y el peligro de las redes para jóvenes.
- **ODS 12 (Producción responsable)**: Mercados de productos locales para reducir la huella de carbono, restaurantes slow-food es decir con productos de temporada y KM cero.

La colaboración entre gobiernos locales, empresas y ciudadanos es esencial para crear soluciones integradas.

Los ODS no solo son una guía ética, también son una oportunidad para innovar. Al alinear un proyecto con estos objetivos, los emprendedores pueden:

1. **Identificar necesidades globales con impacto local**:
   - Problemas como la falta de acceso a agua limpia (ODS 6) o energía asequible (ODS 7) abren mercados en comunidades rurales o urbanas.
   - Ejemplo: Un sistema de filtrado de agua low-cost para zonas sin infraestructura.
2. **Diferenciarse y atraer apoyo**:
   - Inversores y consumidores priorizan proyectos que tengan un propósito, como se puede ver en el siguiente artículo sobre un estudio realizado por las consultoras Mckinsey y NielssenIQ observando un aumento de las ventas de productos que afirman ser ambiental y socialmente responsables:
     - LINK AL ARTÍCULO
   - Ejemplo: Una app que conecta a agricultores locales con consumidores (ODS 12 y 8).
3. **Fomentar la innovación**:
   - Los ODS impulsan soluciones disruptivas, como materiales biodegradables para reducir residuos (ODS 12) o plataformas educativas gratuitas (ODS 4).

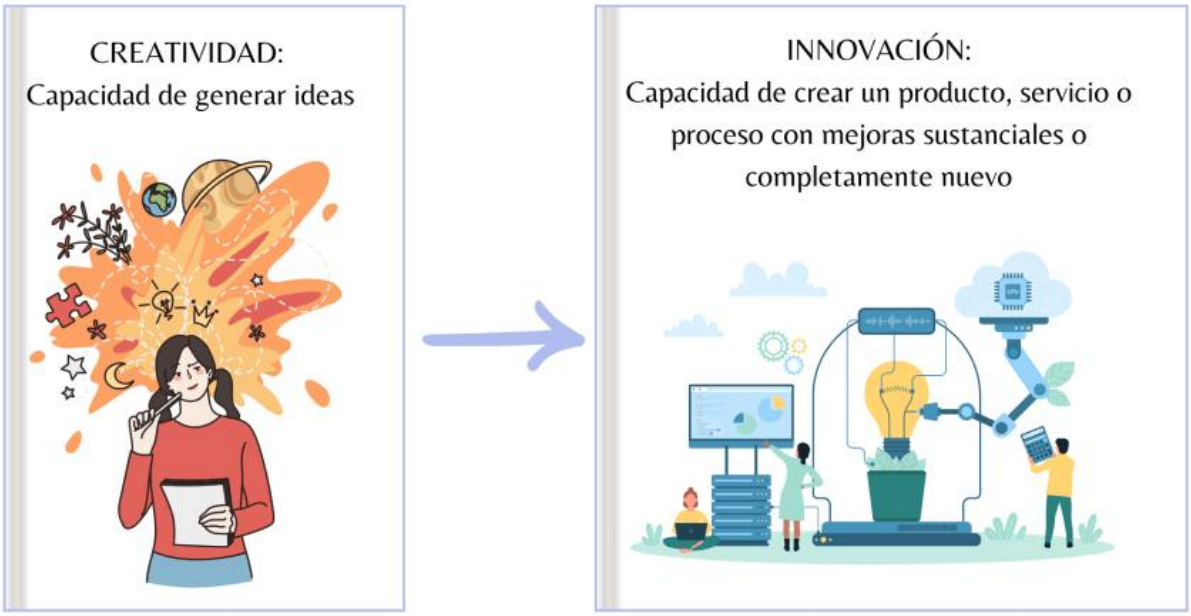
ACTIVIDAD: En el siguiente documento tienes una tabla que el alumno ha de rellenar para ello se asignará un ODS a cada alumno/a y éste tendrá que aportar propuestas para contribuir con el ODS desde lo local:

» **Documento descargable: CONTRIBUCIÓN A LOS ODS DESDE LO LOCAL:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/contribucion-a-los-ods…

6.6. LA INNOVACIÓN COMO FUENTE DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL

La creatividad es la capacidad **capacidad** para pensar fuera de lo establecido, generando ideas y encontrando nuevas y/o originales soluciones a los problemas.

Pero se puede ser muy creativo, tener muchas ideas y no ser capaces de innovar, ya que el proceso de innovación requiere además de creatividad para buscar mejoras y novedades, ser capaces de llevar esas ideas a cabo produciendo productos o procesos mejorados o completamente disruptivos.



El pensamiento creativo ayuda a resolver preguntas, problemas o desafíos que parten de las necesidades humanas, fomentando la innovación.

La innovación actúa como motor de transformación social al generar soluciones creativas que mejoran la calidad de vida, resuelven problemas colectivos y promueven el desarrollo sostenible.

Del pensamiento creativo al impacto social

La creatividad permite identificar problemas sociales y plantear soluciones originales, pero requiere un proceso estructurado para convertirse en innovación transformadora:

- **Identificación de necesidades humanas**: Detectar desafíos que tengan como centro las necesidades de las personas, como pueden ser el acceso a la educación, la salud o la sostenibilidad ambiental. Se puede utilizar como base los ODS vistos en el apartado anterior.
- **Investigación es la actividad orientada en la adquisición de nuevos conocimientos**, en el proceso de innovación se deben llevar a cabo tres tipos de investigación: **Obtener el conocimiento, prototipar y validar:**

Tipo de Investigación	Objetivo	Características Principales	Metodología	Ejemplo	Impacto Social
Básica (Fundamental)	Explorar principios teóricos sin aplicación inmediata	- Busca responder "¿por qué ocurre X fenómeno?" - Enfoque en teorías universales	Observación sistemática Modelización abstracta	Estudios sobre composición molecular del agua para entender propiedades termodinámicas	Sienta bases para avances futuros (ej: Teoría de la relatividad → GPS)
Aplicada	Resolver problemas concretos con conocimientos existentes	- Plantea "¿Cómo usar X conocimiento para resolver Y problema?" - Orientación práctica	Prototipado Pruebas en contextos reales	Desarrollo de vacunas mRNA contra COVID-19 usando estudios previos de ARN	Soluciones directas (ej: Apps para diagnóstico médico remoto en zonas rurales)
Experimental	Validar hipótesis mediante manipulación controlada de variables	- Formula "Si modifico Z variable, ¿qué efecto produce?" - Enfoque en causalidad y replicabilidad	Ensayos en laboratorios/entornos controlados	Pruebas con nuevos materiales biodegradables para reducir contaminación por plásticos	Optimización tecnológica (ej: Baterías de litio-aire para vehículos eléctricos)

Es decir están interconectadas en el ciclo innovador:
Básica → Descubre principios (ej: Efecto fotoeléctrico [1905])
Experimental → Prueba aplicaciones (ej: Células solares [1954])
Aplicada → Implementa soluciones (ej: Granjas solares flotantes [2020s])

Ejemplos
Proyecto Human Genome: Inició como investigación básica (mapeo genético), derivó en aplicaciones médicas (terapias génicas) mediante experimentación clínica .
Blockchain: De teoría criptográfica (básica) a contratos inteligentes (experimental) y trazabilidad alimentaria (aplicada) .

- **Implementación escalable**: Una vez que se ha implementado la propuesta, esta ha de ser escalable, es decir pasar de unos pocos usuarios a un mercado mucho más amplio sin mucho coste, por ejemplo transformar ideas en políticas públicas o negocios sociales con alcance masivo.

Modelos de innovación en red: Colaboración como motor transformador

El enfoque actual supera el modelo lineal tradicional (investigación → desarrollo → mercado), adoptando **sistemas de innovación abierta** donde interactúan actores diversos. Esta red multiplica el impacto social al combinar recursos internos y externos mediante tres dinámicas clave:

1. Alianzas intersectoriales empresas-ONG-universidades-organismos públicos

Las empresas ya no innovan de forma aislada, sino que crean ecosistemas colaborativos:

- **Por Ejemplo: Proyectos de energía renovable en zonas rurales donde:**
  - *Empresas* aportan tecnología y financiación
  - *ONGs* garantizan el enfoque comunitario
  - *Universidades* validan soluciones técnicamente
- **Resultado**: Electrificación sostenible de 300 aldeas en Kenia usando microrredes solares

2. Emprendimiento social con valor compartido

Los negocios priorizan beneficios colectivos sobre ganancias individuales:

Característica	Ejemplo	Impacto Medible
Tecnología al servicio social	Bancos de alimentos con apps de redistribución (ej: *Too Good To Go*)	90,000 comidas salvadas diariamente en Europa
Modelos híbridos	*Fairphone*: Smartphones modulares con minería ética	60% de materiales reciclados por dispositivo

3. Co-creación ciudadana mediante plataformas digitales

La innovación se democratiza mediante herramientas participativas:

- *Crowdsourcing*: Plataformas como *OpenIDEO* donde ciudadanos proponen soluciones a desafíos sociales:
  - LINK A OPENIDEO

- *Laboratorios ciudadanos*: Espacios como *Medialab Prado* (Madrid) para prototipar ideas comunitarias sobre proyectos sociales y culturales:
  - LINK A MEDIALAB PRADO
- *Decidim Barcelona* – página del ayuntamiento de Barcelona dónde pregunta qué hacer con los presupuestos participativos y permite votar las propuestas .
  - LINK A DECIDIM-BARCELONA

El siguiente vídeo resume brevemente el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/3HAmn8aPHDY?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

En el siguiente epígrafe vamos a aplicar todo lo aprendido en el tema para llegar a una idea de negocio.

UD 7: A POR LA IDEA DE NEGOCIO

El objetivo de esta unidad es definir el reto de nuestro proyecto emprendedor, partiendo de las oportunidades de negocio analizadas en la unidad anterior o bien diseñando proyectos sociales, teniendo en cuenta en ambos casos los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Empezaremos creando equipos de trabajo y utilizando las metodologías ágiles Scrum y Kanban para gestionar las tareas y organizar las funciones de cada miembro del equipo. Después definiremos el reto y aplicaremos el Design Thinking y otras técnicas de creatividad para llegar a nuestra idea de negocio, que será el punto de partida del proyecto emprendedor.

Terminaremos diseñando la misión, la visión y los valores de nuestro proyecto y las funciones que toda empresa ha de llevar a cabo, para plasmar en el lienzo Canvas las características iniciales que tendrá nuestro proyecto.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.A.2.** Creatividad, ideas y soluciones. Pensamiento de diseño y otras metodologías de innovación ágil.
- **ECE.4.C.1.** Misión, visión y valores de la empresa o entidad. La organización y gestión de las entidades emprendedoras. Funciones de la empresa.
- **ECE.4.C.2.** Los equipos en las empresas y organizaciones. Estrategias ágiles de trabajo en equipo. Formación y funcionamiento de equipos de trabajo.
- **ECE.4.D.1.** El reto o desafío como objetivo.
- **Criterio de evaluación 1.2.** Utilizar estrategias de análisis razonado de las fortalezas y debilidades personales y de la iniciativa y creatividad propia y de los demás.
- **Criterio de evaluación 2.1.** Constituir equipos de trabajo basados en principios de equidad, coeducación e igualdad entre hombres y mujeres, actitud participativa y visualización de metas comunes, utilizando estrategias que faciliten la identificación y optimización de los recursos humanos necesarios que conduzcan a la consecución del reto propuesto.
- **Criterio de evaluación 2.3.** Valorar y respetar las aportaciones de los demás en las distintas dinámicas de trabajo y fases del proceso llevado a cabo, respetando las decisiones tomadas de forma colectiva.
- **Criterio de evaluación 3.1.** Preservar y cuidar el entorno natural, social, cultural y artístico a partir de propuestas y actuaciones locales y globales que promuevan el desarrollo sostenible, con visión creativa, emprendedora y comprometida.
- **Criterio de evaluación 3.3.** Aplicar metodologías ágiles siguiendo los criterios y pautas establecidos en el proceso de construcción de ideas creativas y sostenibles que faciliten la superación de los retos planteados y la obtención de soluciones a las necesidades detectadas con sentido ético y solidario.
- **Criterio de evaluación 4.2.** Utilizar con autonomía estrategias de captación y gestión de recursos conociendo sus características y aplicándolas al proceso de conversión de las ideas y soluciones en acciones.
- **Criterio de evaluación 5.1.** Validar las ideas y soluciones presentadas mediante mensajes convincentes y adecuados al contexto y objetivos concretos, utilizando estrategias comunicativas ágiles adaptadas a cada situación comunicativa.
- **Criterio de evaluación 6.3.** Afrontar los retos de manera eficaz, equitativa y sostenible, en

distintos contextos y situaciones, reales o simuladas, transfiriendo los saberes económicos y financieros necesarios, para aplicarlos en el contexto andaluz.

Practica y repasa

Puedes descargar el libro de la unidad en PDF:

» **Documento descargable: Libro: a por la idea de negocio:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ud-7-a-por-la-idea-de-...

7.1. LOS EQUIPOS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES

Los equipos en las empresas y organizaciones

Los equipos de trabajo son fundamentales para el éxito de las empresas modernas. Un equipo es un **grupo de personas que trabajan juntas para lograr un objetivo común**, aportando sus habilidades y conocimientos individuales para alcanzar mejores resultados que los que podrían obtener trabajando por separado, es decir obteniendo sinergias.

Por ejemplo, cuando el departamento de marketing y el de desarrollo de productos colaboran para lanzar un nuevo servicio basado en las necesidades reales de los clientes, esta es una de las fortalezas del grupo INDITEX (Zara), donde el área comercial busca tendencias en la calle y se reúnen con el equipo de diseño para sacar sus productos basados en esas tendencias.

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://video.wordpress.com/embed/YqQ1Oi5e?cover=1&preloadContent=metadata&useAverageCo...

Características de los equipos efectivos:

- **Objetivos claros y compartidos:** Todos trabajan hacia metas bien definidas y compartidas
- **Liderazgo efectivo:** Un líder que guía y motiva al equipo hacia el éxito.
- **Comunicación fluida entre los miembros:** Los miembros se comunican abiertamente y sin barreras.
- **Roles y responsabilidades bien definidos:** Cada persona sabe su función y contribución.
- **Compromiso con las metas del equipo:** Todos están comprometidos con el éxito del equipo.
- **Confianza y respeto mutuo:** Los miembros confían y respetan entre sí.
- **Capacidad para resolver conflictos:** El equipo maneja los desacuerdos de manera constructiva.
- **Evaluación continua del desempeño:** Se revisa y mejora constantemente el rendimiento del equipo.

Pasa por encima de cada característica para ver su explicación:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/67ddb5be14faefefd09b395e

---

Beneficios del trabajo en equipo:

- **Mayor productividad y eficiencia**: Se logran más resultados con menos esfuerzo individual.

- **Mejora en la toma de decisiones**: Diversidad de perspectivas para decisiones más informadas.
- **Aumento de la creatividad e innovación**: Ideas combinadas generan soluciones más originales.
- **Mejor aprovechamiento de los recursos**: Se optimizan los recursos al compartir conocimientos y habilidades.
- **Mayor motivación de los empleados**: El trabajo en equipo fomenta el compromiso y la satisfacción laboral.
- **Mejora en la calidad de productos y servicios**: Colaboración para alcanzar estándares más altos.

Pasa por encima de cada beneficio para ver su explicación:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://view.genially.com/67ddbae1e2a42f8fc0a22ba4

Formación de equipos:

La formación de equipos de trabajo es la primera etapa en el desarrollo de un equipo efectivo. En esta fase inicial:

1. Los miembros del equipo se conocen entre sí y comienzan a entender sus roles dentro del grupo.
2. Se establecen las bases para el trabajo conjunto, definiendo objetivos, metas y la estructura organizacional.
3. Los integrantes suelen mostrar una actitud positiva y expectante, aunque también pueden experimentar incertidumbre sobre sus funciones.
4. El líder juega un papel crucial al establecer expectativas claras, fomentar la comunicación abierta y dirigir al equipo hacia los objetivos del proyecto.
5. Se busca fomentar la diversidad e integración en el equipo, asegurándose de que todos comprendan las metas a corto, mediano y largo plazo.
6. La productividad puede ser baja inicialmente, ya que los miembros están en proceso de adaptación.
7. Es importante realizar actividades de integración y presentación para que los miembros se conozcan mejor y se establezcan vínculos iniciales.

Esta etapa es fundamental para construir los cimientos de un equipo exitoso, sentando las bases para la colaboración y el desempeño futuro.

En el siguiente pdf tienes tres dinámicas de integración y presentación del equipo:

» **Documento descargable: DINÁMICAS INTRODUCCIÓN EQUIOS:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/dinamicas-introduccion...

7.2. ESTRATEGIAS ÁGILES DE TRABAJO EN EQUIPO

Las metodologías ágiles son **enfoques iterativos e incrementales** para optimizar los procesos de trabajo en equipo, especialmente en proyectos complejos.

Ejemplos de estrategias de trabajo son:

Metodología Scrum

Permite a equipos pequeños, gestionar proyectos complejos mediante **entregas incrementales y adaptables**. Los equipos han de ser multidisciplinares. Se fundamenta en tres pilares:

1. **Transparencia**: Todos los aspectos del proceso son visibles para el equipo y stakeholders (agentes relacionados con el proyecto).
2. **Inspección**: Evaluación constante del progreso para detectar desviaciones.
3. **Coordinación:** Reuniones diarias breves
4. **Adaptación**: Ajustes rápidos basados en feedback y cambios en los requisitos.

Componentes clave:

Rol	Función principal
Propietario del producto	Prioriza tareas y define los requisitos del producto en función las necesidades cambiantes de los usuarios finales y de los clientes.
Líder de Scrum	Facilita el proceso y elimina obstáculos para el equipo. Forman a los equipos, a los propietarios de los productos y al negocio para mejorar los procesos de Scrum y optimizar la entrega.
Equipo de desarrollo	Grupo multidisciplinario que ejecuta las tareas técnicas.

Artefactos, herramientas para resolver problemas y administrar los proyectos.

- **Product backlog**: Lista priorizada de funcionalidades requeridas. Consiste en una lista de quehaceres del equipo, que se revisa constantemente para ajustar las prioridades y adaptarse a los cambios que se producen en el mercado. El **propietario del producto es quien mantiene y actualiza la lista**. Está encargado de eliminar los elementos irrelevantes o de agregar nuevas solicitudes realizadas por los clientes.
- **Sprint backlog**: Tareas seleccionadas del Product backlog para completar en un sprint. se refiere a una lista de los elementos que el equipo de desarrollo debe completar durante el ciclo Sprint en curso. Es flexible y puede evolucionar durante un Sprint.
- **Incremento**: Versión funcional entregable al final de cada sprint. Es el producto final y utilizable que surge a partir de un Sprint.

Ceremonias, son un conjunto de reuniones secuenciales que los equipos de Scrum sostienen periódicamente.

- **Planificación del Sprint:** Planificación de objetivos y tareas para el sprint, entendiendo el incremento a entregar al final del sprint.
- **Sprint:** se refiere al periodo durante el cual el equipo de Scrum trabaja conjuntamente para la consecución de un incremento. Cuanto más complejo es el proyecto, más corto debe ser el sprint.
- **Reunión de pie o diaria Scrum**: Reunión diaria de 15 minutos para sincronizar al equipo, informar sobre el trabajo concluido y expresar cualquier desafío para alcanzar los objetivos del Sprint.
- **Revisión del sprint:** Reunión informal para revisar el trabajo concluido y exponerlo ante las partes interesadas. Es posible que el propietario de producto también ajuste el Product Backlog en función del Sprint en curso.
- **Retrospectiva**: Análisis interno para mejorar procesos.

Ejemplo: Desarrollo de un Guía de Transformación Digital para PYMES

Un equipo contratado por una agencia gubernamental usó Scrum para crear una guía de

transformación digital para PYMEs:

- **Product backlog**:
  - Investigación de tendencias digitales.
  - Diseño de plantillas para empresas.
  - Redacción de casos de estudio.
- **Sprint planning (1 semana)**:
  - Selección de 3 tareas prioritarias: investigación de mercado, estructura de capítulos y diseño gráfico inicial.
- **Ejecución**:
  - **Daily Scrum**: Coordinación diaria para resolver bloqueos (ej.: acceso limitado a datos empresariales).
  - Uso de tablero Kanban (se vera a continuación) para visualizar el progreso.
- **Sprint review**:
  - Presentación de un borrador con 2 capítulos completos y 3 plantillas.
  - Feedback de stakeholders: añadir ejemplos sectoriales.
- **Retrospectiva**:
  - Acuerdo para incluir un experto en UX en el próximo sprint.

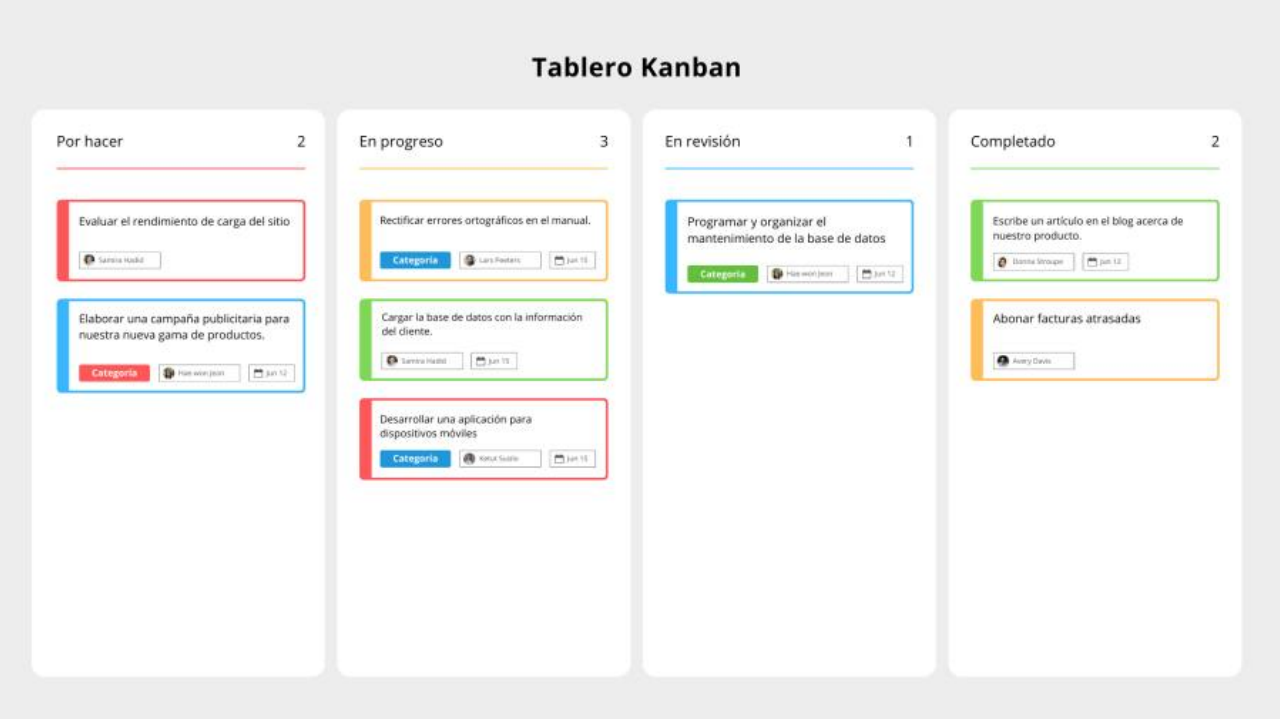
Tras 6 sprints, entregaron una guía validada, ajustada iterativamente según los comentarios recibidos.

Metodología Kanban

La metodología Kanban es un sistema ágil de gestión de proyectos que utiliza **tableros visuales para organizar y optimizar el flujo de trabajo.** Su origen está en los procesos «just-in-time» desarrollados por Toyota, y se basa en principios como la transparencia, la mejora continua y la flexibilidad. Kanban permite a los equipos **visualizar tareas, limitar el trabajo en curso y priorizar actividades** según las necesidades del momento.

Principios clave de Kanban:

1. **Visualización del trabajo**: Se utiliza un tablero dividido en columnas que representan las etapas del proceso (por hacer, en progreso, completado).
2. **Límite de trabajo en curso (WIP)**: Se establece un límite para las tareas activas, evitando la sobrecarga.
3. **Gestión del flujo**: Las tareas avanzan de una columna a otra según su estado, optimizando el tiempo y los recursos.
4. **Mejora continua**: Se revisa regularmente el proceso para identificar problemas y realizar ajustes.
5. **Flexibilidad**: Permite adaptarse a cambios graduales sin necesidad de reestructurar completamente el sistema.



Ejemplo concreto: Organización de una feria escolar

Un equipo de estudiantes utiliza Kanban para planificar una feria escolar:

1. **Tablero Kanban inicial**:
   - Columnas: *Por hacer*, *En progreso*, *Terminado*.
   - Tareas representadas por tarjetas (ej.: «Diseñar carteles», «Confirmar expositores»).
2. **Proceso de trabajo**:
   - En la columna *Por hacer*, incluyen todas las actividades necesarias para organizar la feria (ej.: reservar espacio, coordinar horarios).Cada miembro toma una tarea y la mueve a *En progreso* cuando empieza a trabajar.
   - Una vez completada, la tarea pasa a *Terminado*.
3. **Límite de trabajo en curso (WIP)**:
   - Deciden que cada miembro solo puede trabajar en dos tareas simultáneamente para evitar sobrecarga.
4. **Revisión semanal**:
   - En reuniones breves, evalúan el progreso y ajustan prioridades según los plazos y necesidades.
5. **Resultado final**:
   - El tablero Kanban ayuda al equipo a cumplir con todas las actividades necesarias para organizar la feria, manteniendo claridad y eficiencia.

El siguiente vídeo realizado con IA explica brevemente estas metodologías:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/xUZaUHczVeg?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

RETO: Realiza la actividad del siguiente pdf:

» **Documento descargable: proyecto empresa Scrum:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/proyecto-empresa-scrum...

7.3. A POR LA IDEA DE NEGOCIO

Buscando oportunidades

Para empezar a trabajar desde el emprendimiento en un proyecto lo vamos a hacer buscando oportunidades que surgen de analizar problemáticas relacionadas con los ODS, con el entorno medioambiental, social o cultural o con los sectores emergentes y de los nichos de mercado que hemos analizado en el tema anterior.

En concreto vamos a elegir un ODS, plantearemos un reto relacionado con ese ODS y a partir de ahí utilizaremos el designg thinking para llegar a una idea de negocio viable. Vamos a empezar a contribuir en la resolución del reto desde lo local con los medios que tenemos a nuestro alcance y partiendo de nuestro entorno más cercano, eso nos permitirá ir validando la idea y pivotarla.

Por lo que en esta situación de aprendizaje seleccionaremos un ODS, investigaremos sobre él y plantearemos un problema o reto relacionado con nuestro entorno que se relaciones con el ODS elegido.

Para ayudarnos y siempre que lo consideremos oportuno podemos elegir uno de los 5 retos que nos plantea «THE CHALLENGE» de educaixa en su edición 2024 y que podemos ver en el siguiente pdf:

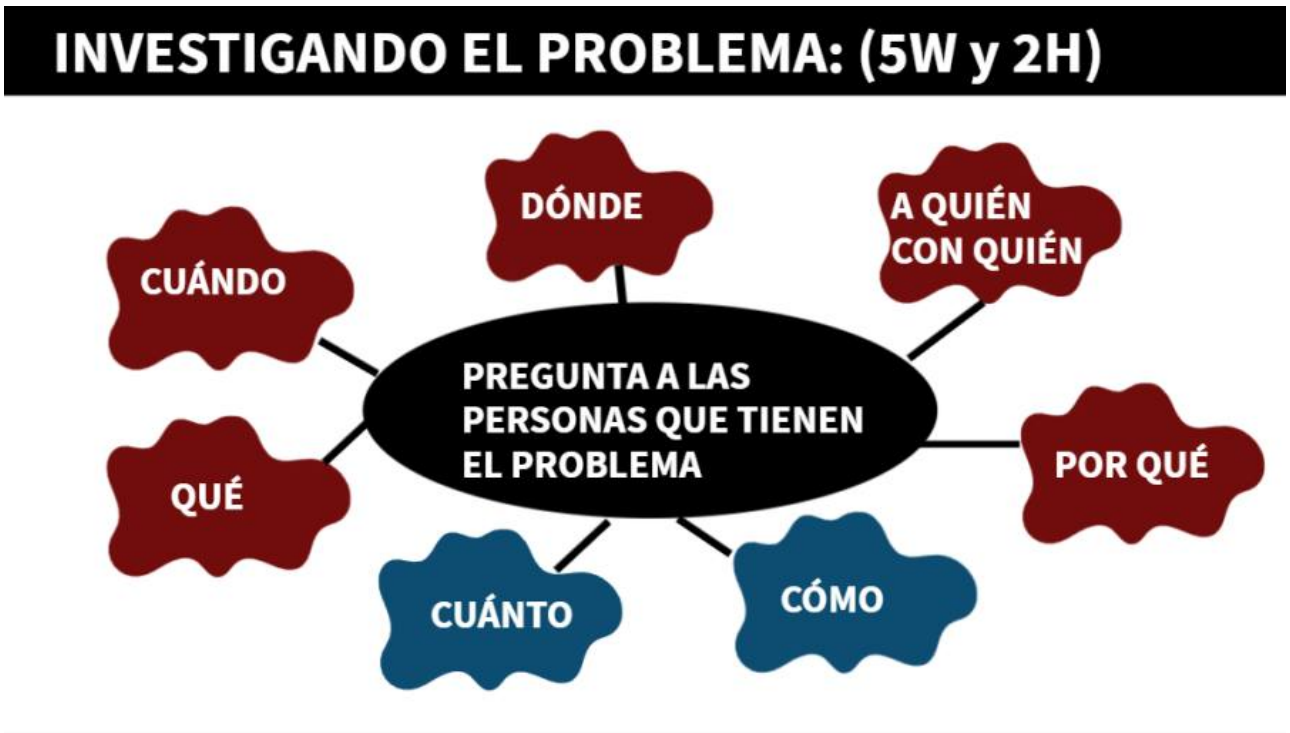
» **Documento descargable: retos-la-caixa:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/396a0-retos-la-caixa.pdf

TAREA 1: Indica el ODS elegido, así como el problema o reto concreto que vas a trabajar y sobre el que vas a desarrollar tu proyecto.

INVESTIGANDO EL PROBLEMA ELEGIDO

Para investigar el problema seleccionado, vamos a hacernos preguntas sobre él, que posteriormente tendremos que resolver, cuanto mejor conozcas un problema, más fácil te será crear un proyecto que lo solucione o lo mejore.

Para hacer las preguntas vamos a utilizar la técnica de las **5 W y las 2 H** del periodismo que consiste en hacerse preguntas sobre el problema que empiecen por las 5 W's y las 2 H's (traducidas al español) y que puedes ver en la siguiente imagen para luego buscar sus respuestas



Por ejemplo:

- ¿En qué consiste el problema?
- ¿Dónde ocurre?
- ¿Cuánto dura?
- ¿Cómo es su alcance?
- ¿A quién afecta?,...

Puedes resumirlo en un mural:



TAREA 2: Realiza la investigación del problema utilizando la técnica 5 Ws y 2 Hs y realiza un informe de

la investigación

Una vez investigado el problema, vamos a preguntar a los que lo sufren como posibles usuarios o beneficiarios de nuestro proyecto para ser capaces de entender el problema desde el punto de vista de las personas.

Intentaremos averiguar su relación con el problema:

- ¿A qué porcentaje de personas le afecta? ¿En qué grado?
- ¿Cómo lee afecta?
- ¿Qué sienten?
- ¿Qué le preocupa?
- ¿Cómo lo solucionan actualmente?…

Para ello realizaremos una encuesta y posteriormente analizaremos los resultados.

TAREA 3: Realiza una encuesta para analizar cómo se sienten las personas que sufren el problema y analiza los resultados en un informe

Con todo este trabajo realizado, empezaremos a buscar ideas que solucionen el problema elegido

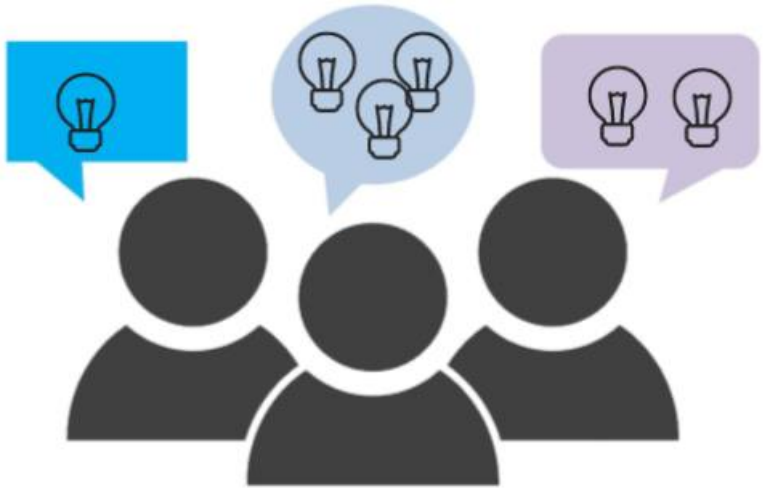
---

Encontrando Soluciones

Una vez que hemos elegido el problema que vamos a intentar solucionar, vamos a empezar planteándonos la pregunta:

¿Cómo podríamos solucionar nuestro problema / reto?

Para ello vamos a empezar con una lluvia de ideas, cuantas más ideas mejor, estamos en la fase de divergencia, es una fase donde cualquier idea es válida, luego en las siguientes fases filtraremos las ideas.



Primer filtro:

Para evaluar las ideas empezaremos realizando los siguientes pasos:

1- Agrupar ideas parecidas.
2- Desechar las que necesiten grandes cantidades de fondos si no existen posibilidades de obtenerlos

3- Excluir las que necesiten altos conocimientos técnicos, si éstos no se poseen.
4- Decidirnos por aquella en la que alguno de los componentes del equipo sea experto o tengamos alguna ventaja comparativa (especiales conocimientos, cercanía, conocidos o familiares que nos puedan prestar ayuda…)

Puedes ayudarte con la siguiente tabla, eliminar las ideas donde la columna de muchos esté marcada y pasar al siguiente filtro.

PROBLEMA DETECTADO:						
SOLUCIÓN:	RECURSOS NECESARIOS			CONOCIMIENTOS NECESARIOS		
	POCOS	MEDIOS	MUCHOS	POCOS	MEDIOS	MUCHOS
Solución 1:						
Solución 2:						
Solución 3:						
Solución 4:						

Segundo filtro:

Vamos a valorar los siguientes aspectos, podemos valorarlos del 1 al 5:

- **Nivel de innovación:** La solución es muy novedosa y resuelve el problema de forma completamente distinta a las soluciones actuales, mejorando estas soluciones.
- **Alcance:** ¿La solución a va a mejorar la vida de muchas o pocas personas?, ¿va a ser accesible a muchas o pocas personas?
- **Conocimiento técnico:** ¿Se requieren muchos conocimientos técnicos para llevarlo a cabo? ¿Poseo esos conocimientos?
- **Dinero necesario:** ¿Se necesitan muchos o pocos recursos para llevarlo a cabo? ¿Poseo esos recursos? ¿Puedo conseguir financiación?

PROBLEMA DETECTADO:												
SOLUCIÓN:	NIVEL DE INNOVACIÓN			ALCANCE			RECURSOS NECESARIOS			CONOCIMIENTOS TÉCNICOS		
	POCOS	MEDIOS	MUCHOS	POCOS	MEDIOS	MUCHOS	POCOS	MEDIOS	MUCHOS	POCOS	MEDIOS	MUCHOS
Solución 1:												
Solución 2:												
Solución 3:												
Solución 4:												

Nos vamos a quedar con 4 o 5 ideas.

Tercer filtro: Técnica de los 100 puntos

Cada miembro del equipo dispone de 100 puntos que repartirá como quiera entre las ideas seleccionadas en el filtro 2.

	idea 1	idea 2	idea 3	idea 4	idea 5
puntuación miembro 1					
puntuación miembro 2					
puntuación miembro 3					
puntuación miembro 4					
puntuación miembro 5					
Total	0	0	0	0	0

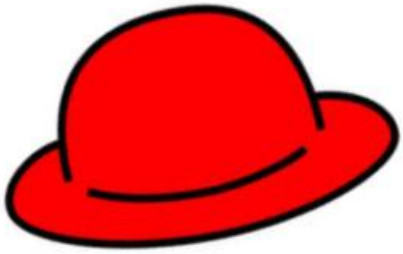
Se elegirá aquella con mayor puntuación, como idea inicial, aunque probablemente esta idea pivotará cuando se le apliquen las técnicas de creatividad.

Tres sombreros para pensar:

Para acercarnos a la idea y hacer un primer análisis, vamos a aplicar la **técnica de los sombreros de Bono simplificada** utilizando en vez de seis, **tres sombreros**:

Se van a hacer tres turnos uno con cada sombrero, donde todos los miembros del equipo se pondrán el sombrero del color que corresponda y solo podrán aportar comentarios del color del turno donde están:

- PRIMER TURNO: SOMBRERO ROJO



El sombrero rojo es el sombrero de la impulsividad, de la pasión, de la intuición es por ello que:

Todos los componentes del equipo llevarán durante 2 minutos el sombrero rojo y dirán todo lo que les venga a la cabeza sobre la idea planteada. Un representante del grupo apuntará las respuestas.

- SEGUNDO TURNO: SOMBRERO AMARILLO



El sombrero amarillo es el sombrero de la alegría, del positivismo, de la ilusión es por ello que:

Todos los componentes del equipo llevarán durante 5 minutos el sombrero amarillo y dirán todo los aspectos positivos que se les ocurra sobre la idea planteada. Un representante del grupo apuntará las respuestas.

- TERCER TURNO: SOMBRERO NEGRO



El sombrero negro es el sombrero de la tristeza, del pesimismo, de la negatividad es por ello que:

Todos los componentes del equipo llevarán durante 5 minutos el sombrero negro y dirán todo los aspectos negativos que se les ocurra sobre la idea planteada. Un representante del grupo apuntará las respuestas.



Los datos obtenidos los pondremos en una tabla de PROS y CONTRAS:

PROS	CONTRAS

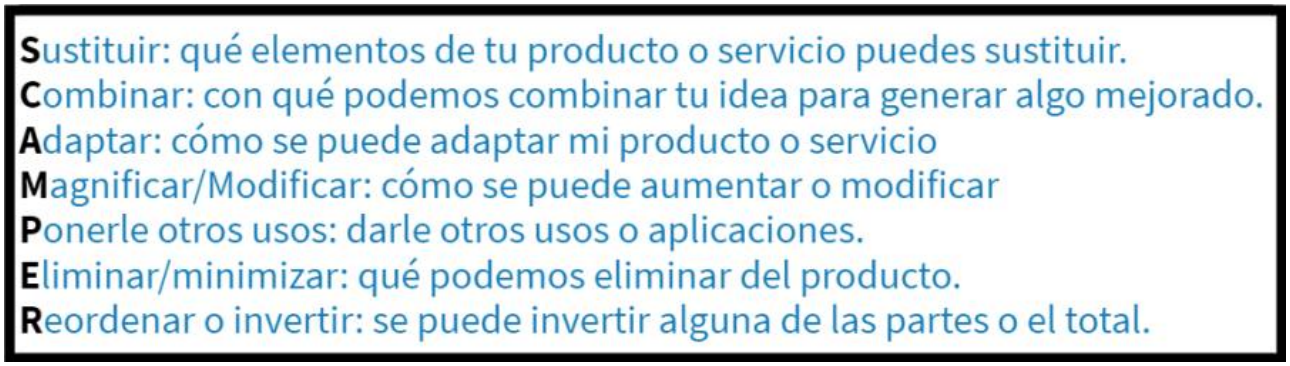
Si quieres más información sobre la técnica de creatividad: los sombreros de BONO, puedes ver el siguiente vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/02snKkue9u8?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

MEJORANDO LA IDEA: SCAMPER

Para pivotar la idea y mejorarla vamos a aplicar la técnica de creatividad SCAMPER que consiste en ir pasando por cada letra del acrónimo que forma el nombre e ir pensando qué hacer con la idea con el verbo en el que estemos en cada momento.

SCAMPER es el acrónimo de:



Por lo que dedicándole 5 minutos a cada letra, hay que sacar distintas ideas para mejorar o pivotar la idea.

Puedes visualizar el siguiente vídeo con ejemplos:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/_pzYH1XMA2g?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA: INFORME A ENTREGAR:

Con los **datos de los sombreros y las mejoras del SCAMPER**, realiza el **informe sobre tu idea**, en él

debes incluir los siguientes puntos:

- ¿Qué solución proponéis? ¿En qué consiste?
- ¿Cómo soluciona el problema que teníais planteado?
- ¿Cómo se diferencia de soluciones que actualmente ya existen? ¿Por qué creéis que vuestra solución es mejor o bien será la primera en funcionar?
- ¿Podréis hacer un prototipo? ¿Está a vuestro alcance el conseguirlo?
- ¿Hay algún motivo especial por el que hayáis seleccionado esta solución?
- Indicar las ideas descartadas y por qué se han rechazado

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/MsEEfGCrltM?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

7.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES EN LA EMPRESA

Misión

La misión de una empresa es **su razón de ser**, aquello que justifica su existencia y describe cómo contribuye al bienestar de la sociedad. Responde a preguntas clave como: ¿Qué hacemos?, ¿Para quién lo hacemos?, ¿Qué nos diferencia?. Una misión efectiva debe ser:

- **Clara y concisa:** Expresada en términos simples y directos.
- **Inspiradora:** Motivadora para empleados, clientes y socios.
- **Relevante:** Refleja cómo la empresa aporta valor a la sociedad.
- **Original:** Evita conceptos genéricos, destacando lo único de la organización.

Por ejemplo, una misión podría ser: ***"Proporcionar educación económica práctica e inspiradora para empoderar a los jóvenes en su camino hacia el emprendimiento responsable."***

Ejemplos de Misión de conocidas empresas son:

- La misión de **Google** es: "Organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil"
- La misión de **Nike** es: "Llevar inspiración e innovación a cada atleta del mundo"

EJERCICIOS:

1.- **Identificar a qué marcas pertenecen las siguientes misiones:**

- *» Ofrecer una amplia gama para productos del hogar, funcionales, de buen diseño y a precios asequibles para la mayoría de personas.»*
- *«Ser unos de los líderes mundiales en producir y ofrecer entretenimiento e información. Usando nuestra cartera de marcas para diferenciar nuestro contenido, servicios y productos, buscamos las experiencias de entretenimiento más creativas, innovadoras y rentables del mundo.»*
- *«Inspirar y nutrir el espíritu humano. Sólo una persona, una taza de café y un barrio al mismo tiempo.»*

2.- **Tendría sentido que Rolex comercializara un reloj a 25 Euros? ¿Por qué? Define una misión para Rolex**

- Palabras que incluiríais en la misión de Rolex:
- Misión de Rolex

Visión

La visión representa el futuro ideal al que aspira la empresa. Es una **declaración de objetivos a largo plazo** que guía las decisiones estratégicas. Responde a preguntas como: ¿Dónde queremos estar en el futuro? ¿Qué impacto queremos tener? Una visión efectiva debe ser:

- **Proyectada al futuro:** Describe metas ambiciosas pero alcanzables.
- **Clara y realista:** Evita vaguedades y establece objetivos concretos.
- **Coherente con la misión:** Ambas declaraciones deben complementarse.

Por ejemplo, una visión podría ser: ***"Ser el referente educativo líder en economía y emprendimiento juvenil, reconocido por transformar ideas en proyectos sostenibles."***

Ejemplos de visión de conocidas empresas son:

- La visión de **Google** es: "proporcionar acceso a la información del mundo en un solo clic»
- **Nike** no tiene una visión explícitamente definida como tal, pero su objetivo a largo plazo se puede entender como «hacer todo lo posible para expandir el potencial humano»

Ejercicio: Analizar la relación entre la misión (propósito actual) y la visión (objetivo futuro) de las siguientes empresas ficticias e identifica si están alineadas o son contradictorias.

1. **EcoBite** (Alimentación sostenible)
   - **Misión**: «Producir alimentos 100% orgánicos y libres de plásticos para promover una vida saludable y respetuosa con el planeta.»
   - **Visión**: «Ser líderes en la industria de alimentos sostenibles en Europa para 2030, reduciendo el desperdicio alimentario en un 50%.»

2. **TechForAll** (Tecnología)
   - **Misión**: «Hacer la tecnología accesible y asequible para comunidades rurales.»
   - **Visión**: «Convertirnos en la empresa de hardware más rentable del mercado para 2027.»

3. **FastTrend** (Moda rápida)
   - **Misión**: «Vestir al mundo con diseños modernos y sostenibles.»
   - **Visión**: «Dominar el 30% del mercado global de fast fashion en los próximos 5 años.»

4. **HealthGlow** (Cosmética natural)
   - **Misión**: «Crear productos de belleza con ingredientes 100% naturales y libres de crueldad animal.»
   - **Visión**: «Expandirnos a 50 países y ser la marca más vendida en farmacias para 2026.»

5. **SolarDrive** (Movilidad eléctrica)
   - **Misión**: «Diseñar vehículos eléctricos asequibles para reducir la huella de carbono urbana.»
   - **Visión**: «Revolucionar el transporte sostenible siendo la primera opción para familias de clase media en 2030.»

Valores

Los valores son los principios éticos que guían las acciones y decisiones de la empresa. Reflejan la cultura organizacional y cómo interactúa con sus empleados, clientes y sociedad. Algunos ejemplos de valores empresariales incluyen:

- **Integridad:** Actuar con honestidad y transparencia.
- **Innovación:** Buscar soluciones creativas para superar desafíos.
- **Colaboración:** Fomentar el trabajo en equipo para alcanzar objetivos comunes.
- **Sostenibilidad:** Promover prácticas responsables con el medio ambiente.
- **Excelencia:** Compromiso con la calidad en todos los aspectos.

Por ejemplo, los valores del instituto podrían ser:

1. **Compromiso con el aprendizaje práctico.**
2. **Fomento del espíritu emprendedor.**
3. **Inclusión y respeto por la diversidad.**
4. **Responsabilidad social y ambiental.**

Ejemplo:

Los **valores de Google** incluyen:

- **Diversidad e inclusión:** La empresa promueve un ambiente de trabajo diverso e inclusivo, valorando las perspectivas únicas de sus empleados
- **Enfoque en el usuario:** Google prioriza la experiencia del usuario, asegurándose de que sus productos y servicios sean relevantes y de alta calidad
- **Innovación:** Google fomenta la creatividad y el desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar continuamente sus productos y servicios
- **Integridad:** La empresa valora la honestidad y la transparencia en todas sus operaciones, incluyendo la gestión de datos de usuarios
- **Excelencia:** Google busca la excelencia en todo lo que hace, estableciendo altos estándares para sus productos y servicios

Los **valores de Nike** se enfocan en:

- **Comunidad:** Nike prioriza el impacto social y la responsabilidad comunitaria, invirtiendo en programas que benefician a las comunidades donde opera.
- **Sostenibilidad:** La empresa se compromete a reducir su huella ambiental mediante tecnologías y prácticas sostenibles en sus productos y operaciones.
- **Diversidad:** Nike promueve la inclusión y la diversidad, tanto en su equipo como en sus campañas publicitarias, fomentando un ambiente respetuoso y empoderante.
- **Responsabilidad social:** La empresa se esfuerza por hacer un impacto positivo en la sociedad, apoyando causas sociales y ambientales.

Ejercicio:

1. Lee la **misión** y **visión** de la empresa ficticia **EcoTech**.
2. Revisa la lista de **10 valores** propuestos.
3. Clasifícalos en dos columnas:
   - **Valores alineados** (coherentes con la misión/visión).
   - **Valores contradictorios** (no encajan o se oponen).

4. Justifica brevemente tu elección en cada caso.

- **Misión**: *«Desarrollar tecnología accesible y sostenible para reducir el impacto ambiental en hogares y ciudades.»*
- **Visión**: *«Ser líderes en innovación verde para 2030, transformando el consumo energético global.»*
- **Valores:**

1. Sostenibilidad ambiental
2. Obsolescencia programada (diseñar productos con fecha de caducidad)
3. Innovación responsable
4. Maximizar ganancias a corto plazo
5. Transparencia con los clientes
6. Jerarquía corporativa rígida
7. Colaboración con comunidades locales
8. Competencia agresiva en el mercado
9. Reducción de residuos electrónicos
10. Individualismo en la toma de decisiones

En este vídeo se explican brevemente los tres conceptos:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/jfiFH-hYk1s?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

RETO: Elabora la misión, visión y los valores para tu proyecto emprendedor

7.5. LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE ENTIDADES EMPRENDEDORAS

Para poder llevar a cabo un proyecto emprendedor es necesario organizar los distintos recursos con los que se cuenta y sobre todo los recursos humanos, se debe definir lo qué va a realizar cada uno de los trabajadores, la jerarquía o el nivel de mando y la responsabilidad, así como la forma de comunicarse dentro de la empresa.



Funciones





Comunicación

Es por ello que se debe diseñar la estructura formal de la empresa, en la que quedan definidas todas las

tareas que se van a realizar, así como la responsabilidad, autoridad y la forma de comunicarse.

Una vez visto los tres aspectos fundamentales vamos a pararnos detenidamente en cada uno de ellos:

- **Jerarquía de la empresa:**
  - ¿Quién tiene autoridad sobre quién?
  - ¿Quién se encarga de cada tarea o grupos de tareas o funciones?
- **Funciones de cada trabajador de la empresa:**
  - Deben ser claras y concisas.
  - Cada trabajador tiene que saber qué es lo que se espera de él y que tiene que hacer.
- **Comunicación:**
  - Tanto interna como externa.
  - Hay que definir cómo van a ser los canales de comunicación.

Características de organizaciones emprendedoras

Jerarquía de la empresa

- **¿Quién tiene autoridad sobre quién?**
  Las entidades emprendedoras suelen tener estructuras jerárquicas más flexibles que las empresas tradicionales. Sin embargo, es esencial definir una **cadena de mando clara**, donde cada empleado sepa quién es su supervisor directo y quién toma las decisiones finales. Esto evita confusiones y asegura la rendición de cuentas.
- **¿Quién se encarga de cada tarea o grupos de tareas o funciones?**
  La asignación de tareas debe basarse en las habilidades y experiencia de los empleados. Las tareas se deben repartir entre el equipo humano de manera que:
  - Cada persona hace lo que mejor sabe hacer.
  - Se aprovecha al máximo el talento de todos.
  - Todas las áreas importantes de la empresa están cubiertas por alguien capaz.

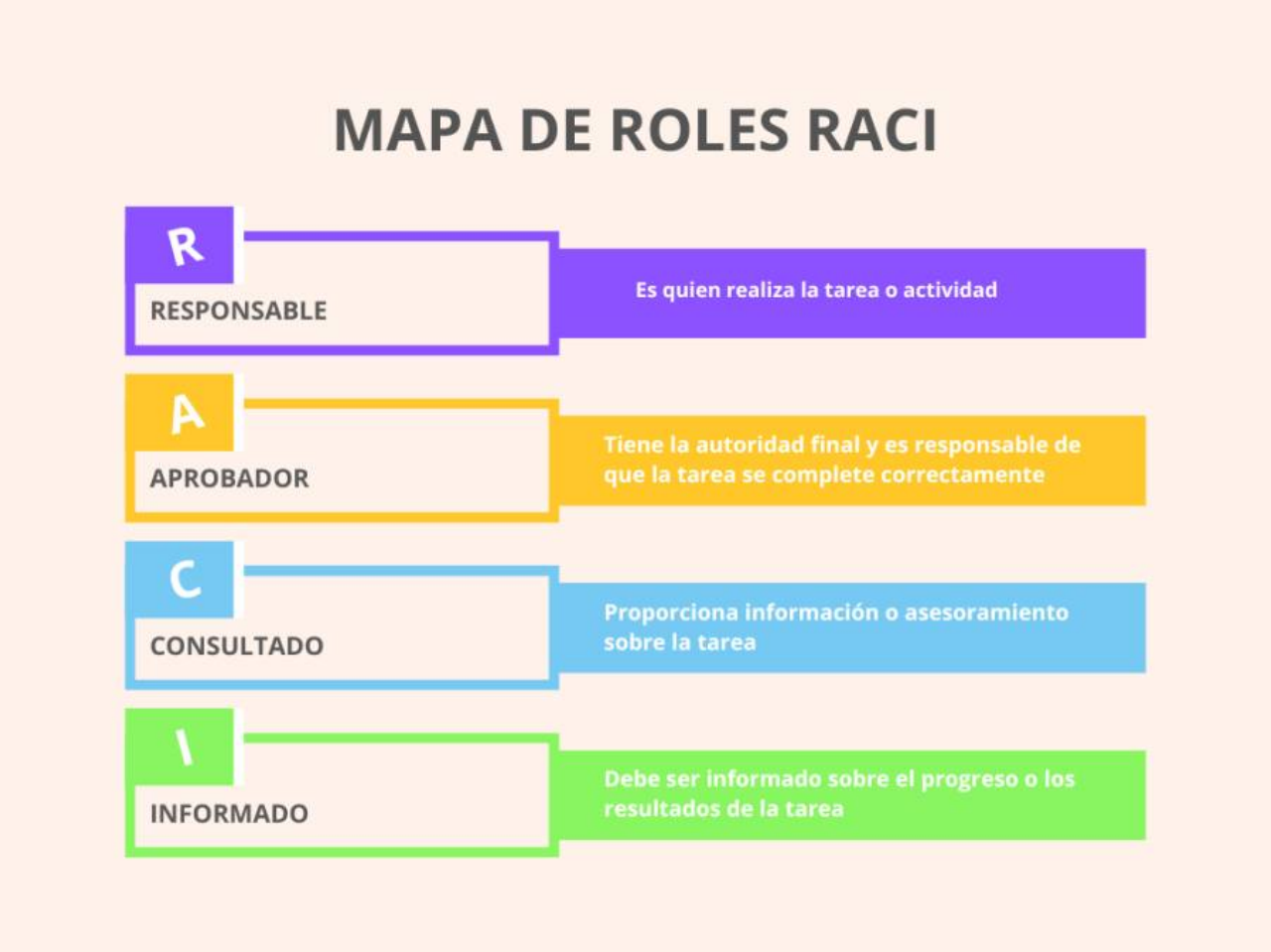
Por ejemplo:

- Si una trabajador/a es muy buena con los números, podría encargarse de las finanzas de la empresa.
- Si un trabajador/a tiene experiencia en ventas, podría ser responsable de hablar con los clientes y cerrar tratos.
- Si un trabajador/a es creativa y entiende bien las redes sociales, podría manejar el marketing digital de la empresa.

Funciones de cada trabajador

- **Claridad y concisión:**
  Cada trabajador debe tener un rol bien definido, con responsabilidades específicas que estén alineadas con los objetivos generales de la empresa. Esto no solo mejora la productividad, sino que también reduce conflictos internos y aumenta la satisfacción laboral.
- **Expectativas claras:**

Es crucial que cada empleado entienda qué se espera de él, tanto en términos de resultados como de comportamiento. Esto puede lograrse mediante descripciones detalladas de roles, revisiones regulares y herramientas como **mapas de roles (RACI).**





El siguiente vídeo explica la matriz de roles o RACI:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/ytwkRNUvGtE?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Comunicación

- **Interna:**
  La comunicación interna debe ser fluida y bidireccional, permitiendo que todos los miembros del equipo estén informados sobre las estrategias, objetivos y cambios dentro de la empresa. Se pueden usar herramientas de mensajería y de trabajo cooperativo, así como mantener reuniones regulares.
- **Externa:**
  La comunicación externa es clave para construir la imagen de marca, atraer clientes e inversores, y establecer relaciones con socios estratégicos. Esto incluye el uso efectivo de redes sociales, comunicados de prensa y eventos públicos para transmitir los valores y visión del proyecto.
- **Canales definidos:**
  Es importante establecer canales específicos para cada tipo de comunicación (por ejemplo, correo electrónico para temas formales, mensajería instantánea para consultas rápidas). Además, se deben promover tanto métodos sincrónicos (reuniones en tiempo real) como asincrónicos (correos electrónicos o documentos compartidos) según las necesidades.

TAREA: Diseña la matriz RACI de tu proyecto emprendedor, así como el plan de comunicación

7.6. FUNCIONES EN LA EMPRESA

Como vimos en el tema 1, las empresas son las encargadas de producir y distribuir los bienes y servicios que satisfacen las necesidades humanas. La dirección de una empresa ha de coordinar todos los elementos para conseguir los objetivos marcados, esto implica definir las distintas funciones que se van a desarrollar en la empresa que se pueden dividir en distintas áreas que pueden agruparse formando departamentos.



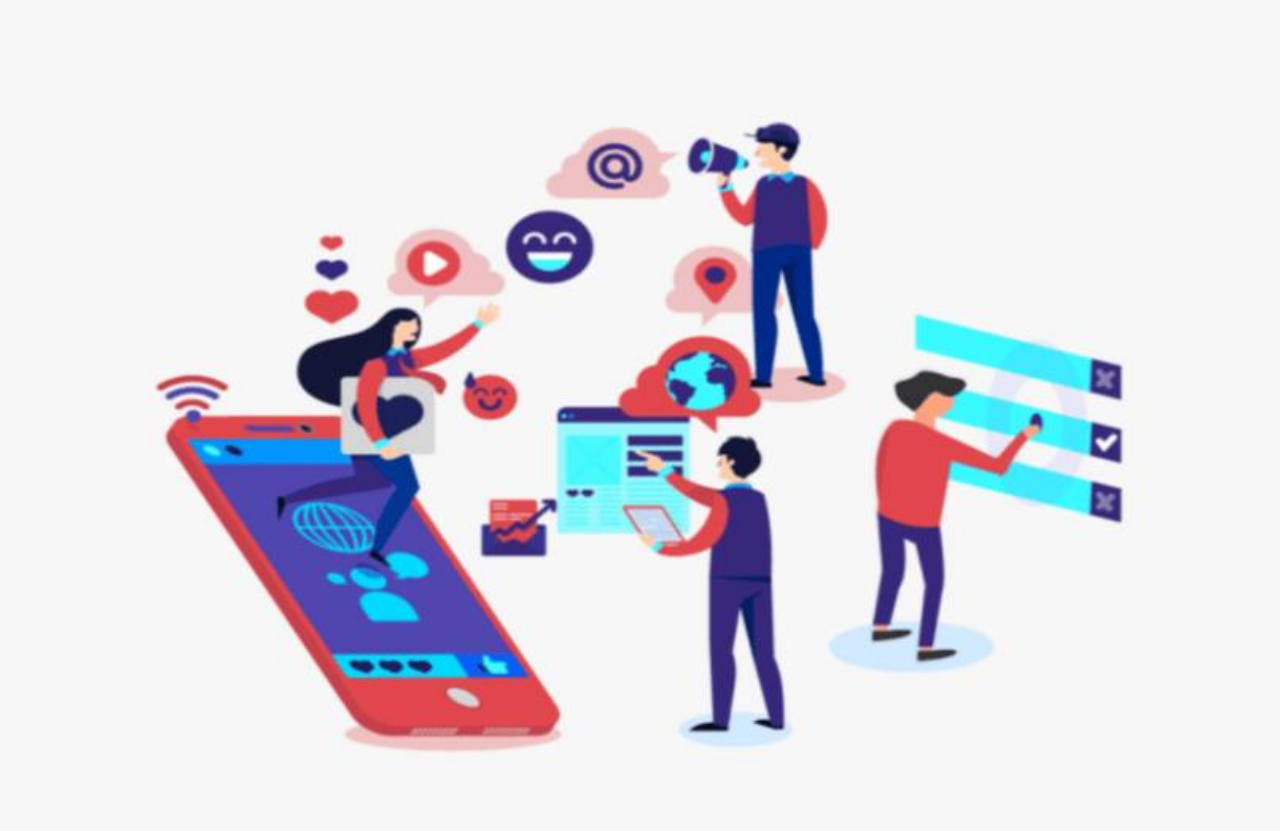
Las áreas o funciones que toda empresa va a tener son:



Producción y aprovisionamiento: que se encargará de:

Aprovisionamiento es decir elegir a los proveedores adecuados y realizar las compras necesarias.
Gestión de almacén: Llevar la gestión y el control de inventarios, minimizando el coste de almacén.
Producción: Esta tarea es la que va a transformar los recursos productivos en bienes finales y listos para la venta generando valor añadido.
Control de la calidad: Es muy importante llevar un sistema de control de calidad que minimice el número de productos defectuosos que se fabrican, establezcan unos mínimos de calidad, mejorando la eficiencia y la productividad.

Función comercial o Marketing encargándose de:
Analizar el mercado, por medio realizando investigaciones de mercado.
Diseñar la estrategia de Marketing de la empresa, tomando decisiones sobre el producto, el precio, la comunicación comercial y la distribución.





Inversión y finanzas:
Buscará financiación para realizar sus inversiones
Seleccionará las mejores inversiones
Realizará el presupuesto de los distintos departamentos
Llevará la contabilidad de la empresa, si no hay un departamento propio que lo haga.

Recursos Humanos:
Realizará la planificación de personal, diseñando los perfiles profesionales que se necesitan en la empresa.
Llevará la gestión del personal, desde el reclutamiento hasta la evaluación del desempeño
Formará y motivará a los trabajadores para aumentar la productividad
Realizara las labores administrativas relacionadas con el personal de la empresa.



aunque según el tipo de empresa alguna de estas funciones **se pueden subcontratar externamente** (outsourcing) como por ejemplo el servicio de limpiezas de algunas empresas o las tareas administrativas contratando un gestor, y también dependiendo del tipo de empresa un área funcional se puede dividir en distintos departamentos o subdepartamentos, por ejemplo el departamento de producción se puede dividir en compras, almacén, I+D+i, producción y calidad.

Además, las áreas funcionales **no son áreas separadas**, sino que se van a relacionar unas con otras, por ejemplo el área comercial se tiene que relacionar con el área de producción para diseñar el producto o servicio, se debe relacionar con el área financiero para por ejemplo conocer el presupuesto de una campaña publicitaria, o con el área de Recursos humanos a la hora de contratar a un nuevo comercial o a un nuevo publicista.

Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/S5kw-9DzPeI?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA: En el siguiente pdf tienes un ejercicio donde hay que asignar distintas tareas al área funcional al que pertenece:

» **Documento descargable: TAREA áreas funcionales:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/tarea-areas-funcionale…

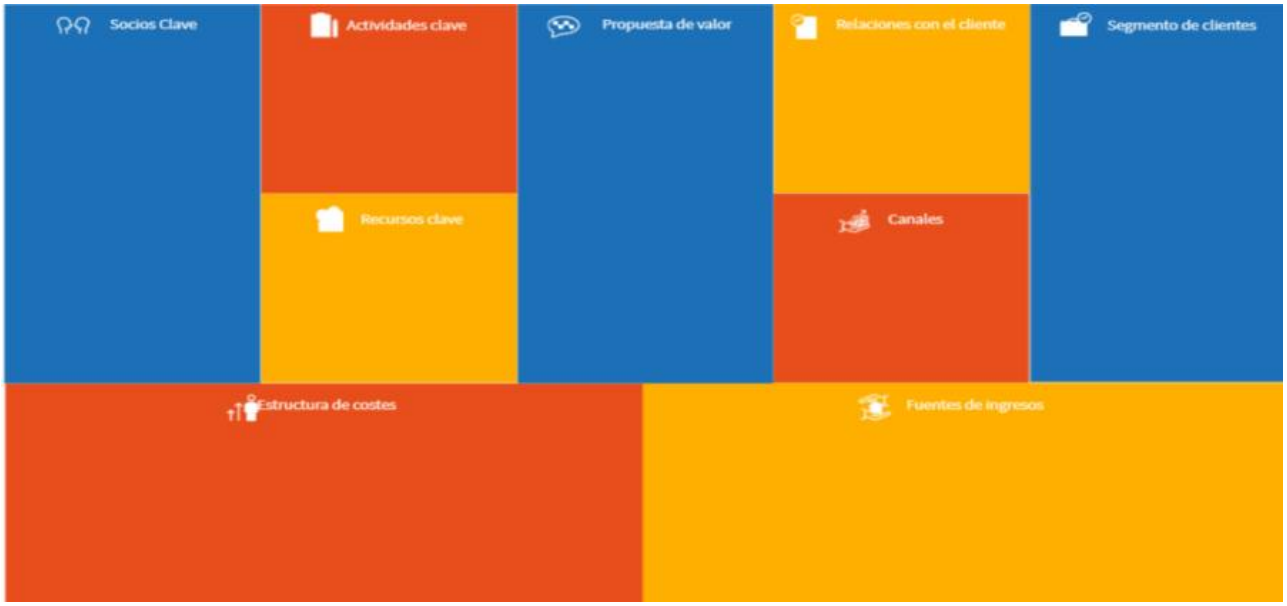
7.7. CANVA DE NUESTRO PROYECTO

En este apartado diseñaremos nuestro modelo de negocio en el lienzo de negocio o CANVAS.

Una vez elegida la idea de negocio, es hora de acercarnos a ella, analizando cómo la queremos llevar a cabo desde el punto de vista empresarial, para ello nos basaremos en el modelo **canvas o de lienzo de negocios** que en este caso nos permitirá hacer una primera aproximación a nuestra idea empresarial.

El **modelo Canvas de negocio es una plantilla esquemática**, donde se puede ver de forma resumida todos los puntos claves de una empresa y que permite añadir modificaciones e ideas rápidamente.

Se estructura en nueve bloques bien diferenciados, donde se sitúa a la derecha la estructura comercial de la empresa y a la izquierda la estructura de producción.



PROPUESTA DE VALOR

Comenzaremos con la parte central del canvas en este caso con la **propuesta de valor de nuestra empresa**, es decir:



- **¿Qué ofreces que te haga diferente y especial, siendo mejor que la competencia?**
- ¿Por qué el cliente debe ele**girte?**
- ¿Cuáles van a ser tus ventajas **competitivas?**
- **¿Qué problemas resuelves a tus clientes?**
- **¿Cuál es tu razón de ser?**

PARTE COMERCIAL

Ahora pasaremos a analizar el lado derecho del lienzo que es la **parte comercial**

Empezaremos, analizando a **nuestros clientes** y dentro de ellos, a cada segmento de clientes claramente diferenciado, debiendo hacer una canvas para cada segmento:

- **¿Quiénes son tus clientes?**
- **¿Cuáles son sus características?**
- **¿hay segmentos de clientes claramente diferenciados?**
- **¿Los segmentos de clientes se relacionan entre sí?**



Pasaremos a analizar **los canales**, es decir cómo vamos a hacer llegar nuestro producto o servicio al cliente:

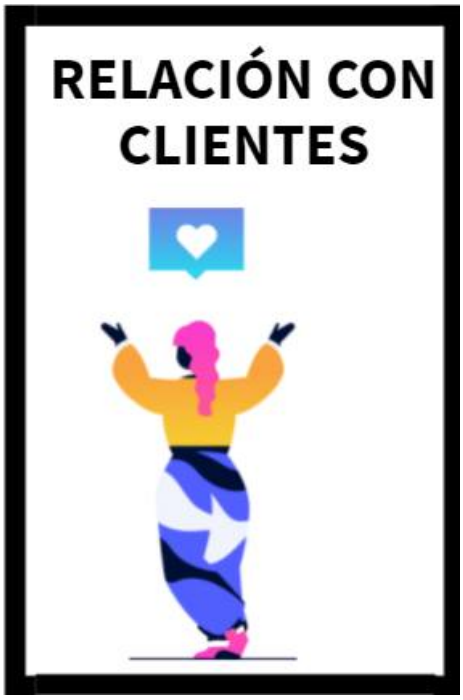


- **¿Cómo vas a hacer llegar tu propuesta de valor a cada cliente?**
- **El canal de distribución es una parte muy importante de la experiencia del cliente:**
- **Venta física**
  - **venta directa**
  - **Canal intensivo, selectivo o inclusivo**
  - **Franquicias**
  - **tiendas propias…**

- Venta online
  - Market place
  - Página web propia
  - aplicación móvil (app)…

Después, se analizará la **relación con el cliente**, es decir cómo nos va a encontrar el cliente y cuál va a ser la relación de la empresa con el cliente, antes, durante y después de la compra

- ¿Qué relación tendrás con los clientes?
- ¿Qué va a inspirar tu marca en los clientes?
- ¿Cómo te vas a dar a conocer?
- ¿Cómo va a poder el cliente contactar con la empresa?
- ¿Cuál va a ser el seguimiento de los clientes?



Por el lado derecho del lienzo o por el **lado comercial** nos queda por analizar todas las **fuentes de ingresos** que esperamos tener, así de todas las formas para cobrar esos ingresos:



- ¿Cómo vas a generar ingresos aparte de la venta?
- Ejemplos:
  - Suscripción / afiliación
  - Freemium
  - Mantenimiento
  - Envases
  - Publicidad…
- ¿Cómo vas a cobrar a los clientes?
  - Contado
  - Tarjeta
  - Móvil
  - Bizum
  - Transferencia
  - Contrareembolso…

PARTE DE PRODUCCIÓN

Pasamos a analizar el lado izquierdo, es decir la **parte de producción**, para ello comenzamos con las **actividades claves**, o las funciones que son imprescindibles en la empresa para poder funcionar

- **¿Qué procesos son necesarios para que el negocio funcione y hay que prestar una especial atención?**
  - Atención al cliente
  - Innovación y desarrollo
  - Calidad
  - Producción
  - Marketing
  - Diseño

- Programación…



Pasamos a analizar los **recursos claves o factores productivos** que van a a ser necesarios en la empresa:



- Se han de detallar y especificar qué recursos o factores productivos necesitamos:
  - Trabajadores:
    - ¿Cualificados? ¿Qué cualificación? ¿Cuántos?
    - ¿No cualificados? ¿Cuántos?
  - Maquinaria:
    - ¿Alguna maquinaria específica?

- Locales, almacenes
- Ordenadores, software
- Patentes
- Vehículos…

Continuamos con los **socios clave** es decir aquellas personas, empresas, o instituciones público o privadas con las que la empresa debe contar y en algún caso llegar a acuerdos para poder funcionar.

- **Las alianzas permiten crear vínculos y sinergias, consiguiendo beneficios para todos los participantes de la alianza:**
- **Posibles alianzas:**
  - Proveedores
  - Universidades
  - Otras empresas
  - ONGs
  - Asociaciones…



El último apartado del canvas es la **estructura de costes**, aquí indicaremos los principales costes a los que va a tener que hacer frente una empresa:

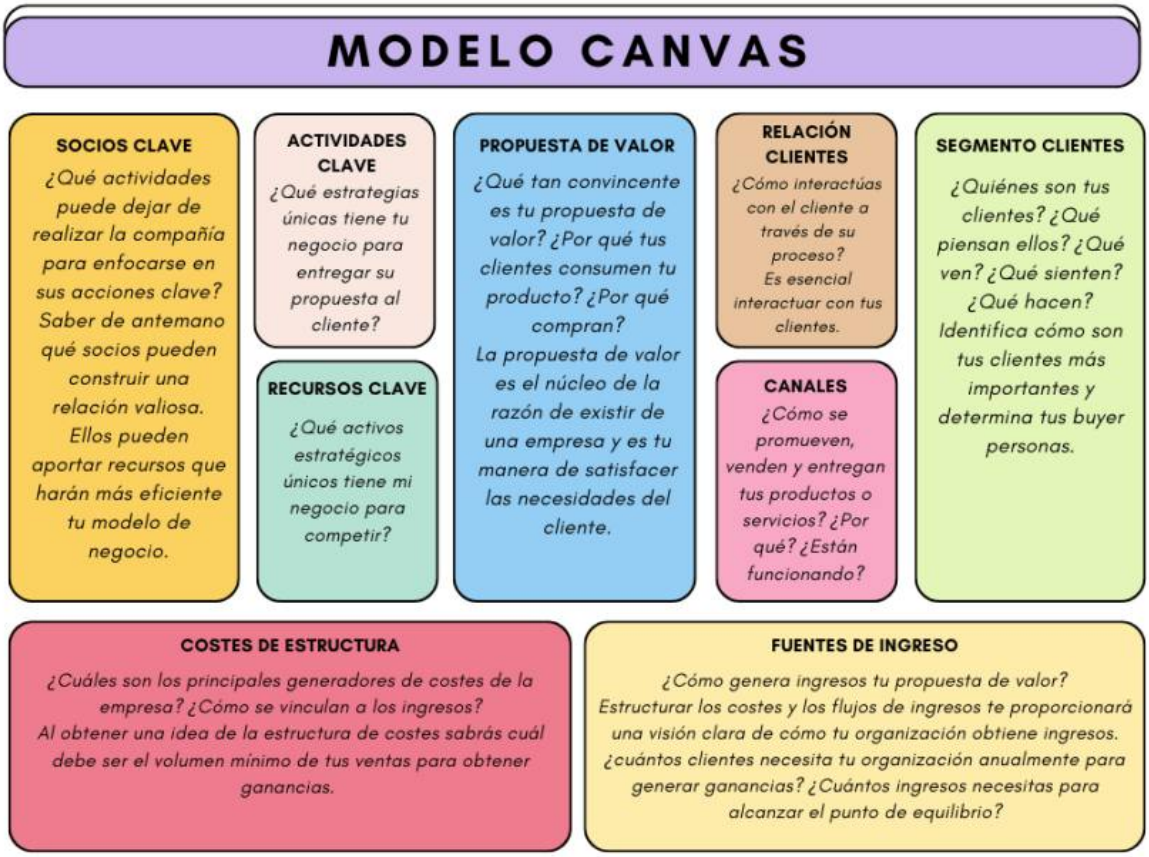


- Los principales costes de una empresa son:
  - Salarios
  - Alquiler locales
  - Seguros
  - Consumo de materiales
  - Suministros
  - comisiones bancarias e intereses
  - Combustible
  - Publicidad
  - Subcontratas (limpieza, mantenimiento)
  - Comisiones página web/coste alojamiento web…

En la siguiente imagen puedes ver un ejemplo de un modelo canvas realizado por alumnos de FAG de 2º de bachillerato, para una empresa de gadgets tecnológicos para la tercera edad:



A modo de resumen te dejo esta plantilla CANVA de la creadora AMAPOLA:



El siguiente vídeo realizado con IA explica el modelo paso a paso con un ejemplo concreto:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/lrMppJoMgKQ?

version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA O RETO FINAL:

Realiza el canva de tu idea de negocio, en la plantilla adjunta:

» **Documento descargable: Gráfico modelo negocio canvas motivador turquesa:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/grafico-modelo-negocio…

UD 8: EL ENTORNO DE LA EMPRESA

En este tema analizaremos el entorno de nuestro proyecto emprendedor, para detectar las amenazas a las que nos enfrentamos y las oportunidades que podemos aprovechar.

Para realizar el análisis externo de una empresa hay que estudiar todos los factores externos que le afectan pero que, al ser exógenos, no puede modificar: es lo que se conoce como **entorno de la empresa**. Hay que tenerlos en cuenta a la hora de tomar decisiones, ya que pueden ser **fuentes de oportunidades o amenazas** que la empresa tendrá que aprovechar o afrontar. El entorno se divide en:

- **Entorno específico**: afecta a la empresa analizada en particular; cada empresa tiene un entorno específico diferente.
- **Entorno general**: afecta a todas las empresas que cumplen unas características comunes (zona geográfica, sector…).

En los apartados veremos estrategias de análisis del entorno, tanto general como específico, para acabar con métodos de análisis de la competencia.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.B.2.** El entorno económico-empresarial. Análisis del entorno general o macroentorno; análisis del entorno específico o microentorno.
- **ECE.4.B.4.** Estrategias de exploración del entorno. Búsqueda y gestión de la información. Métodos de análisis de la competencia.
- **Criterio de evaluación 1.1.** Adaptarse a entornos complejos y crear un proyecto personal original y generador de valor, partiendo de la valoración crítica sobre las propias aptitudes y las posibilidades creativas, haciendo hincapié en las fortalezas y debilidades y logrando progresivamente el control consciente de las emociones.
- **Criterio de evaluación 3.1.** Preservar y cuidar el entorno natural, social, cultural y artístico a partir de propuestas y actuaciones locales y globales que promuevan el desarrollo sostenible, con visión creativa, emprendedora y comprometida.
- **Criterio de evaluación 6.2.** Conocer y comprender con precisión los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios del ámbito económico y financiero, aplicándolos con coherencia a situaciones, actividades o proyectos concretos.

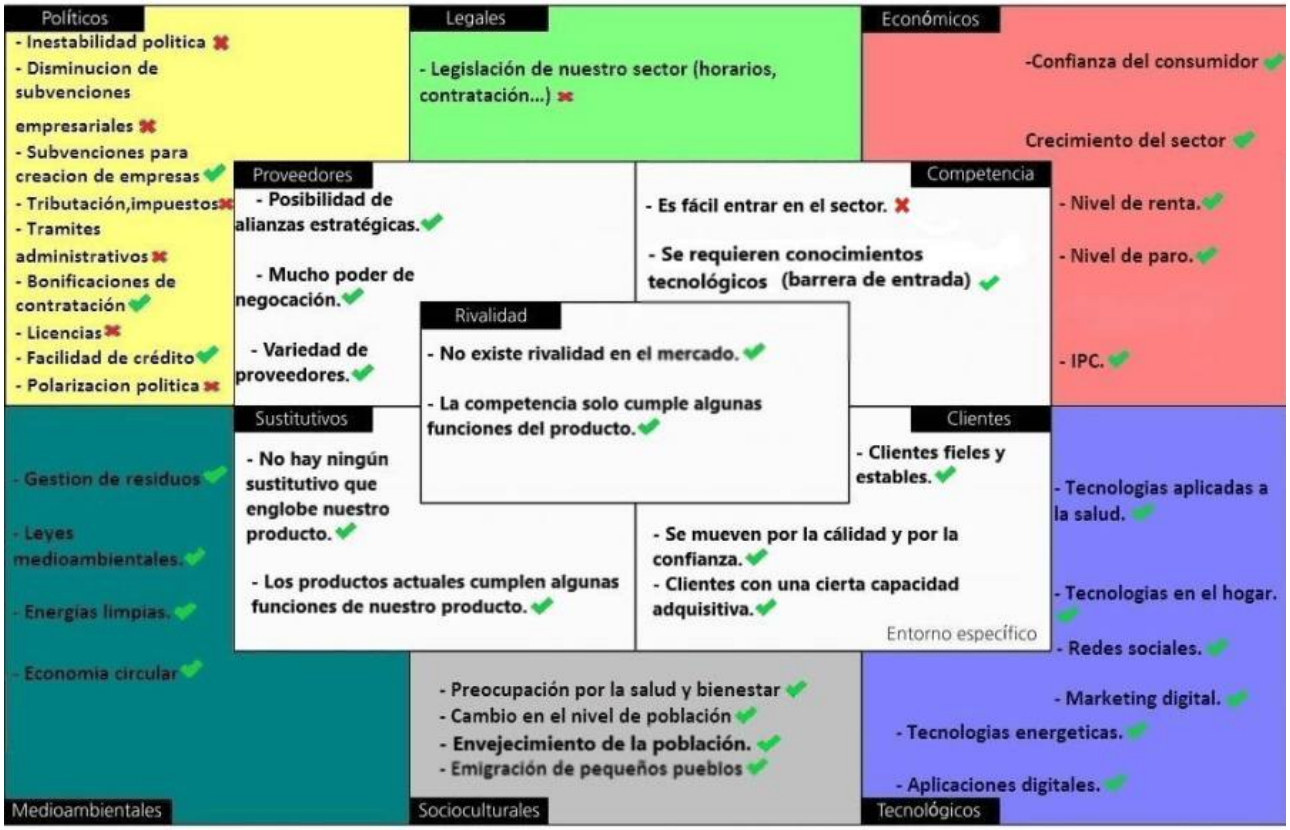
Practica y repasa

Puedes ver un vídeo que explica el entorno:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/h3j_hWJ2Kfc?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Ejemplo y plantilla

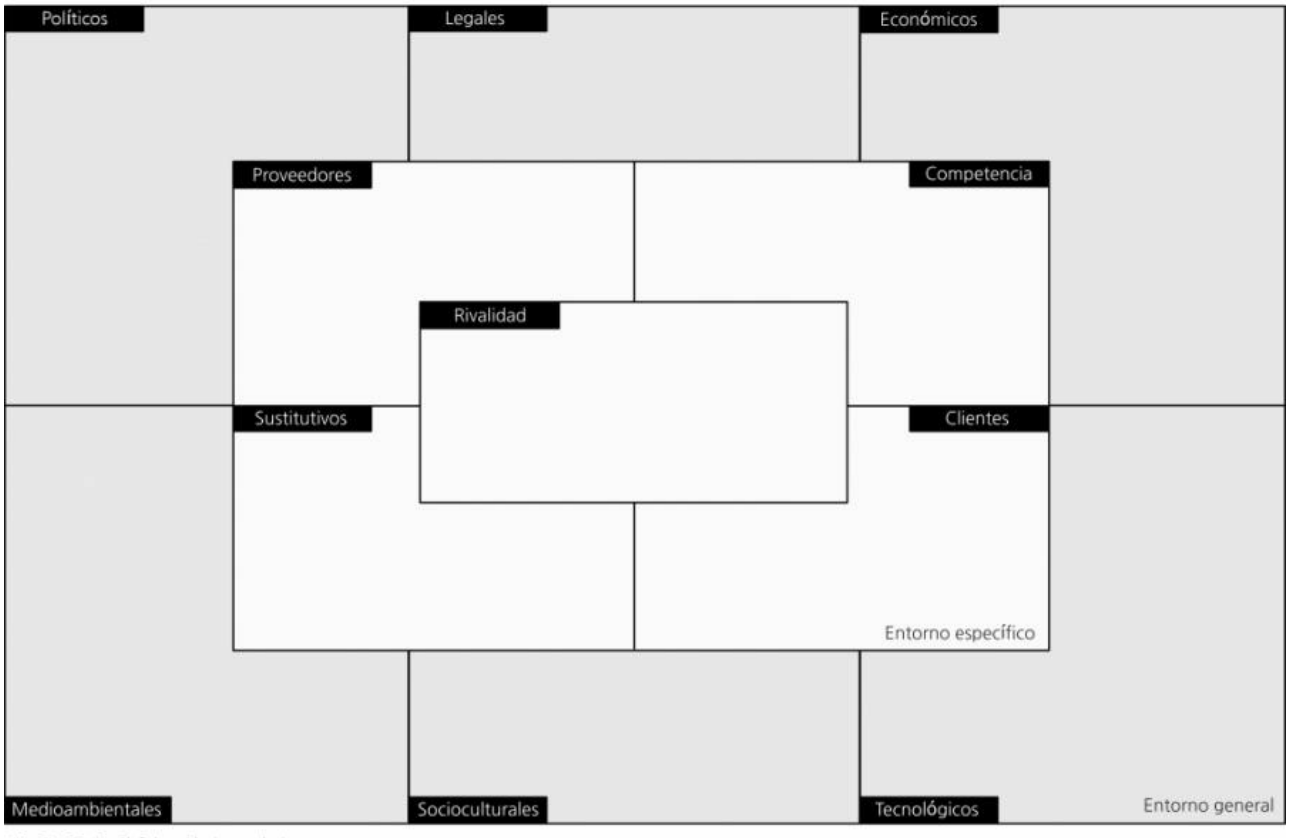
Este es un ejemplo de análisis del entorno realizado por alumnado de esta asignatura: el análisis de una empresa dedicada a la producción y venta de gadgets para personas mayores.



Diseñado por Advenio www.advenio.es
Esta obra está diseñada bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional

Aquí tienes la plantilla anterior en blanco:

ANALISIS DEL ENTORNO



Diseñado por Advenio www.advenio.es
Esta obra está diseñada bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional

Te puedes descargar el libro de la unidad en PDF:

» **Documento descargable: Libro: el entorno de la empresa:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ud-8-el-entorno.pdf

8.1. EL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA

Como vimos en la introducción del tema, el Entorno de una empresa lo forman todos los factores externos de la empresa pero que le afectan y por tanto hay que tenerlos en cuenta a la hora de tomar decisiones porque pueden ser fuentes de amenazas u oportunidades que la empresa ha de conocer.

En este apartado nos vamos a centrar en **el entorno general de la empresa**, es decir los factores externos que afectan a todas las empresas en general que cumplan unas características comunes: (zona geográfica, sector,…)

Para analizar el entorno general se suele utilizar la estrategia PESTEL, que es un acrónimo de los distintos factores que hay que analizar uno a uno:

- **P**olíticos: Decisiones políticas, Inestabilidad política, Ideología del gobierno…
- **E**conómicos: Fase del ciclo económico, Situación Mercado laboral, IPC, Tipo de interés…
- **S**ocioculturales: Tradiciones, cultura, Modas, Comportamientos sociales,…
- **T**ecnológicos: Nuevas Tecnologías de un determinado sector, Subvenciones a la innovación
- **E**cológicos o medioambientales: Tasas a la contaminación, Energías renovables,…
- **L**egales: Normativa del sector, Normativa laboral,…



Ejemplos de factores a analizar en cada uno de los apartados que forma el entorno general son los que se pueden ver en la siguiente imagen:



---

o puedes ver esta plantilla en español creada en Canva por Marta Borreguero:



TAREA: Rellena la siguiente plantilla PESTEL con los factores externos que afectan a tu idea de negocio, pon al lado una flecha hacia arriba si afectan positivamente y son oportunidades o una flecha hacia abajo si afectan negativamente y son oportunidades:

» **Documento descargable: Gráfico Análisis PESTEL PEST profesional Verde Geométrico:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/grafico-analisis-peste…

8.2. EL ENTORNO ESPECÍFICO DE LA EMPRESA

Una vez visto y analizado el entorno general vamos a pasar a analizar el entorno específico de una empresa, es decir los factores externos que afectan a la empresa analizada en particular. Cada empresa tiene un entorno específico diferente.

Al ser los factores que afectan a la empresa en particular, se puede poner delante la palabra «mi» para detectarlos, entre otros podemos distinguir:

- **Los proveedores de la empresa** (Mis proveedores): Son muchos o pocos, tienen influencia en el precio, podrían convertirse en competencia.
- **Los clientes de una empresa** (Mis clientes): Qué características tienen, son muchos o pocos,…
- **Los distribuidores de la empresa** (Mis Distribuidores)**:** Son muchos o pocos, qué margen se llevan, cómo tratan al producto en el lugar de venta…
- **La competencia de la empresa:** (Mi competencia): Quiénes son, cuántos son, qué hacen bien o mal,

cuál es su precio,…
- **Los acreedores de la empresa:** (Mis acreedores): Quiénes son, dónde están, qué condiciones me ofrecen,…

Para analizar el entorno específico se suele utilizar la estrategia de las **5 fuerzas competitivas de Porter:**

Este modelo va a mostrar el grado de competitividad del sector o industria donde opera la empresa, mostrando cómo de atractivo es el sector para nuestra empresa, para la empresa o para la entrada de posibles nuevos competidores.

Los factores que vamos a analizar van a afectar a la empresa, bien positivamente constituyendo fuentes de oportunidades que se deben aprovechar, bien negativamente siendo amenazas para la empresa que tiene que intentar evitar o combatir.

Los cinco factores o fuerzas competitivas son:

- **Existe amenaza de nuevos competidores**: Va a medir si es fácil o difícil entrar en el mercado, es decir si existen barreras de entrada que obstaculicen a nuevas empresas entrar en el sector, la empresa debe intentar crear y fortalecer las barreras de entrada, para dar desmotivar a los posible nuevos competidores y hacer que no entren, ejemplos de barreras de entradas, pueden ser:
  - **Barreras económicas:** Altos costes en infraestructuras, empresas establecidas con economías de escala
  - **Barreras Legales:** Concesiones administrativas, patentes
  - **Barreras Culturales:** Diferencias culturales al establecernos en un país muy diferente al nuestro.
  - **Barreras de conocimiento:** Se requiere un gran nivel tecnológico o científico.



- **Poder de los proveedores:** va a medir el poder real que tienen los proveedores en la industria, lo que implica la capacidad de los proveedores para fijar condiciones y precios. Si tienen mucho poder va a

afectar negativamente a la capacidad estratégica de la empresa. Este factor va a depender de:

- **El número de proveedores disponibles:** Si son pocos tendrán poder y capacidad de asociarse y será negativo para la empresa, sin embargo si hay muchos y variados, existen muchos productos sustitutivos y el gasto que supone para la empresa las compras del proveedor no es muy importante, no tendrán poder lo que es beneficioso para la empresa y para el sector.
- Para poder limitar el poder de los proveedores se tiene que intentar llegar a **alianzas** que sean beneficiosas para ambas partes.

- **Poder de los clientes:** Son capaces los clientes de negociar condiciones y precios o tienen que asumir los precios y condiciones de la empresa, esto va a depender de:
  - **El número de clientes disponibles:** Si son pocos tendrán poder y capacidad de asociarse y poder negociar condiciones, lo que será negativo para la empresa, sin embargo si existen muchos y con poco poder de negociación, se tendrán que ajustar a las condiciones y precios exigidos, lo que es beneficioso para la empresa y para el sector.
  - Cuanto mayor sea **la diferenciación y la lealtad a la marca** por parte del cliente menor será su poder, pero también hay que tener en cuenta si es fácil sustituir nuestro producto e irse a la competencia.

- **Existencia de productos sustitutivos:** Productos que cubren la misma necesidad que el nuestro y que aunque no sean competencia directa si lo son de forma indirecta y en algún momento dado podrían convertirse en rivales. habría que preguntarse:
  - **¿Cómo de bien cubre la necesidad?**
  - **¿La cubre mejor que nuestra empresa?**
  - **¿Podría llegar a ser un competidor actual?**

- **Rivalidad actual:** Como resultado de los cuatro anteriores, tenemos nuestra rivalidad o competencia actual, tenemos que tener claro que si aumenta la rivalidad, disminuye la rentabilidad y el atractivo del sector. Por lo que es muy importante hacer un buen análisis de la competencia actual.
  - **¿Quiénes son?**
  - **Puntos fuertes y débiles.**
  - En qué nos **diferenciamos** de la competencia o cómo nos podemos diferenciar.
  - ¿Cómo podemos **ser mejores** que la competencia?



Puedes ver el vídeo del epígrafe:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/h3Mkf5cYHJ4?feature=oembed&version=3&rel=1&showsearch=0&s…

TAREA: Rellena la siguiente plantilla con las 5 fuerzas competitivas de Porter de tu idea de negocio, pon al lado una flecha hacia arriba si afectan positivamente y son oportunidades o una flecha hacia abajo si afectan negativamente y son oportunidades:

» **Documento descargable: Gráfico cinco fuerzas de Porter Profesional Verde:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/02/grafico-cinco-fuerzas-…

8.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Cuando queremos emprender, no solo basta con tener una buena idea. Es fundamental conocer a nuestra competencia: ¿quiénes son?, ¿qué hacen bien?, ¿en qué podemos mejorar nosotros? En el apartado anterior, vimos que la competencia forma parte del entorno específico. Cuando se analiza la competencia no solo hay que tener en cuenta la competencia directa o aquellos que ofrecen un producto similar al nuestro, sino también los productos sustitutivos, ya que cubren la misma necesidad que nuestro producto y quién puede ser competencia futura.

En este apartado vamos a aprender **cómo analizar la competencia** utilizando métodos sencillos y prácticos. Además, incluiremos ejemplos reales y actividades para que puedas practicar lo aprendido.

La competencia son todas aquellas empresas o personas que ofrecen productos o servicios similares a los nuestros o que buscan satisfacer las mismas necesidades de los clientes.

Tipos de Competencia

- **Competencia directa**: Empresas que ofrecen el mismo producto o servicio. **Ejemplo:** McDonald's y Burger King.
- **Competencia indirecta**: Empresas que **no venden lo mism**o, pero compiten por el mismo público. **Ejemplo:** Coca-Cola (refrescos) y Zumosol (zumos de frutas).

Conocer a nuestra competencia nos permite:

- Mejorar nuestros productos o servicios.
- Identificar oportunidades en el mercado.
- Crear estrategias para diferenciarnos.

Métodos para Analizar la Competencia

Además del análisis DAFO y la estrategia de las 5 fuerzas de Porter, que vimos en apartados anteriores. Existen otros métodos más directos de analizar a la competencia como pueden ser los siguientes:

1. Observar a la competencia

Es un método basado en la observación y experiencia. Consiste en identificar quiénes son los principales competidores según nuestra percepción o conocimiento del mercado. Se debe observar cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles y debemos mejorar lo que hacen, así como diferenciarnos.

Para ello, se puede empezar haciendo una búsqueda en google de empresas que ofrezcan un servicio similar al nuestro, leer las reseñas de los clientes y visitar sus establecimientos.

Ejemplo práctico: Si quieres abrir una tienda de ropa deportiva en tu barrio, puedes visitar otras tiendas similares para observar qué marcas venden, Cuáles son sus precios y cómo atienden a los clientes.

ACTIVIDAD: Quieres abrir una cafetería en tu pueblo, para ello debes analizar a la competencia. Realiza las siguientes actividades:

PASO 1: Indica en un mapa de tu pueblo donde están situadas las distintas cafeterías.

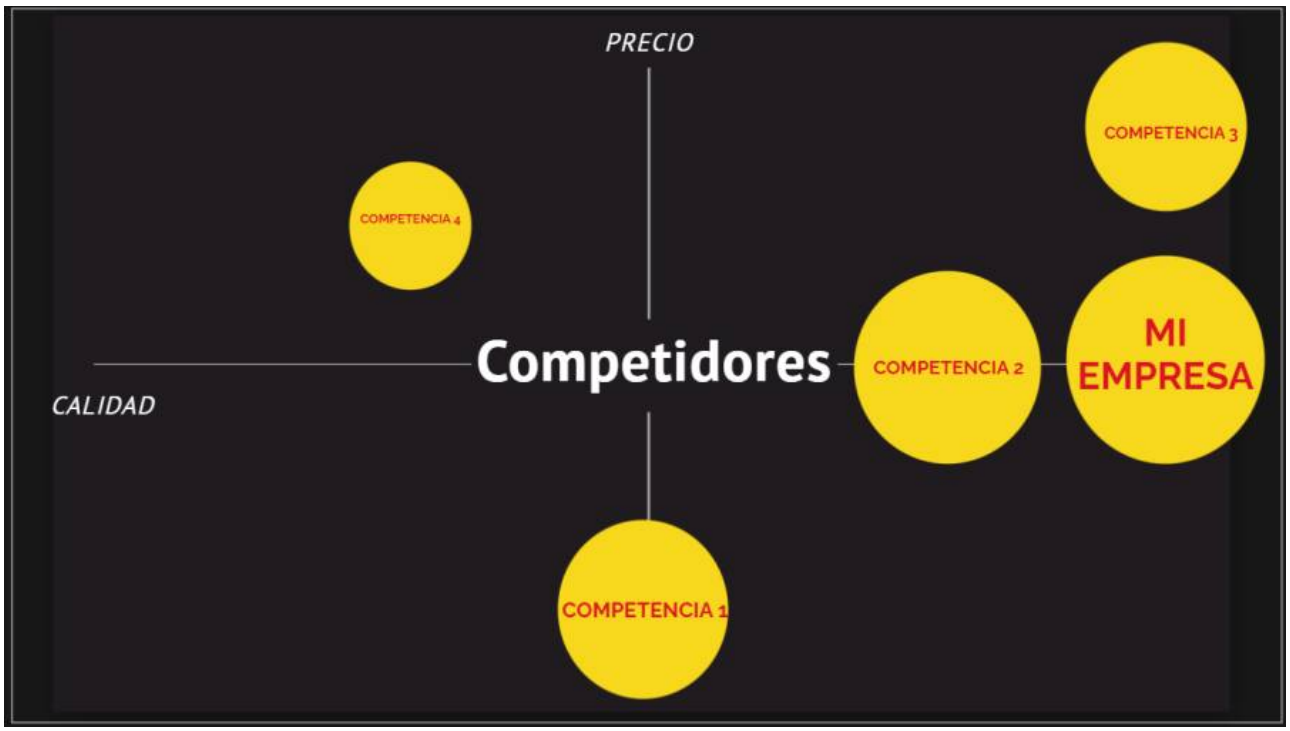
PASO 2: Rellena una tabla similar a la adjunta donde indiques, sus puntos fuertes, débiles , así como el precio medio de los productos más importantes. Puedes ver las reseñas de Google, o visitar los establecimientos

PASO 3: Diseña una estrategia de diferenciación para tu cafetería, mejorando algunos aspectos de la competencia, debes comparar tu negocio con el de la competencia.

---

2. Mapa de posicionamiento

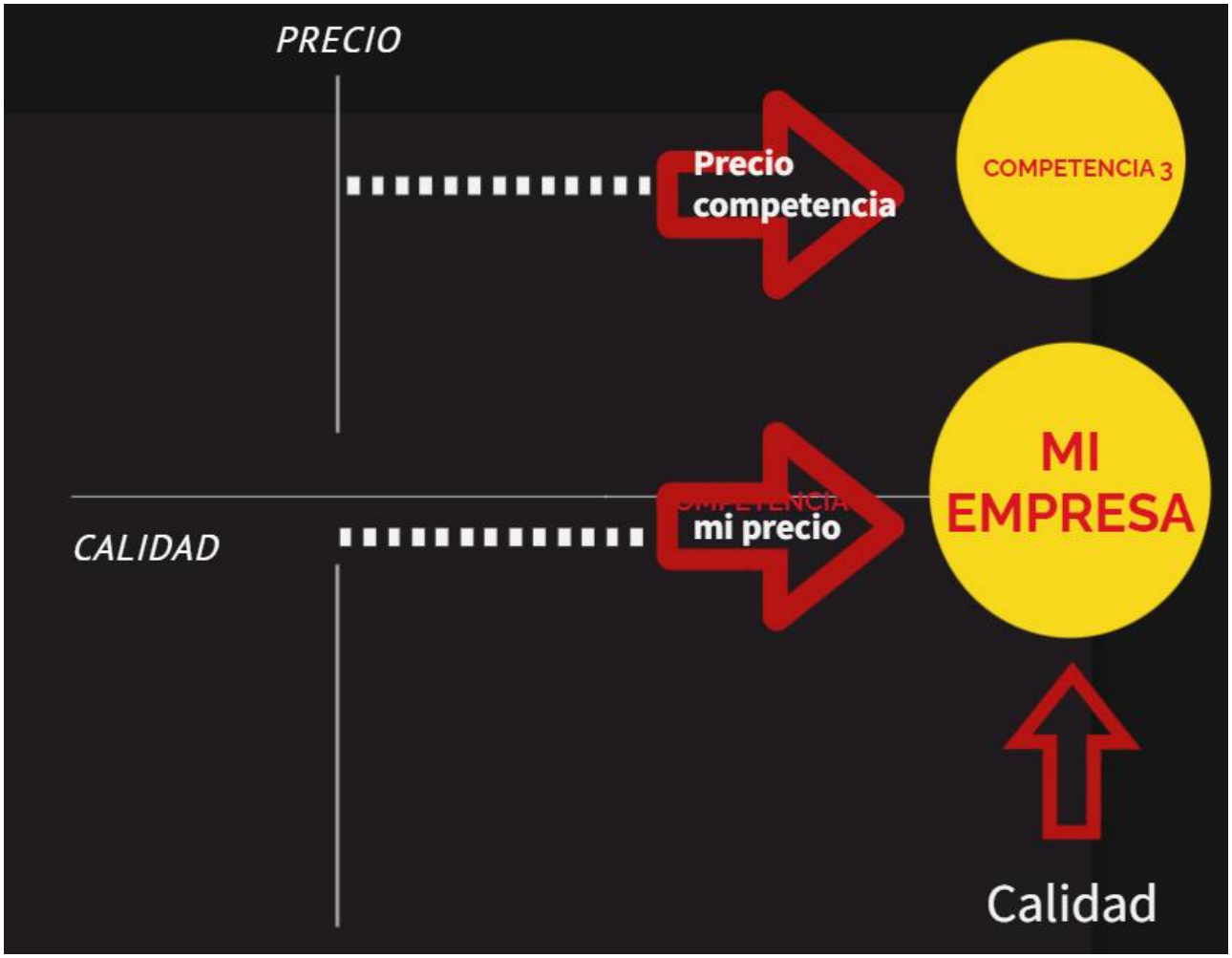
Este método se basa en colocar en un gráfico a mi empresa y a las de la competencia según dos criterios, ello nos permitirá buscar nichos de mercado interesantes que todavía no están cubiertos. Normalmente las variables suelen ser el precio en un eje y la calidad en otro.



ACTIVIDAD: Haz un mapa de posicionamiento con las cafeterías analizadas de la actividad anterior

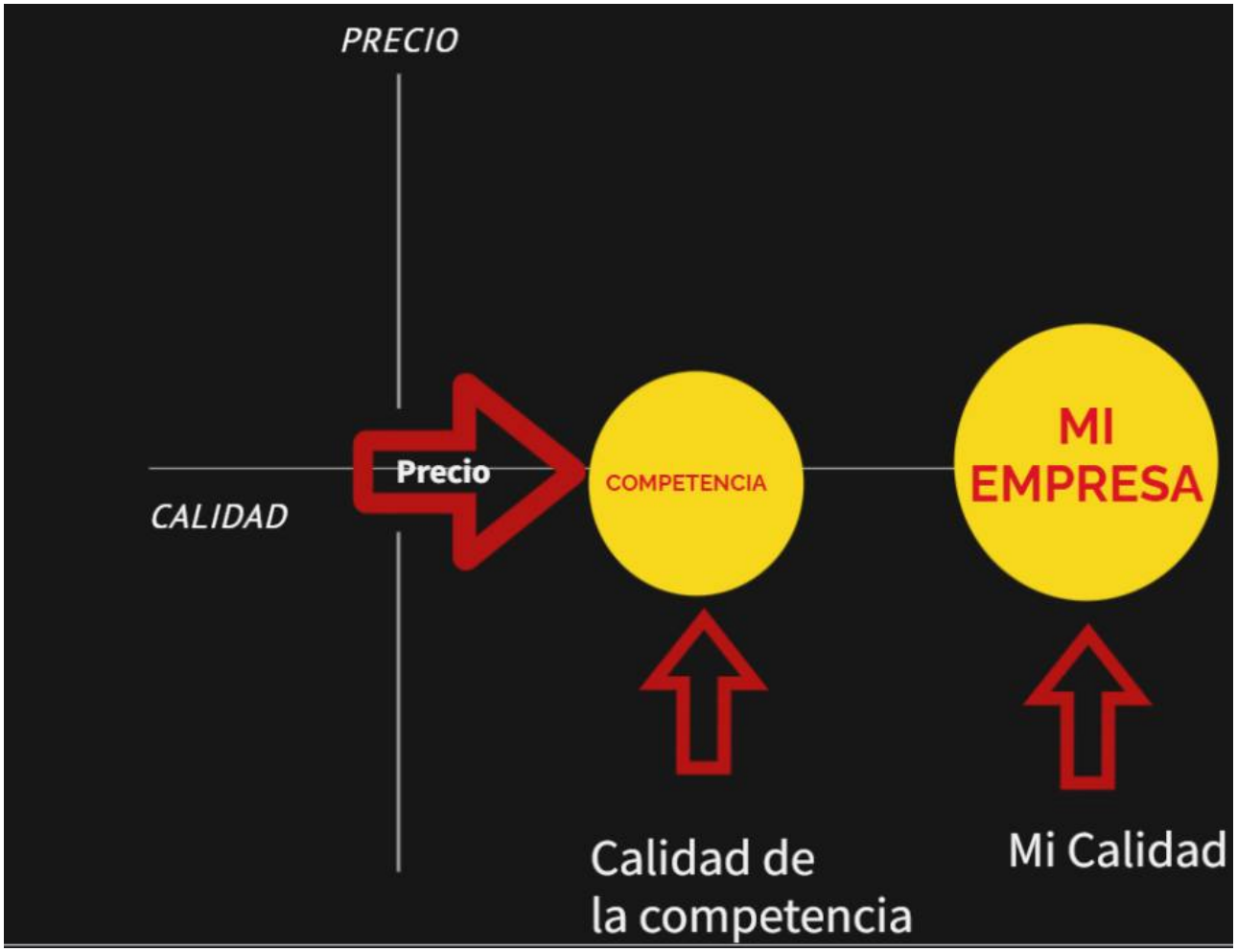
Se siguen **estrategias de posicionamiento respecto a la competencia coherentes**:

Por ejemplo, si se ofrece **la misma calidad por menos dinero**:



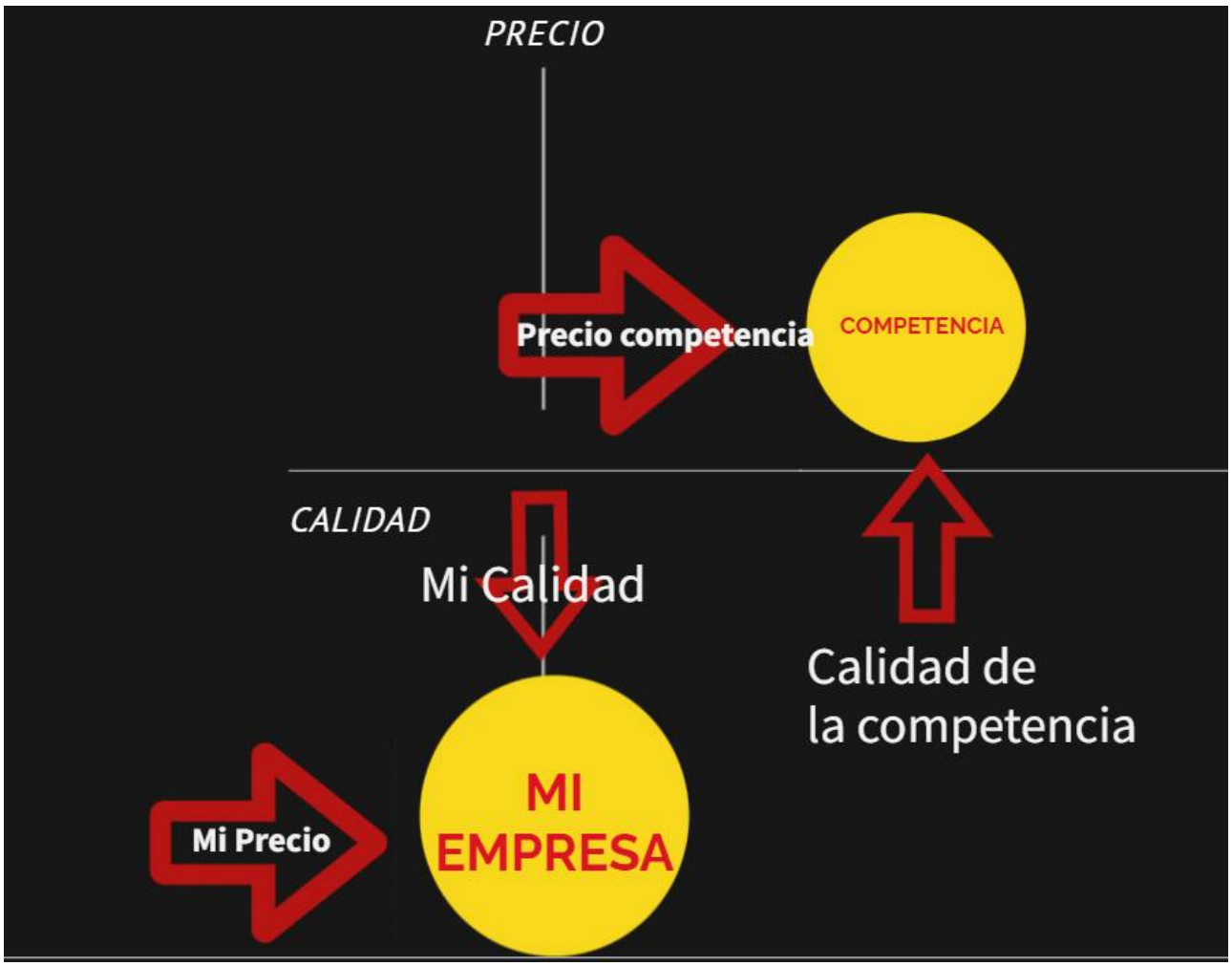
Empresas que siguen este posicionamiento son por ejemplo Mercadona que con sus productos de marca blanca busca ofrecer la misma calidad que marcas conocidas pero a un precio menor.

Otra estrategia coherente es ofrecer más calidad por el mismo dinero, es decir ofrecer productos con más o mejores prestaciones que la competencia pero sin cobrar un precio adicional.



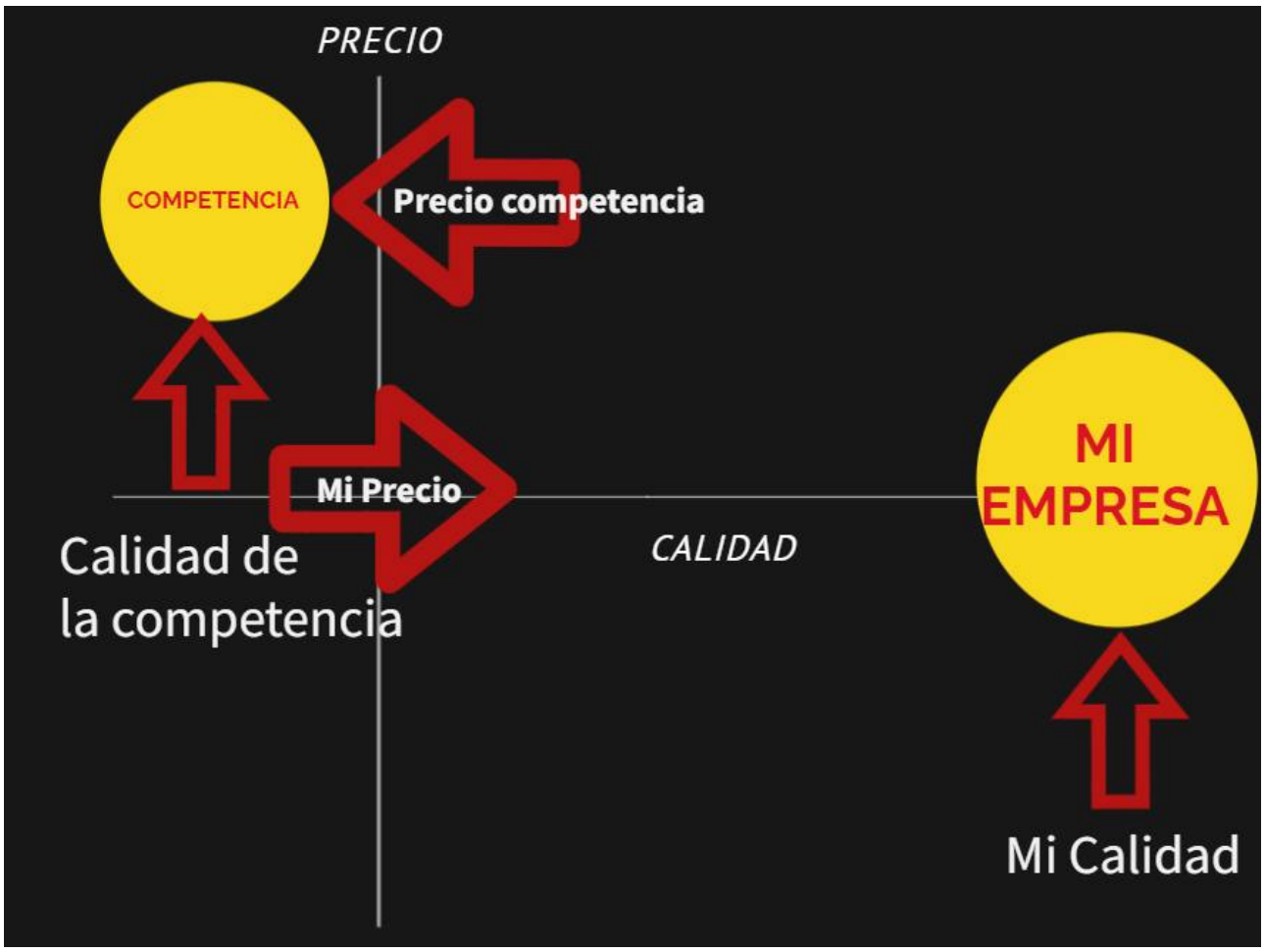
Ejemplos con este tipo de posicionamiento es por ejemplo los coches KIA que ofrecen una garantía mayor y equipamiento completo al mismo precio que sus competidores de gama.

La estrategia de posicionamiento «low cost» consiste en posicionar la empresa con una imagen de que el producto vale mucho menos y nos está ofreciendo menos pero sin quitar las funcionalidades del producto.



Empresas que siguen esta estrategia son las aerolíneas de bajo coste o por ejemplo los modelos de coche Dacia, (es un coche sin extras, pero barato).

Pero también existen **estrategias no coherentes** y hay que tener cuidado con que el cliente no nos sitúe ahí, por ejemplo: peor calidad y precio mayor.



Ejemplos de **este mal posicionamiento** son empresas que consideran que una marca se vende sola y no cuidan la calidad, o algunas tiendas de barrio que venden los mismos productos pero mucho más caros y sin ningún valor añadido, incluso con peor calidad, como con las devoluciones que no te devuelven el dinero.

ACTIVIDAD: Una vez que has hecho el mapa de posicionamiento, indica dónde quieres posicionar a tu empresa y por qué

El siguiente vídeo realizado con IA resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/ooyXjeGCzrQ?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

UD 9: EL PROTOTIPO

En este tema veremos cómo, a partir de una idea de negocio, se crea un prototipo de forma rápida (ágil) que nos permita validar la idea y pivotarla si fuera necesario.

Saberes básicos y criterios de evaluación

- **ECE.4.D.2.** Planificación, gestión y ejecución de un proyecto emprendedor. Del reto al prototipo.
- **ECE.4.D.3.** Desarrollo ágil de producto.
- **ECE.4.D.4.** Técnicas y herramientas de prototipado rápido.
- **ECE.4.D.6.** Presentación e introducción del prototipo en el entorno. Estrategias de difusión.
- **ECE.4.D.7.** Validación y testado de prototipos. Valoración del proceso de trabajo. Innovación ágil.
- **ECE.4.D.8.** El usuario como destinatario final del prototipo. La toma de decisiones de los usuarios. El usuario como consumidor. Derechos y obligaciones de los consumidores.
- **ECE.4.D.9.** Derechos sobre el prototipo: la propiedad intelectual e industrial.
- **Criterio de evaluación 3.3.** Aplicar metodologías ágiles siguiendo los criterios y pautas establecidos en el proceso de construcción de ideas creativas y sostenibles que faciliten la superación de los retos planteados y la obtención de soluciones a las necesidades detectadas con sentido ético y solidario.
- **Criterio de evaluación 5.2.** Presentar y exponer, con claridad y coherencia, las ideas y soluciones creativas, valorando la importancia de mantener una comunicación eficaz y respetuosa a lo largo de todo el proceso llevado a cabo.
- **Criterio de evaluación 6.1.** Desarrollar una idea o solución emprendedora a partir de los conocimientos, destrezas y actitudes adquiridos desde el ámbito de la economía y las finanzas, viendo la relación entre estos y los recursos necesarios y disponibles que permitieran su desarrollo.
- **Criterio de evaluación 7.1.** Valorar la contribución del prototipo final, tanto para el aprendizaje como para el desarrollo personal y colectivo, evaluando de manera crítica y ética todas las fases del proceso llevado a cabo, así como la adecuación de las estrategias empleadas en la construcción del mismo.
- **Criterio de evaluación 7.2.** Analizar de manera crítica el proceso de diseño y ejecución llevado a cabo en la realización de los prototipos creados, estableciendo comparaciones entre la efectividad, viabilidad y adecuación lograda en los procesos y los resultados obtenidos.
- **Criterio de evaluación 7.3.** Utilizar estrategias eficaces de diseño y ejecución seleccionando aquellas que faciliten la construcción del prototipo final de manera ágil, cooperativa y autónoma.

Practica y repasa

Te puedes descargar el libro de la unidad en PDF:

» **Documento descargable: Libro: el prototipo:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ud-9-el-prototipo.pdf

9.1. PLANIFICACIÓN DE UN PROYECTO.

Para llevar a cabo un proyecto hay que diseñar un plan de acción que nos indique los pasos o tareas que se van a llevar a cabo, así como los responsables y el plazo de ejecución.

Un cronograma es una herramienta visual que muestra de manera ordenada y detallada las tareas, actividades o eventos que deben llevarse a cabo en un proyecto o plan determinado a lo largo del tiempo. Suele representarse en forma de tabla o diagrama, donde se especifican las fechas de inicio y finalización de cada actividad, así como la duración estimada de las mismas.

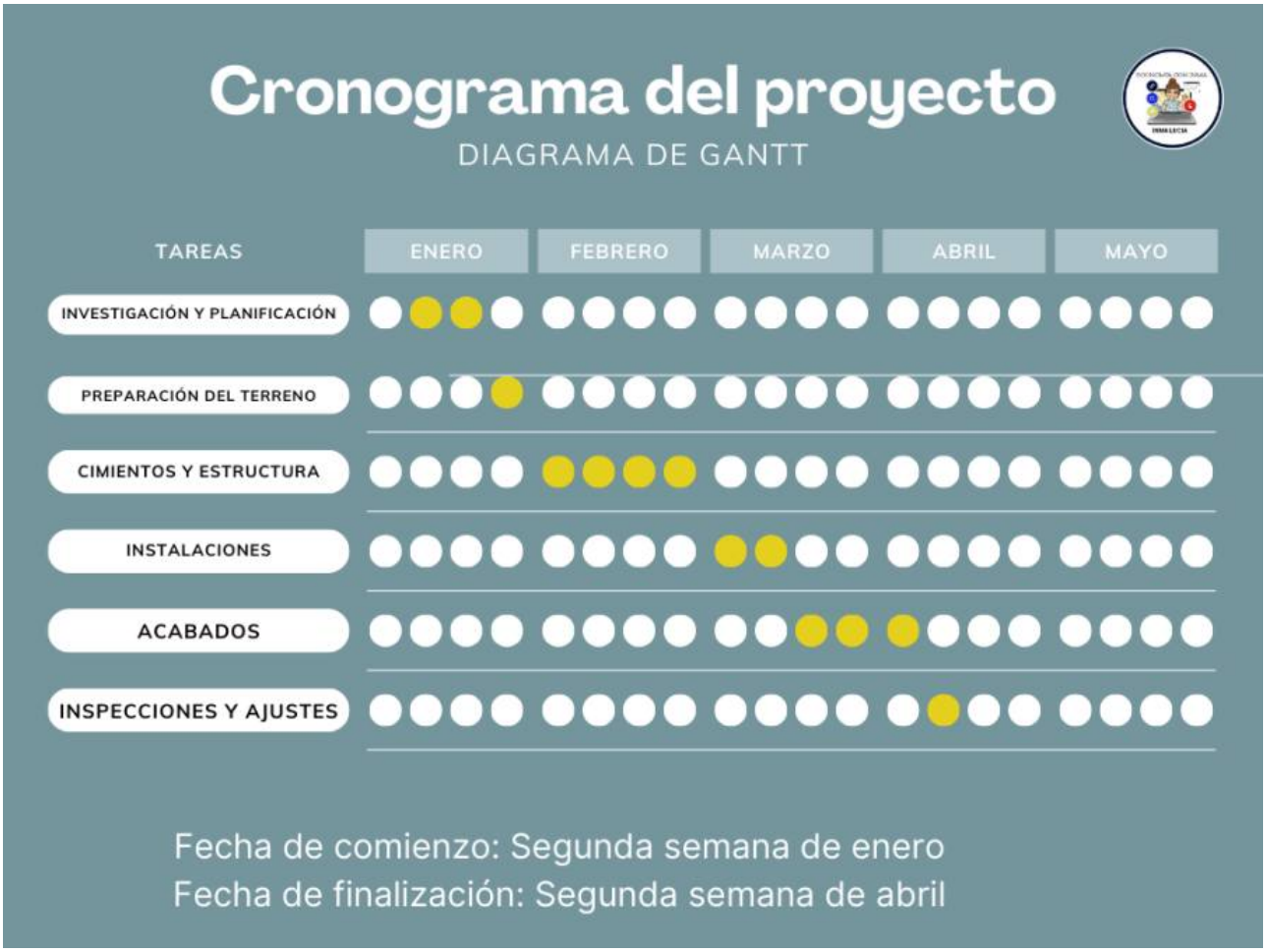
El objetivo principal de un cronograma es facilitar la planificación, coordinación y seguimiento de las actividades, permitiendo a los responsables del proyecto visualizar de manera clara y precisa cuándo deben realizarse las diferentes tareas para cumplir con los plazos establecidos. De esta manera, un cronograma ayuda a evitar retrasos, identificar posibles conflictos de horarios y optimizar la gestión del tiempo y los recursos disponibles en el proyecto.

Para elaborarlo se han de seguir los siguientes pasos:

1. **Identificar las actividades**: Enumera todas las tareas necesarias para completar el proyecto.
2. **Establecer la secuencia**: Define el orden en que deben realizarse las actividades.
3. **Estimar la duración**: Asigna una duración estimada a cada tarea, cuando será su comienzo y finalización
4. **Organizar las tareas en un orden lógico**, asegurándose de que no haya superposiciones ni conflictos en el tiempo, por ejemplo en un diagrama de Gantt
5. **Asignar recursos**: Determina los recursos necesarios para cada actividad tanto humanos como materiales o inmateriales.
6. **Seguimiento al cronograma regularmente**, realizando ajustes según sea necesario para adaptarse a cambios imprevistos o retrasos

Por ejemplo, para construir una casa tenemos que dar los siguientes pasos:

1. **Investigación y planificación (2 semanas)**
   - Investigar requisitos legales y normativos.
   - Definir el presupuesto y los diseños iniciales.
   - Obtener permisos de construcción.
2. **Preparación del terreno (1 semana)**
   - Limpieza del terreno.
   - Marcado de las áreas de excavación.
3. **Cimientos y estructura (4 semanas)**
   - Excavación y vertido de cimientos.
   - Construcción de muros y estructura.
4. **Instalaciones (2 semanas)**
   - Instalación de fontanería y electricidad.
5. **Acabados (3 semanas)**
   - Colocación de suelos y revestimientos.
   - Pintura y acabados finales.
6. **Inspecciones y ajustes (1 semana)**
   - Inspecciones finales.
   - Realización de ajustes necesarios.



Otra forma de realizarlo es con una plantilla del programa de hojas de cálculo excell, como se puede ver en el pdf siguiente:

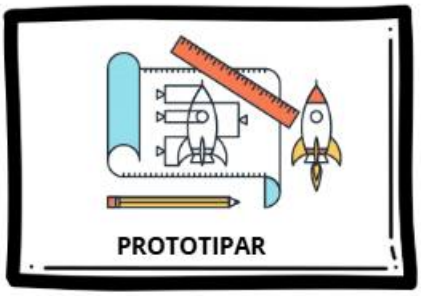
» **Documento descargable: Diagrama-de-Gantt-simple1:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/1af21-diagrama-de-gant...

TAREA: Planifica las tareas que has de llevar a cabo para poner en marcha tu proyecto, estima su duración , realizando el cronograma del proyecto

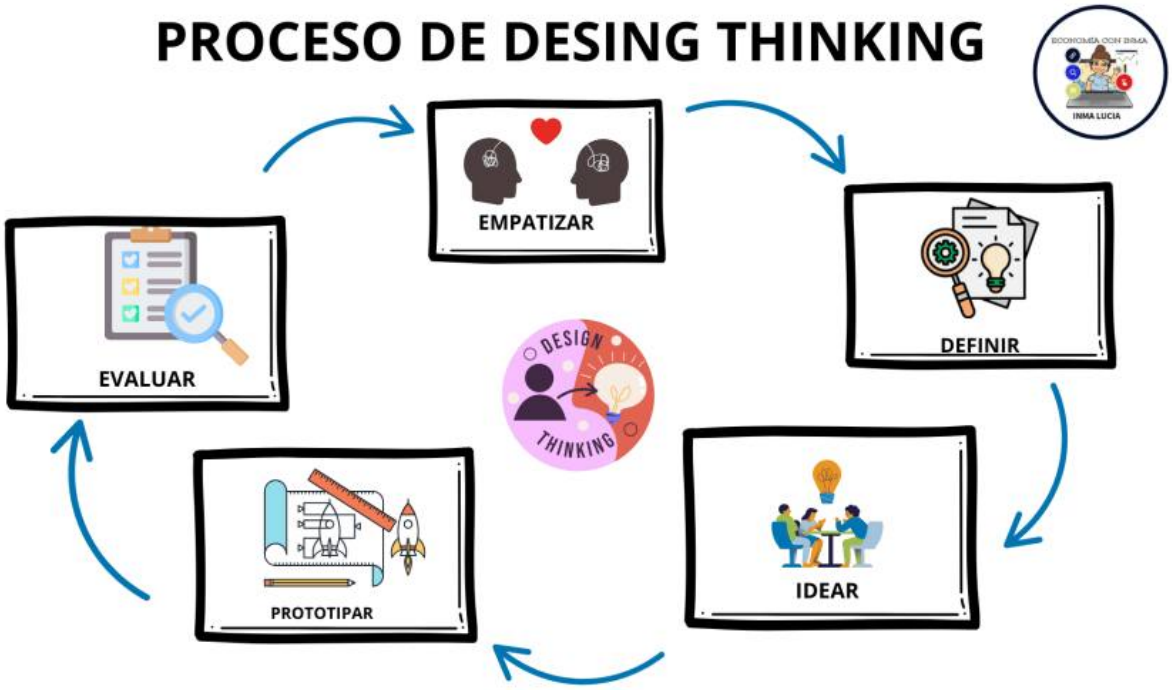
9.2. DEL RETO AL PROTOTIPO

Una vez que tenemos una idea y hemos investigado el entorno para ver si nuestra idea es viable, vamos a prototipar nuestra idea de negocio.

Para ello es necesario, realizar un prototipo que tenga las características de nuestra idea o servicio pero que sea rápido de realizar y de bajo coste, este prototipo se conocerá como **Producto Mínimo Viable**, y nos permitirá validar nuestra idea de negocio con nuestros potenciales usuarios y clientes. Se corresponde con la etapa de Prototipar y Evaluar del proceso de Design Thinking.







PROTOTIPO DE NUESTRO BIEN O SERVICIO

El primer paso para prototipar nuestro bien o servicio es entender cómo va a funcionar y qué partes va a tener, así como de qué materiales y piezas va a estar compuesto.

Empezaremos indicando las distintas partes que componen nuestro producto o servicio y qué función va a tener dentro del global.

PARTES DE NUESTRO PRODUCTO	FUNCIONES	MATERIALES Y ELEMENTOS QUE LO COMPONEN	CÓMO SE RELACIONA CON LOS OTROS ELEMENTOS

A la vez que hacemos la tabla anterior podemos ir diseñando un prototipo, bien dibujándolo, bien con lego o con otros materiales (cartulinas, plastilina,…) que permitan hacer una maqueta y explicarlo

---

Te mostramos tres ejemplos de prototipado realizado por alumnado de esta materia y un ejemplo de un taller de prototipado.

EJEMPLO 1: PROTOTIPADO

En el siguiente pdf tienes un ejemplo de un prototipo de un bolígrafo capaz de detectar faltas, realizado por alumnado de 2º de Bachillerato en la asignatura de FAG:

» **Documento descargable: PROTOTIPO-STYLO:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/c25f0-prototipo-stylo.pdf

---

EJEMPLO 2: PROTOTIPADO

En las el siguiente pdf puedes ver el diseño de un restaurante con huerto propio y una cocina diáfana y el diseño de la carta:

» **Documento descargable: quenea-prototipo:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/de9c1-quenea-prototipo…

EJEMPLO 3: PROTOTIPADO

En el siguiente pdf puedes ver el diseño de un gimnasio para niños hecho con lego, con su cuadrante de actividades y horarios:

» **Documento descargable: PLANOS-Y-ACTIVIDADES:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/11/2bd9a-planos-y-activid…

EJEMPLO 4: PROTOTIPADO

En la siguiente imagen puedes ver el diseño de un vestido para ocasiones especiales, basado en el concepto de la diseñadora Fely Campo pero con un toque Andaluz, que se hizo en un taller de prototipado en situaciones VUCA de Blanca Cañamero, se utilizó Cartulina y distintos tipos de papeles:



Si se quiere prototipar una página web se puede hacer con las siguientes aplicaciones, esto nos permitirá realizar una páginade manera rápida que permita llevarla a los usuarios:

- Google Sites
- Wix
- WordPress

Ejemplos de página realizada con Wix:

- https://quenea.wixsite.com/quenea/
- https://cohousingcompany.wixsite.com/website
- https://miguia17.wixsite.com/website-3

Si lo que se pretende prototipar es una app, se puede utilizar el programa Canva o Marvelapp:

https://marvelapp.com/prototype/114gcj5e/screen/96624775

El nombre que recibe este boceto de una web o app es lo que se conoce como mockapp.

RETO FINAL

Como reto final debes realizar el prototipo de tu bien o servicio, explicando con detalle su diseño y funcionamiento.

9.3. PRESENTACIÓN E INTRODUCCIÓN DEL PROTOTIPO EN EL ENTORNO

Una vez que hemos analizado nuestra idea y realizado un Prototipo Mínimo Viable (PMV), es hora de presentar la idea de negocio, vamos a hacerlo en dos fases, primero reuniremos toda la información de nuestro proyecto en una ficha de proceso o de Marketing, que nos permitirá tener las ideas claras para posteriormente comunicar nuestro proyecto. Posteriormente para ver su aceptación por los agentes relacionados, se realizarán presentaciones, entrevistas en profundidad o dinámicas de grupo, siempre adaptadas al tipo de público al que se presenta el proyecto.

FICHA DE PROCESO O MARKETING

Con esta herramienta se va a sintetizar el proyecto y la solución en una sola hoja, de manera que nos permita acercarnos y conocer el problema en profundidas y ser capaces de explicarlo de manera sintética.

Podemos utilizar la ficha del reto The Challengue de Educaixa que se ve a continuación, explicando cada uno de los pasos según la guía del programa y con una plantilla en blanco para rellenar:

» **Documento descargable: FICHA DE MARKETING:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ficha-de-marketing.pdf

---

TAREA: Realiza la ficha de Marketing de tu problema-Solución

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN AUDIENCIA

INVERSORES:

Por ejemplo, si nuestra idea de negocio se va a presentar a **potenciales inversores**, habrá que demostrar la viabilidad del proyecto con datos de costes y proyecciones de mercado, tanto de la demanda como de ingresos estimados y Beneficios.

El programa de RTVE «Tu oportunidad», muestra cómo emprendedores buscan financiación y socios presentando su proyecto, en el siguiente vídeo se muestra el programa de la presentación de un proyecto de una panadería con harinas de calidad:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/5gs-vnpcZ8Q?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Aunque la idea no se presenta a inversores es habitual en los concursos de emprendimiento, tener que presentar una idea a un jurado. Estas presentaciones suelen ser cortas teniendo que resumir la información en 3 minutos.

Otra técnica para hacer una presentación breve es la conocida como **elevator pitch o charla de ascensor q**ue se basa en contar la idea en el tiempo en lo que un ascensor hace su trayecto. es decir en unos 20 segundos, para ello debes ser muy concreto y enfocarte bien en la idea que quieres transmitir. Puedes ver el siguiente vídeo:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/2b3xG_YjgvI?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

Una presentación debe acompañar el discurso pero nunca debe hacer de guion, por ello se recomienda el uso imágenes acompañadas de palabras clave, para que no haya tentación de poner mucho texto y leer.

La organización puede seguir la estructura del círculo de SINEK:

- Explica el por qué de la idea
- Explica cómo pretendes llevarla a cabo
- Explica qué productos o servicios vais a vender



CONSEJOS DE EXPRESIÓN NO VERBAL:

Para mejorar la expresión no verbal, lo mejor es practicar delante de familiares, amigos o grabarse.

- Voz alta, clara y con buena vocalización.
- No leer, llevar notas en cuartillas con las ideas claves
- Haz paradas en las cosas importantes.
- Manos entre la cintura y los hombros y visibles
- Utiliza las manos para señalar, enumerar y acompañar tu discurso
- Cuidado con el balanceo de piernas y con tocarse excesivamente el pelo, la cara o la ropa

---

USUARIOS

La primera manera de llegar a los usuarios es a través de nuestro entorno más cercano, familiares,

amigos, compañeros y organizaciones locales, a través de ellos se puede empezar a difundir nuestro proyecto y empezar a tener las primeras validaciones.

Otra manera de introducir nuestra idea de negocio en los usuarios es mediante las redes sociales, dando a conocer la idea y el problema que resuelve y ver si consigue interés por parte de los usuarios, a través de followers y likes o influencers que promocionen nuestra idea.

También se puede presentar nuestra idea en ferias de emprendimiento, teniendo que diseñar el stand, folletos y explicando el prototipo y la idea de negocio a los visitantes.

En el próximo apartado veremos cómo validar la idea con los usuarios potenciales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se puede crear un Kit con infografías en 3D del prototipo, por ejemplo realizadas con Tinkercad, dar testimonios reales de pruebas realizadas en Beta (pruebas del prototipo)

TAREA: Tienes 3 minutos para contar tu idea de negocio a tus compañeros, puedes acompañarte si quieres de una breve presentación. Se evaluará tu exposición con la siguiente rúbrica

Aspecto	Excelente	Bien	Mejorable	Muy mejorable
Gestión del tiempo (15%)	Gestiona el tiempo adecuadamente (cadencia, ritmo equilibrado, etc.)	La presentación se ha ajustado al tiempo preestablecido, pero el ritmo no ha sido el adecuado	Se ha excedido o le falta algo de tiempo pero no en exceso	Ha terminado muy pronto o ha utilizado mucho más tiempo del previsto
Organización (15%)	La estructura se ajusta a los requisitos exigidos (introducción atractiva, contenido bien ejecutado, explicando el problema y la solución o idea de negocio, final contundente)	La estructura no se ajusta del todo a los requisitos exigidos (Introducción atractiva, contenido bien ejecutado, final contundente)	La estructura no se ajusta a los requisitos exigidos (Introducción atractiva, desarrollo bien ejecutado, final contundente)	La exposición carece de estructura
Vocabulario y contenido adecuado (25%)	Es capaz de utilizar un vocabulario técnico amplio y sin errores, dando datos solidos y fiables	Utiliza vocabulario técnico, aunque comete algún error puntual, da datos solidos y fiables	Utiliza un vocabulario científico-técnico limitado, no da datos o los que da no son fiables	Utiliza un vocabulario limitado o común y repite palabras (redundante)
Claridad Expositiva (10%)	Modula, vocaliza y se expresa con claridad, de forma que consigue mantener la atención de la audiencia a lo largo de la presentación.	La mayor parte de la exposición es adecuada, utilizando un tono de voz expresivo para mantener la atención de la audiencia.	Varias partes de la exposición son poco claras o inaudibles. Intenta utilizar un tono de voz expresivo, pero se desconcentra.	Varias partes de la intervención son poco claras o inaudibles. Utiliza un tono de voz monótono y pierde la atención de la audiencia.
Expresión no verbal (10%)	Buena postura, gestos apropiados y mantiene contacto visual con toda la audiencia	Ocasionalmente no utiliza la postura adecuada y pierde el contacto visual con parte de la audiencia.	Se dirige solo a una parte de la audiencia e ignora al resto	La postura, gestos y contacto visual son inadecuados
Coherencia en las respuestas (25%)	Responde con coherencia y seguridad a todas las preguntas	Responde a gran parte de las preguntas con coherencia y seguridad	Recoge las preguntas de la audiencia pero muestra dificultades para responderlas	Recoge las preguntas de la audiencia pero muestra dificultades para responderlas

9.4. VALIDACIÓN Y TESTADO DEL PROTOTIPO

En la fase de validación del prototipo se busca el feedback o la valoración de los potenciales usuarios para se capaces de pivotar y llegar a una solución definitiva que se pueda llevar al mercado. En esta fase se ha de comprobar que el prototipo se ajusta a las necesidades detectadas de los clientes y que resuelve el problema o reto planteado.

Para validar el prototipo, haremos una matriz de validación del prototipo con el usuario mediante entrevistas en profundidad o focus group.

MATRIZ DE VALIDACIÓN

La matriz de validación es una tabla donde en las filas se indica cada una de las funcionalidades del prototipo que queremos testar con los usuarios y en las columnas se indican cada una de las técnicas que vamos a utilizar para testar el prototipo.

En la siguiente imagen tienes una plantilla de matriz de validación:

» **Documento descargable: VALIDACIÓN:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/validacion.pdf

---

Después de validar el prototipo o la solución tendremos que decidir si se va a seguir con el proyecto, si se va a abandonar por no ser viable o no resolver correctamente el problema o si se va a pivotar para adaptar mejor sus funcionalidades a los usuarios.

Pasaremos a ver las principales técnicas de validación:

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Una entrevista en profundidad es una entrevista donde se pretende obtener información cualitativa respecto al prototipo con la idea de validar su funcionamiento y cómo resuelve el problema, así como para ver lo que no funciona y las propuestas de mejoras de los clientes.

Las entrevistas se divide en tres fases clave:

1. Preparación de la entrevista

- **Definir objetivos**: Identificar qué aspectos del prototipo necesitan validación (usabilidad, funcionalidad, diseño)
- **Reclutar participantes**: Seleccionar usuarios que representen al público objetivo, usando *screener questions* para filtrar por experiencia o demografía. Estas preguntas actúan como **filtro de calidad** en la fase previa a entrevistas en profundidad o tests de usabilidad, asegurando que los insights obtenidos sean representativos y tengan valor. Ejemplos de screener questions se pueden ver en la tabla:

Categoría	Ejemplo	Finalidad
Demográficas	*«¿Cuál es su rango de edad?»*	Segmentar por variables básicas
Conductuales	*«¿Cuántas veces al mes compra productos orgánicos?»*	Validar hábitos reales

Categoría	Ejemplo	Finalidad
De exclusión	*«¿Participó en un estudio similar en los últimos 3 meses?»*	Evitar contaminación de datos

- **Elaborar guía de entrevista**:
  - **Preguntas de calentamiento**: *«¿Qué te viene a la mente cuando piensas en [producto similar]?»*
  - **Preguntas centrales**: Enfocadas en interacción, problemas o necesidades no cubiertas al interactuar con el prototipo y percepción de valor.
  - **Cierre**: *«¿Hay algo más que quisieras compartir?»*.

2. Ejecución de la entrevista

- **Técnicas clave**:
  - **Protocolo «think-aloud»**: Pedir al usuario verbalizar sus pensamientos mientras usa el prototipo.
  - **Observación no intrusiva**: Registrar lenguaje corporal y puntos de fricción.
- **Estructura recomendada**:

Fase	Duración	Objetivo
Introducción	5 min	Romper el hielo y explicar el proceso
Exploración	20 min	Interacción con el prototipo + preguntas abiertas
Profundización	15 min	Seguimiento de insights clave
Cierre	5 min	Agradecimiento y preguntas finales

3. Preguntas estratégicas

Usabilidad:

- *«¿Cómo describirías la facilidad para completar [tarea específica]?»*
- *«¿Qué elementos te resultaron confusos?»*

Funcionalidad:

- *«¿Alguna función respondió de manera inesperada?»*
- *«Si pudieras añadir una característica, ¿cuál sería?»*

Diseño:

- *«¿Qué opinas de la disposición de los menús?»*
- *«¿Cómo calificarías la estética visual?»*

Validación de mercado:

- *«¿Prefieres este prototipo frente a [competidor]? ¿Por qué?»*
- *«¿Recomendarías este producto a otros?»*

4. Análisis post-entrevista

- **Codificación temática**: Identificar patrones como «problemas de navegación» o «funciones destacadas»

- **Matriz de priorización**: Clasificar feedback por impacto (alto/bajo) y viabilidad de implementación

Ejemplo de insight accionable:

> *«El 70% de usuarios tuvo dificultades para encontrar el botón de compra, sugiriendo cambios en el color o ubicación»*

FOCUS GROUP

El focus group o grupos de discusión funcionan de manera similar a las entrevistas en profundidad. Este proceso combina **observación grupal** con **análisis de percepciones** para optimizar diseños antes del lanzamiento.

Para realizar un focus group hay que seleccionar un grupo de máximo 10 personas (entre 6 y 10) que representen al público objetivo, para ello se pueden usar las screening questions de las que hemos hablado anteriormente. Es aconsejable grabar las sesiones para poder visualizarlas después.

La estructura recomendada puede ser la siguiente:

Etapa	Duración	Actividades
Introducción	5-10 min	Presentación del objetivo y normas de participación
Interacción con prototipo	30-40 min	Prueba guiada + observación de uso
Debate grupal	30-45 min	Discusión sobre experiencias y percepciones
Cierre	10 min	Agradecimiento y entrega de incentivos

El siguiente vídeo de Ted-ed nos explica qué es un focus-group y su utilidad:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/3TwgVQIZPsw?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

En el siguiente vídeo de los simpsoms se ve un ejemplo de focus group, testando en niños el programa de dibujos animados «rasca y pica»

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/60hp_SMwa7g?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE / CUSTOMER JOURNEY MAP

Un **Customer Journey Map (CJM)** es una herramienta visual que identifica **puntos críticos de interacción** entre usuarios y un producto, permitiendo detectar oportunidades de mejora. Se estructura en 5 fases clave:

Un **Customer Journey Map (CJM)** para validar prototipos es una herramienta visual que identifica **puntos críticos de interacción** entre usuarios y un producto, permitiendo detectar oportunidades de mejora.

Esta herramienta consiste en dividir la experiencia del usuario en distintas fases, decidiendo con que

herramienta se va a validar cada fase y rellenando los siguientes aspectos en cada fase:

- Etapas: Cada una de las fases en las que se ha dividido la experiencia del cliente.
- Touchpoints: Cómo el cliente ha interactuado con la empresa en esta fase
- Emoción: Cómo se ha sentido en la fase del proceso
- Pain Points: Problemas o necesidades no cubiertas con las que se ha encontrado
- Soluciones/Oportunidades: Cómo va a resolver el problema o necesidad no cubierta

En la siguiente imagen tienes un ejemplo del proceso de compra online en una app:



Aquí tienes un vídeo realizado con IA donde se explica esta herramienta:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/PyXoFGSrvW4?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

RETO FINAL

Como reto final debes realizar el mapa de experiencia de dos clientes que usen tu prototipo

9.5. DERECHOS SOBRE EL PROTOTIPO

Al desarrollar un prototipo, es fundamental comprender los derechos que lo protegen. Estos se dividen

principalmente en dos categorías: **propiedad intelectual y propiedad industrial**.

Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual protege las creaciones del espíritu humano, es decir que son producto del intelecto, la creatividad y el esfuerzo de las personas y que además, son únicas y personales. Esto incluye:

- **Obras literarias y artísticas**, como libros, música, pinturas, esculturas y películas.
- **Creaciones científicas y técnicas,** incluyendo invenciones, diseños y software.
- **Composiciones musicales**, con o sin letra.
- **Obras dramáticas, coreografías y obras teatrales**.
- **Creaciones audiovisuales,** como películas y videojuegos.

La propiedad intelectual busca proteger estas obras, otorgando a sus autores:

- **Derechos morales**, como el respeto a la autoría, a la integridad y a la esencia de la creación.
- **Derechos patrimoniales**, es decir que permiten al autor o titular obtener un beneficio económico por la explotación de su obras, este derecho tienen una duración limitada, generalmente hasta 70 años después de la muerte del autor.

En España, la propiedad intelectual se protege principalmente a través de los siguientes mecanismos:

- **Registro de la Propiedad Intelectual:** Es el sistema oficial para inscribir y anotar los derechos relativos a obras, actuaciones o producciones protegidas por la ley. Aunque no es obligatorio su inscripción, sirve como medio de prueba de la autoría. La página web del Registro es la siguiente:
  - https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/propiedadintelectual/registro-de-la-propiedad-intelectual.html
  - Aunque cada comunidad autónoma puede tener su propio registro territorial y su página web específica.
- **Legislación:** La protección está regulada por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, que aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. Esta ley otorga derechos morales y patrimoniales a los autores sobre sus creaciones.
- **Derechos automáticos:** La ley reconoce los derechos de autor por el mero hecho de la creación de la obra, sin necesidad de registro.
- **Acciones legales:** Los titulares de derechos pueden emprender acciones legales contra quienes cometan delitos contra la propiedad intelectual, como copiar, falsificar o vender productos protegidos sin autorización.
- **Protección internacional:** España es parte de tratados internacionales que extienden la protección de la propiedad intelectual más allá de sus fronteras.
- **Gestión colectiva:** Existen entidades de gestión colectiva que administran y protegen los derechos de los autores y otros titulares de derechos, como la SGAE (Sociedad General de autores y editores).
- **Medidas tecnológicas:** Se reconoce la protección de medidas tecnológicas que los titulares de derechos pueden implementar para controlar el acceso y uso de sus obras digitales.

Propiedad Industrial

La propiedad industrial otorga derechos exclusivos sobre creaciones inmateriales con aplicación en la

industria y el comercio. Se divide en varias categorías:

- **Diseños industriales**: Protegen la apariencia externa de los productos.
- **Marcas y nombres comerciales**: Protegen signos distintivos que ayudan a diferenciar productos o servicios en el mercado.
- **Patentes y modelos de utilidad**:
  - **Patentes:** Protegen invenciones nuevas, con actividad inventiva y aplicación industrial.
  - **Modelos de utilidad:** Similar a las patentes, pero para invenciones de menor complejidad técnica.
- **Topografías de semiconductores**: Protegen el esquema de trazado de circuitos integrados.

La **propiedad industrial tiene las siguientes características:**

- **Novedad**: Para patentar, la invención debe ser nueva a nivel mundial.
- **Aplicación industrial**: La invención debe poder utilizarse en algún tipo de industria.
- **Registro**: Es necesario registrar los derechos para obtener protección legal.
- **Temporalidad**: La protección tiene una duración limitada, que varía según el tipo de derecho.

En España, la propiedad industrial se protege a través de varios mecanismos legales y administrativos:

- **Registro:** Los derechos de propiedad industrial se adquieren mediante el registro en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).
- **Legislación específica:** Existen leyes que regulan cada tipo de propiedad industrial:
  - Patentes y Modelos: Ley 24/2015 de 24 de julio, de Patentes
  - Signos Distintivos: Ley 17/2001 de 7 de diciembre, de Marcas
  - Diseños Industriales: Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial
  - Topografías de semiconductores: Ley 11/1988, de 3 de mayo, de Protección Jurídica de las Topografías de los Productos Semiconductores
- **Derechos exclusivos:** El registro confiere al titular derechos exclusivos para fabricar, producir, vender, utilizar y explotar el objeto protegido con una duración determinada, que varía según el tipo de derecho. Por ejemplo, los diseños industriales tienen una protección inicial de 10 años, renovable por otros 10.
- **Acciones legales:** Los titulares pueden ejercer acciones legales contra infracciones de sus derechos.
- **Protección internacional:** España es parte de convenios internacionales que extienden la protección más allá de sus fronteras.
- **Armonización con la UE:** La legislación española está armonizada con las directivas y reglamentos de la Unión Europea en materia de propiedad industrial.

Importancia de la protección para los emprendedores

1. **Protección de la innovación**: Impide que otros copien o exploten tu invención sin autorización.
2. **Ventaja competitiva**: Ofrece un monopolio temporal sobre la invención, lo que puede ser crucial en el mercado.
3. **Valor añadido**: Los derechos de propiedad industrial son activos intangibles que aportan valor a tu negocio.
4. **Internacionalización**: Facilita la expansión a nuevos mercados, al registrar la propiedad en varios países y a través de negociación de licencias y patentes.

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/JcDKsGS9QAs?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA 1: Una vez que habéis diseñado vuestro prototipo, realizad una investigación determinando:

1. Qué tipo de protección de propiedad industrial sería más adecuada.
2. Qué ventajas obtendría la empresa al proteger su invención.
3. Cómo podría afectar esta protección a futuros emprendedores del mismo sector.

TAREA 2: Lee el siguiente enlace y realiza las actividades que en él se piden sobre el nombre comercial, el logotipo y el eslogan:

» **Recurso interactivo (ver en línea):** https://economiaconinma.com/ud-11-creando-marca/embed/#?secret=FslzLX5TEc#?secret=ko2Nr…

9.6. VALORACIÓN DEL PROCESO DE TRABAJO

Realizar un proceso de valoración del proceso de prototipado tiene las siguientes utilidades:

- **Reflexión y análisis:** Permite reflexionar sobre todo el proceso de creación del prototipo, desde la planificación inicial hasta la validación final.
- **Documentación del proceso:** Ayuda a registrar y explicar el trabajo realizado, lo cual es valioso tanto para el equipo como para posibles evaluadores externos.
- **Evaluación integral:** Facilita la valoración de diferentes aspectos del proyecto, como la planificación, el uso de metodologías ágiles, la calidad del prototipo, el trabajo en equipo y la innovación.
- **Identificación de aprendizajes:** Promueve que los participantes reconozcan y pongan en práctica conocimientos y habilidades adquiridos durante el proyecto.
- **Mejora continua:** Al evaluar cada fase del proceso, permite identificar áreas de mejora para futuros proyectos o iteraciones del prototipo actual.
- **Comunicación efectiva:** Fomenta el diálogo entre los miembros del equipo y facilita la presentación del proyecto a stakeholders externos.
- **Consideración de aspectos éticos y legales:** Incluye preguntas sobre propiedad intelectual y consideraciones éticas, aspectos cruciales en el desarrollo de productos innovadores.
- **Adaptación al usuario:** Fomenta la consideración constante de las necesidades del usuario final en el diseño y desarrollo del prototipo.

La ficha de valoración que el alumnado debe responder, se encuentran en el siguiente pdf:

» **Documento descargable: Ficha del Proceso de Creación de Prototipo:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ficha-del-proceso-de-c…

TAREA: Rellena el pdf de valoración del proceso

9.7. EL USUARIO COMO CONSUMIDOR

El usuario es el destinatario final de nuestro prototipo y así se ha debido de considerar en todas las etapas de desarrollo del producto es decir en el proceso de prototipado.

Los usuarios siguen un proceso de toma de decisiones al evaluar y adquirir productos o servicios. Este proceso consta de cinco pasos principales:

1. **Reconocimiento del problema:** El usuario identifica una necesidad o deseo.
2. **Búsqueda de información:** Recopila datos sobre posibles soluciones.
3. **Evaluación de alternativas:** Compara las opciones disponibles.
4. **Decisión de compra:** Elige y adquiere el producto o servicio.
5. **Evaluación posterior a la compra:** Reflexiona sobre la satisfacción con la adquisición.

Estas fases hay que tenerlas en cuenta al diseñar y desarrollar nuestro producto, así como también debemos tener en cuenta que los usuarios finales son consumidores y por tanto, están protegidos por unas leyes específicas:

- El **artículo 51 de la Constitución Española**, establece que los poderes públicos deben garantizar la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo su seguridad, salud y legítimos intereses económicos
- La **principal norma** que regula los derechos y obligaciones de los consumidores en España es el **Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre**, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, estableciendo los derechos básicos de los consumidores y usuarios y regulando aspectos como las prácticas comerciales, las cláusulas abusivas, los contratos con consumidores, las garantías y servicios posventa, y los procedimientos para la protección de los derechos de los consumidores.

Esta legislación se actualiza periódicamente para adaptarse a las directivas europeas y a las nuevas necesidades de protección de los consumidores.

Derechos y obligaciones de los consumidores

Los consumidores tienen **derechos básicos** que debemos respetar al desarrollar nuestros prototipos:

- **Protección contra riesgos que afecten su salud o seguridad.** Por ejemplo, si un consumidor compra un coche nuevo, tiene derecho a esperar que el vehículo sea seguro para conducir. La empresa fabricante debe proporcionar instrucciones de uso seguro y realizar pruebas para garantizar que el coche cumple con los estándares mínimos de seguridad.
- **Protección de sus intereses económicos y sociales**. Por ejemplo, si un consumidor contrata un servicio de telefonía móvil, tiene derecho a que la compañía respete las condiciones acordadas en el contrato, sin cargos ocultos o modificaciones unilaterales de las tarifas.
- **Indemnización por daños y perjuicios sufridos.** Por ejemplo, si un consumidor sufre lesiones personales debido a un producto defectuoso, tiene derecho a recibir una compensación por parte del fabricante por los daños causados
- **Información correcta sobre los bienes o servicios.** Por ejemplo, si un consumidor compra un alimento envasado tiene derecho a que el producto incluya una lista completa y precisa de ingredientes en su etiqueta
- **Participación en la elaboración de legislación que les afecte directamente.** Por ejemplo, los consumidores, a través de **asociaciones de consumidore**s, pueden participar en consultas públicas sobre nuevas leyes de protección al consumidor, aportando su perspectiva y experiencias.

- **Protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces.** Por ejemplo, un consumidor que tiene una disputa con una empresa puede acudir a las Juntas Arbitrales de Consumo, que ofrecen un procedimiento rápido y gratuito para resolver reclamaciones sin necesidad de acudir a los tribunales

Entre las **obligaciones** de los consumidores están:

- **Pagar el precio pactado** por el producto o servicio en el momento de la compra o utilizando los medios de financiación aceptados.
- **Actuar de buena fe** durante todo el periodo que abarca la garantía.
- **Guardar los documentos acreditativos** de las compras y operaciones realizadas.
- Utilizar los productos o servicios siguiendo **las instrucciones proporcionadas** para evitar riesgos.
- **Leer y comprender los términos y condiciones** antes de realizar una compra.
- En caso de conflicto, solicitar las **Hojas de Reclamaciones**.

Proceso de reclamación

Para poder reclamar en caso de vulneración de los derechos como consumidor, puedes seguir los siguientes pasos:

Contactar con el vendedor o proveedor del servicio

- Intenta resolver el problema directamente con el establecimiento o empresa.
- Solicita la hoja de reclamaciones, que están obligados a proporcionarte. Rellénala y guarda una copia sellada como comprobante.

Presentar una reclamación formal

Si no obtienes respuesta satisfactoria, puedes presentar una reclamación en las siguientes instancias:

- **Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC):** Estas oficinas locales ofrecen asesoramiento y gestionan reclamaciones de consumo.
- **Organismos autonómicos de consumo:** Cada comunidad autónoma tiene organismos específicos para tramitar reclamaciones.
- **Centro Europeo del Consumidor (CEC):** Si el problema implica a una empresa de otro país de la UE, Noruega o Islandia, puedes acudir al CEC para recibir asistencia gratuita.

Buscar mediación o arbitraje

- Si no se llega a un acuerdo con la empresa, puedes recurrir al **Sistema Arbitral de Consumo**, un procedimiento gratuito y rápido para resolver conflictos sin necesidad de acudir a los tribunales.

Denunciar infracciones graves

- Si detectas una infracción grave de la normativa de consumo, puedes presentar una denuncia formal ante los órganos competentes, como la Dirección General de Consumo del Ministerio de Derechos Sociales.

Acudir a asociaciones de consumidores

- Organizaciones como la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) o FACUA pueden ayudarte

a tramitar reclamaciones y defender tus derechos.

Vía judicial

- Si ninguna de las opciones anteriores resuelve el conflicto, puedes acudir a los tribunales para reclamar tus derechos.

El siguiente vídeo resume el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/3rShDmSP6Rg?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA: Busca información y rellena la siguiente tabla:

PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES			
TIPO	**EXPLICACIÓN**	**CASO REAL**	**PROTECCIÓN**
Publicidad Engañosa			
Venta Piramidal			
Cebo y cambio			
Presión indebida			
Suplantación de identidad			
CLÁUSULAS ABUSIVAS			
TIPO	**EXPLICACIÓN**	**CASO REAL**	**PROTECCIÓN**
Limitación de responsabilidad			
Modificación Unilateral			
Penalizaciones Desproporcionadas			
Vinculación a otros contratos			
Renuncia de derechos			

En el siguiente enlace tienes acceso a una serie de vídeos sobre los derechos de los consumidores del ayuntamiento de Alicante y del centro europeo del consumidor:

https://www.alicante.es/es/contenidos/videos-tutoriales-derechos-consumidores

https://portal-cec.consumo.gob.es/comunicacion/videos

UD 10: FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA

Toda empresa, para poder funcionar, realizar inversiones y afrontar sus gastos, necesita obtener recursos, que pueden provenir de distintas fuentes.

En este tema vamos a ver las distintas formas que tiene una empresa o un proyecto de obtener financiación y analizaremos los riesgos financieros a los que se puede enfrentar.

Saber básico y criterio de evaluación

- **ECE.4.C.3.** Las finanzas del proyecto emprendedor: recursos financieros a corto y largo plazo. El endeudamiento. Fuentes de financiación y captación de recursos financieros. La gestión del riesgo financiero.
- **Criterio de evaluación 4.3.** Reunir, analizar y seleccionar con criterios propios los recursos disponibles, planificando con coherencia su organización, distribución, uso y optimización.

Practica y repasa

Puedes descargar el PDF del tema:

» **Documento descargable: Tema: la financiación en la empresa:** https://economiaconinma.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/03/ud-10-la-financiacion-...

10.1. FUENTES DE FINANCIACIÓN

Una empresa necesita obtener recursos para poder financiarse y realizar inversiones o asumir sus gastos, para ello puede hacerlo de distintas formas, estas formas es lo que se conoce como **fuentes de financiación**.

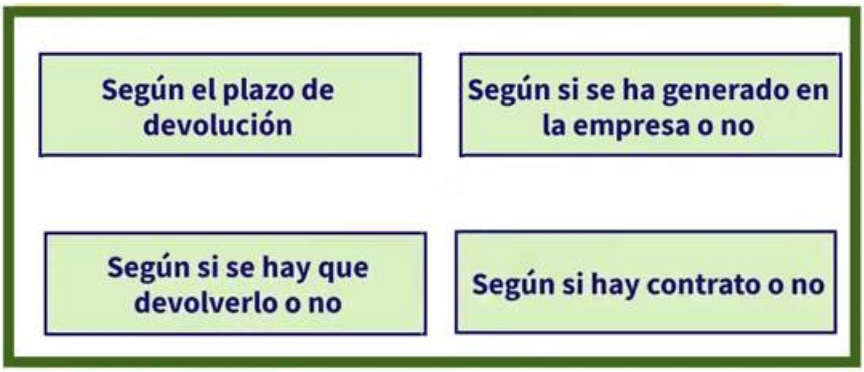
Si pensamos en una empresa y en cómo puede obtener dinero para afrontar sus posibles inversiones, podemos pensar que se lo puede pedir a un banco, es decir, que se lo puede prestar un banco o podemos pensar que lo pueden poner los socios o quizás los proveedores que venden las mercancías, o tal vez se puede pedir ese dinero a particulares como familiares o amigos. Efectivamente todas las anteriores son fuentes de financiación, pero vamos a realizar una clasificación más formal.



Las fuentes de financiación se van a clasificar según **cuatro criterios**:

- Según el plazo de devolución.
- Según si se han generado en la empresa o no.

- Según si hay que devolverlas o no.
- Según si hay un contrato o no.



SEGÚN EL PLAZO DE DEVOLUCIÓN

Según el plazo de devolución, se puede diferenciar entre:

- **Fuentes de financiación a largo plazo:** aquellas cuyo **plazo de devolución es superior a un ejercicio económico**, normalmente un año. Aquí estarían, por ejemplo, los recursos que han aportado los socios, es decir el capital social, ya que no hay que devolverlos hasta que la empresa cierre y se liquide el patrimonio, pero también estarían por ejemplo, los préstamos que se piden a los bancos a largo plazo.
- **Fuentes de financiación a corto plazo:** aquellas que tienen **un plazo de devolución inferior a un ejercicio económico**. Aquí estaría, por ejemplo, las mercancías que se dejan a deber a un proveedor o los préstamos que se piden a los bancos que se devuelven en un plazo inferior a un año.

SEGÚN SI LA EMPRESA HA GENERADO LOS RECURSOS O NO

- **Fuentes de financiación internas:** Si los recursos s**e han generado dentro de la empresa**, es decir provienen de la actividad de la empresa, y por tanto de las ventas de la empresa y de los beneficios que la empresa genera. **Por ejemplo**, aquí podríamos hablar de las reservas, es decir, de los beneficios que no se reparten entre los socios y que se quedan en la empresa para crecer.
- **Fuentes de financiación externas:** Si los recursos **no se han generado por el funcionamiento de la empresa**, es decir, no provienen de los beneficios. **Por ejemplo**, aquí estaría el dinero que han aportado los socios a la empresa.

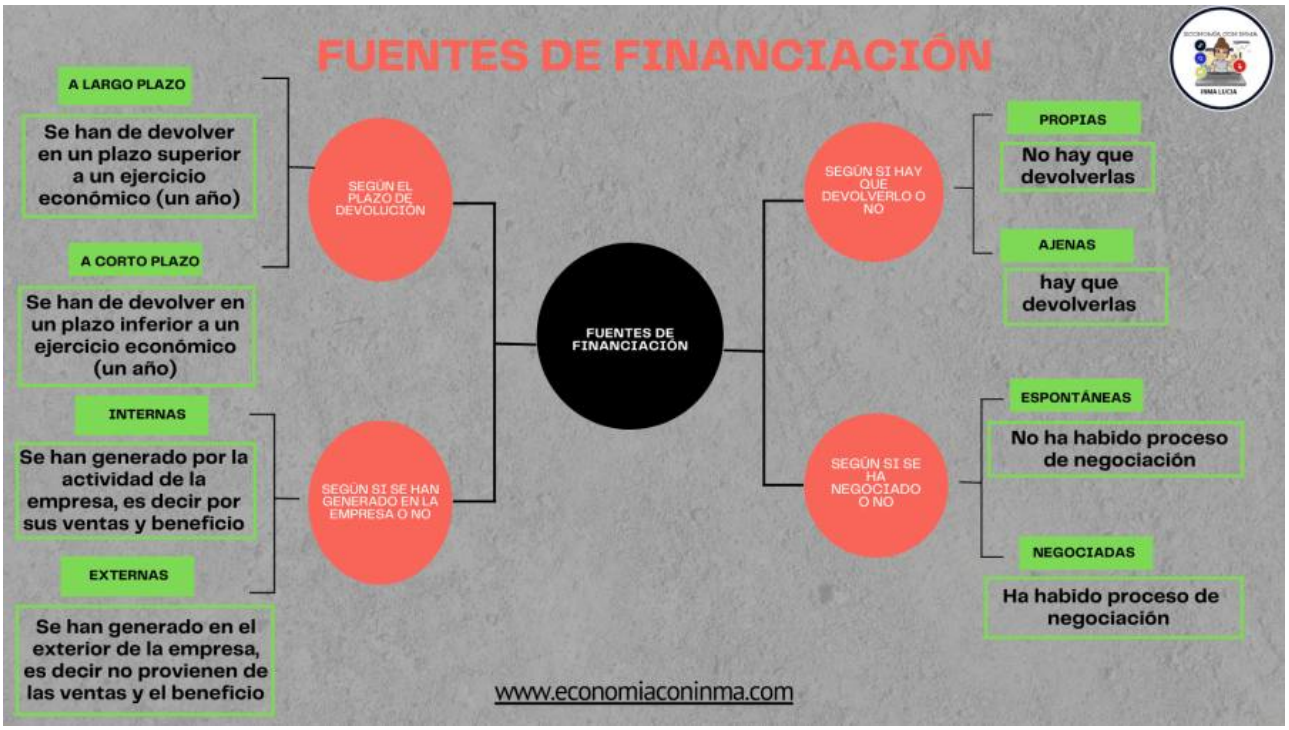
SEGÚN SI HAY QUE DEVOLVERLO O NO

- **Fuentes de financiación propias**: Recursos que **no hay que devolver** porque pertenecen a la empresa una vez que se han constituido. **Por ejemplo**, el capital social o las reservas.
- **Fuentes de financiación ajenas**: Recursos que **no pertenecen a la empresa** y por tanto **hay que devolverlas**. **Por ejemplo**, los préstamos bancarios o las mercancías que se han dejado a deber a los proveedores.

SEGÚN SI HAY PROCESO DE NEGOCIACIÓN O NO

- **Fuente de financiación espontáneas:** Aquellas que **surgen de forma espontánea** y por lo tanto no hay negociación y no hay contrato. **Por ejemplo** el IVA que se cobra a los clientes y que no hay que ingresarlo a hacienda hasta que cumple el trimestre o las nóminas y retenciones a la seguridad social que en vez de pagarse por día trabajado, se pagan a final de mes.
- **Fuente de financiación negociadas:** Aquellas donde hay **un proceso de negociación** y por lo tanto contrato. **Ejemplos** de fuentes de financiación negociadas, por ejemplo, serían los préstamos bancarios o un contrato de renting.

En la siguiente imagen puedes ver un resumen del tema:



Puedes ver el vídeo del apartado:

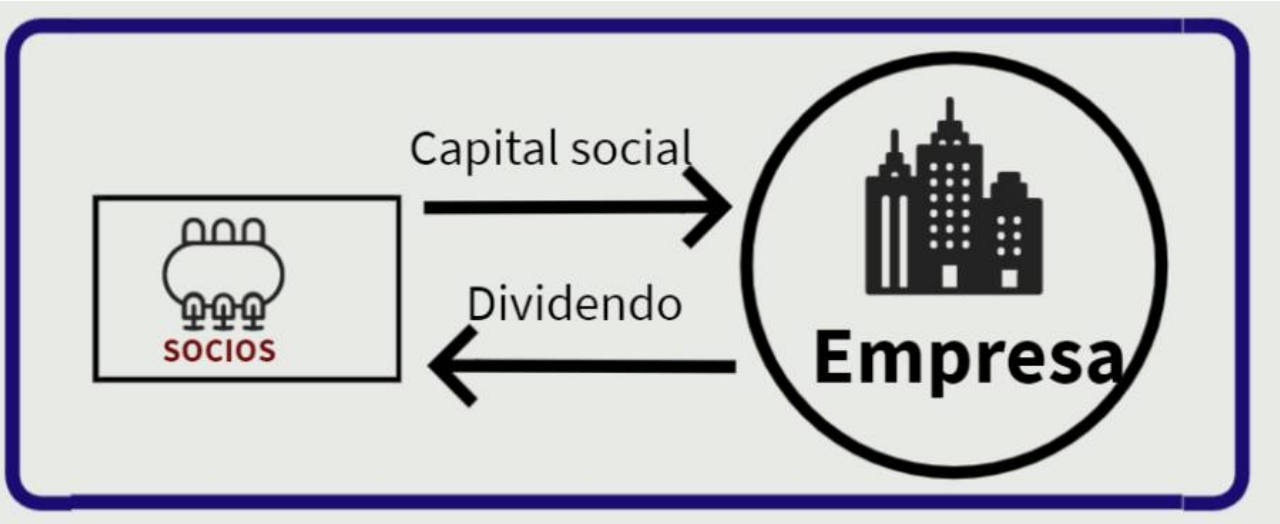
» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/bqqNvLUsrCY?feature=oembed&version=3&rel=1&showsearch=0&s…

10.2. FUENTES DE FINANCIACIÓN PROPIAS

La financiación propia es aquella que una vez conseguida pertenece a la empresa y por tanto no hay que devolverla.

CAPITAL SOCIAL

En primer lugar los socios van a aportar capital, es decir los socios van a aportar bienes y recursos a la empresa, este dinero que van a aportar a la empresa y al que renuncian con la esperanza de obtener beneficios se llama **Capital Social**.



Hoy en día con internet se puede hablar de Equity crowdfunding a las plataformas de financiación de proyectos online mediante las cuales muchos pequeños inversores compran una parte del capital social de una empresa, haciéndose socios de la empresa y participando de sus beneficios .

Como páginas de crowdfunding tenemos:

https://dozeninvestments.com/

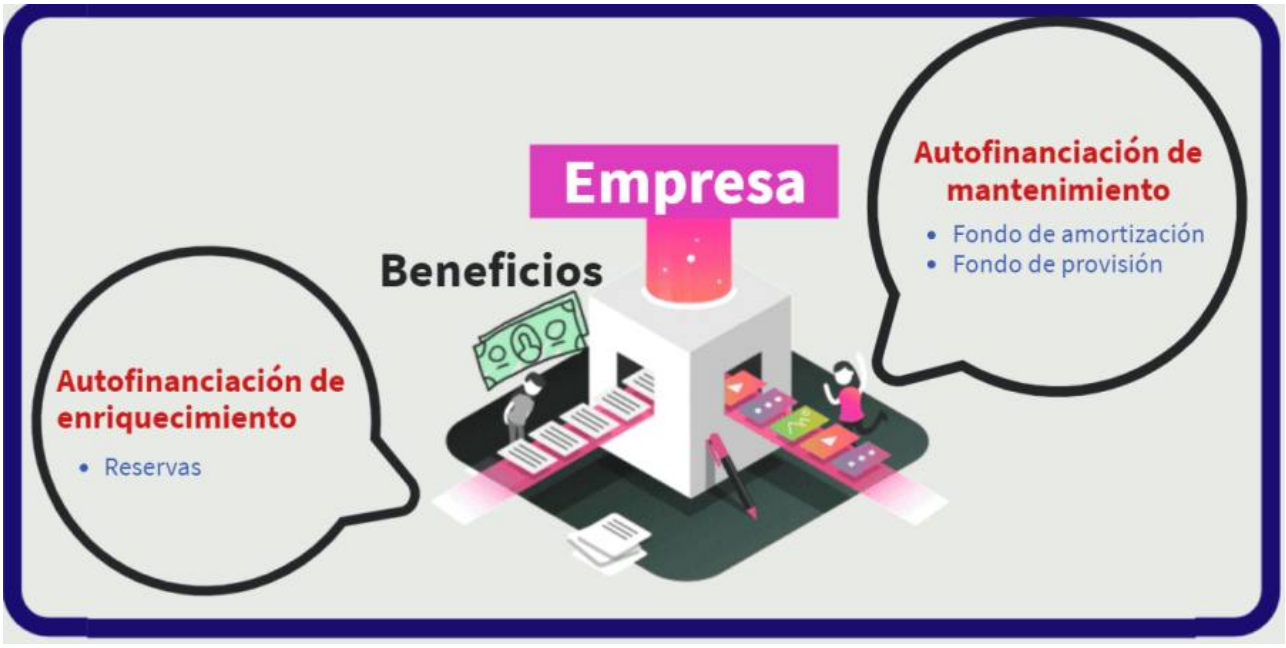
https://www.crowdcube.com/es/

https://www.fellowfunders.es/inversion

RESERVAS

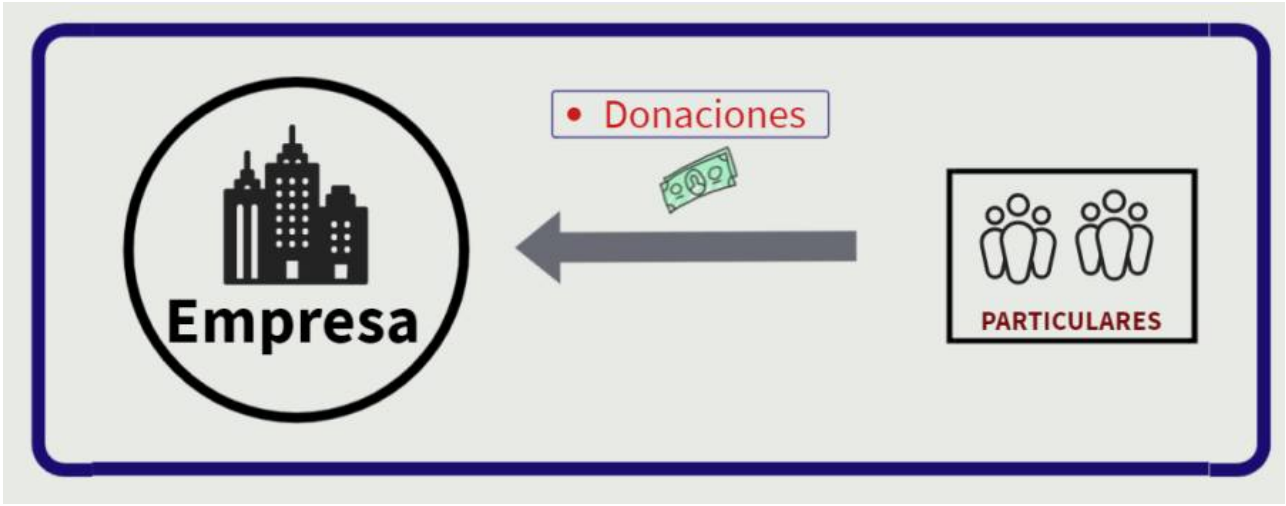
En segundo lugar cuando la empresa está en marcha, se espera que genere beneficios. Una parte de estos beneficios se puede quedar en la empresa para realizar nuevas inversiones o renovar elementos que se han ido quedando deteriorando o desfasando o para hacer frente a posibles riesgos futuros. A estos beneficios que no se distribuyen entre los socios y se quedan en la empresa se conocen como **reservas**. (se podría diferenciar entre fondos de amortización, provisiones y reservas, pero a este nivel no lo vamos a hacer).

Existen tipos de empresas que tienen la obligación de constituir por ley un porcentaje de los beneficios como reservas, pero una empresa puede decidir de forma voluntaria que porcentaje de los beneficios deja en forma de reserva en la empresa y no reparte entre los socios.



DONACIONES

En tercer lugar se pueden conseguir donaciones de amigos y familiares, que en caso de recibirlas se deben pagar los correspondientes impuestos.



El **crowfunding** es una forma de conseguir fondos para financiar un proyecto mediante el micromecenazgo online que mediante donaciones de particulares (con o sin recompensas) financian parte o la totalidad de un proyecto.

Puedes ver las siguientes páginas de crowfunding:

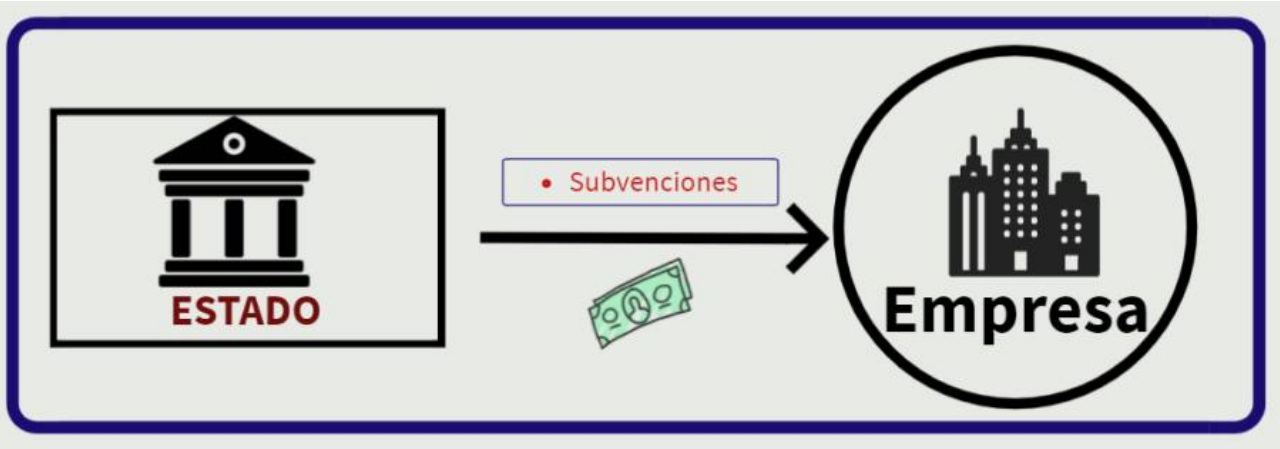
https://www.goteo.org/

https://www.verkami.com/

https://crowdfunding.fundaciontriodos.es/

SUBVENCIONES

Por último se pueden solicitar y obtener fondos de **subvenciones públicas**, aunque no hay que contar con ellas cuando se realiza un plan de empresa, puesto que la empresa se suele montar antes de que las subvenciones sean concedidas, si hay que conocer a que tipo de subvenciones puede optar la empresa.



Para conseguir asesoramiento se pueden acudir a los puntos de atención al emprendedor, bien de forma electrónica:

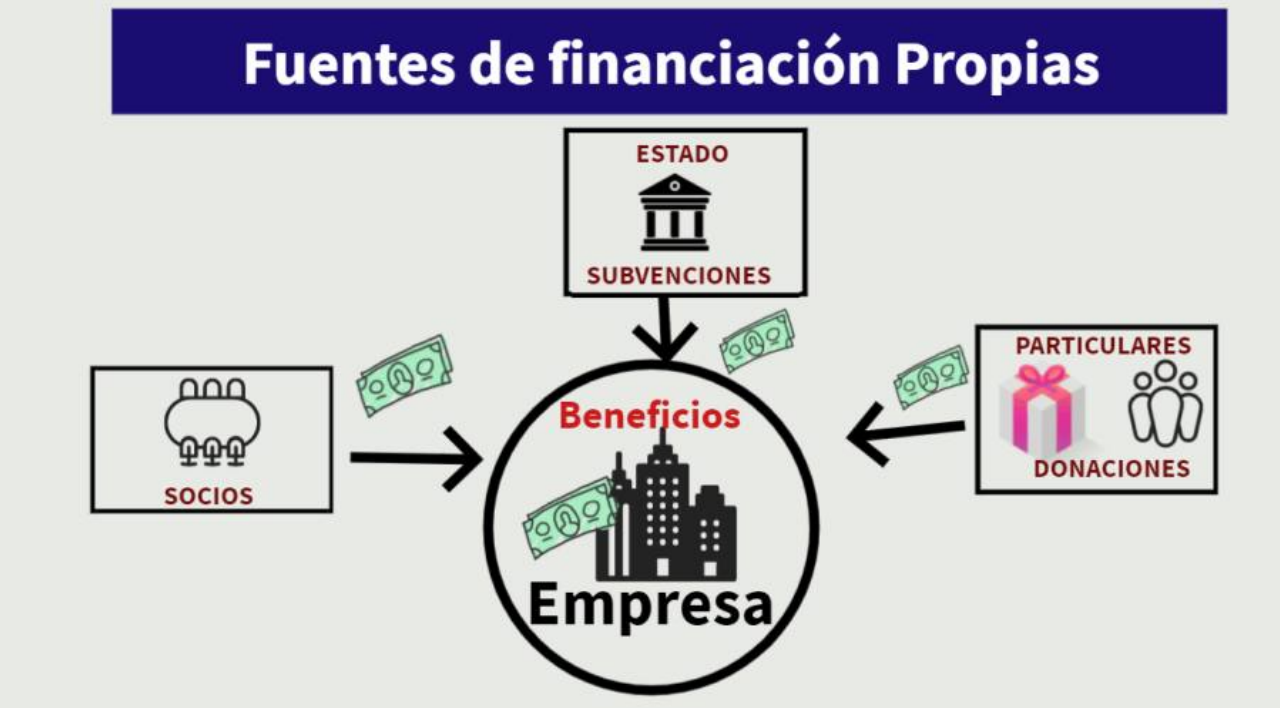
https://paeelectronico.es/es-es/Paginas/PagInicio.aspx

Bien de forma presencial:

https://paeelectronico.es/es-es/Servicios/Paginas/BuscadorPAE.aspx

---

Se pueden resumir las distintas fuentes de financiación propia en la siguiente imagen:



Puedes ver el vídeo del apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/X33y2DK3EnI?

version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

TAREA: Elige una plataforma de crowfunding, e indica:

- ¿En qué consiste el proyecto?
- ¿Cuánta financiación se pide? ¿Cuánta han conseguido?
- ¿Cuál es su sistema de recompensas?
- Diseña una campaña de financiación Crowfunding para tu proyecto

10.3. FINANCIACIÓN AJENA

FINANCIACIÓN AJENA:

Son fuentes de financiación ajenas aquellos recursos de los que dispone la empresa y que tiene que devolver, pudiendo tener un coste de financiación o intereses asociados, o sin coste.

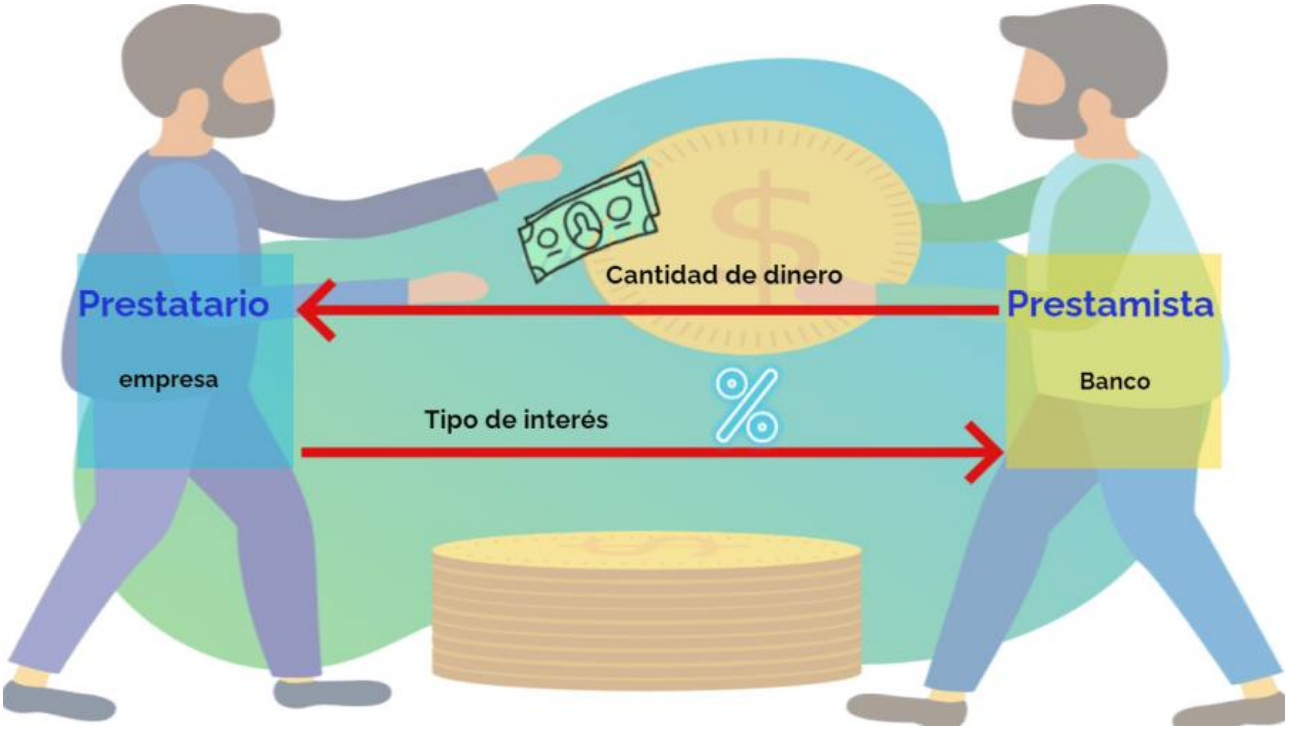
La financiación ajena se va a clasificar según su **plazo de devolución** en financiación ajena a corto plazo o aquella que hay que devolver antes de un ejercicio económico que generalmente es un año y financiación ajena a largo plazo o que hay que devolver en un plazo superior a un ejercicio económico o año.

Según vayamos hablando de cada fuente de financiación, indicaremos si es a corto plazo o a largo plazo.

Las principales fuentes de financiación ajena son:

PRÉSTAMOS

Un préstamo puede ser a corto o a largo plazo, según cuando haya que devolverlo (antes o después de un año), y consiste en que una entidad financiera, normalmente un banco presta cierta cantidad a cambio de su devolución en el plazo marcados y con los intereses que se fijen en el contrato.



CRÉDITO COMERCIAL

Es un préstamo que conceden los proveedores a las empresas, normalmente a corto plazo, es decir cuando entregan mercancías y la empresa se las deja a deber. Suele ser un préstamo sin coste asociado, salvo que exista un descuento por pronto pago.



CUENTA DE CRÉDITO

En una **cuenta de crédito**, la entidad financiera te presta **hasta cierta cantidad** y **pagas intereses por la cantidad que has utilizado**. Normalmente, es una operación a corto plazo.

Funciona como una cuenta corriente, donde el saldo disponible es la cantidad que no has usado.

Suele tener **asociada una tarjeta de crédito**, con la modalidad fin de mes es decir que si devuelves lo que has usado antes de fin de mes no te cobran intereses.

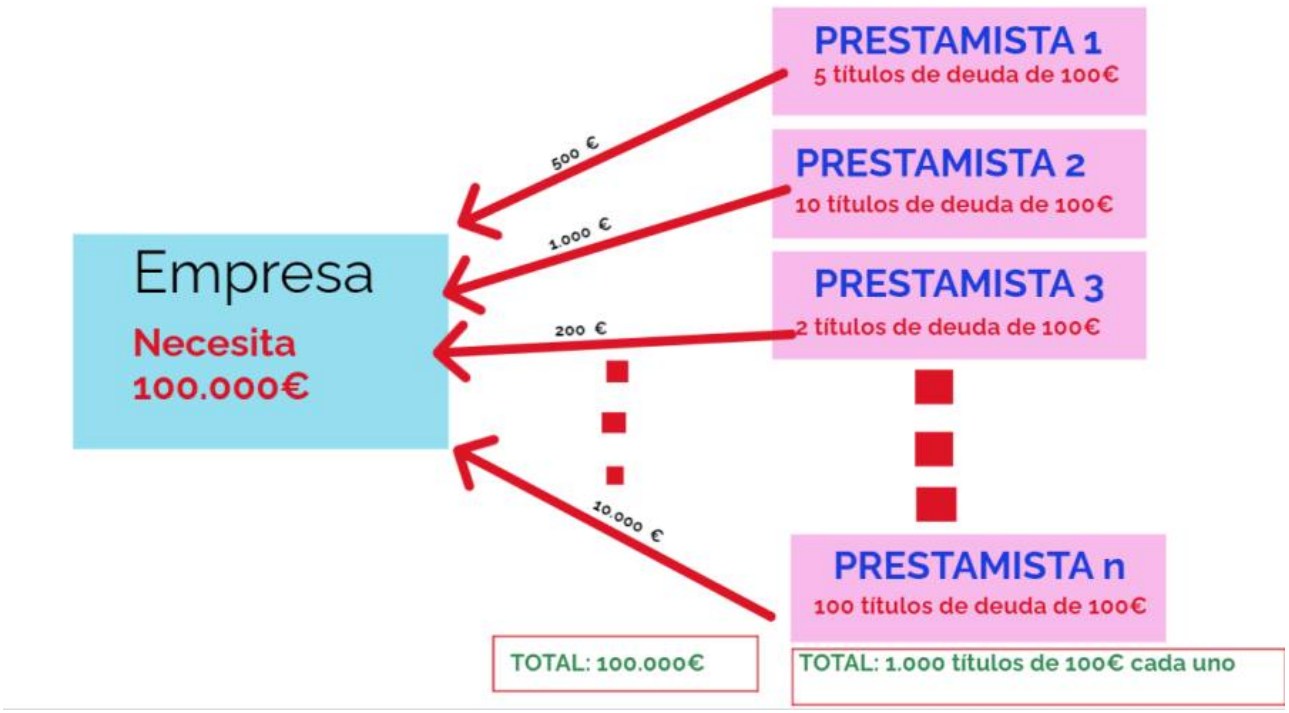
Se suele fijar una cantidad a devolver fija mensual.



CROWLENDING

El uso de internet ha traído formas nuevas de financiación como hemos visto con el crowfunding o con el Equity crowdfunding, pero también ha permitido que **las pequeñas y medianas empresas puedan acceder a los empréstitos**, es decir que **varios prestamistas dejen dinero a una empresa a la vez**, dividiendo el dinero que la empresa necesita en partes iguales.

La empresa que recibe la financiación se compromete a devolver el dinero prestado a cada uno de los prestamistas en el plazo estipulado con los intereses pactados. Este tipo de financiación puede ser a corto o a largo plazo.



Son ejemplos de plataformas de crowdlending:

https://www.ecrowdinvest.com/ver-inversiones

https://colectual.com/proyectos-inversion/

https://www.loanbook.es/marketplace2

OTRAS FUENTES DE FINANCIACIÓN AJENA

A LARGO PLAZO

Existen empresas que financian a la empresa la compra de elementos de inmovilizado, como pueden ser locales, maquinaria, vehículos, o elementos informáticos, como estos elementos permanecen en la empresa un plazo largo, son fuentes de financiación a largo plazo, se puede hacer mediante dos modalidades:

Leasing, alquiler con opción de compra o arrendamiento financiero:

Una empresa compra el bien de inmovilizado que una empresa necesita y se lo alquila a la empresa que lo necesita a cambio de una cuota periódica, al cabo del plazo estipulado en el contrato, tiene la opción de comprar el bien por el valor residual, o no comprarlo.



Renting, alquiler o arrendamiento operativo:

Es un alquiler de un elemento de inmovilizado, no tiene por qué tener opción de compra y la empresa de renting se hace cargo de los gastos de mantenimiento del bien.



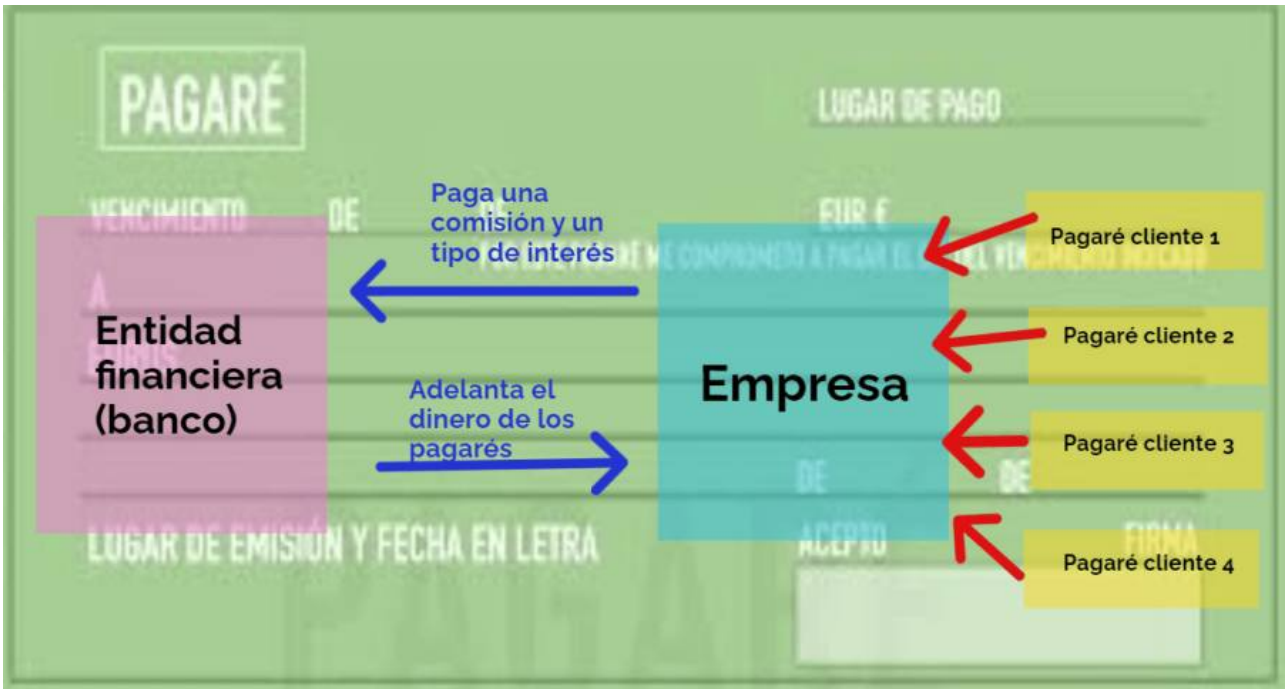
A CORTO PLAZO

Además una empresa puede conseguir **financiación a muy corto plazo**, si tiene derechos de cobro

sobre clientes u otros deudores, es decir si la deben dinero, la empresa que necesita liquidez tiene dos opciones:

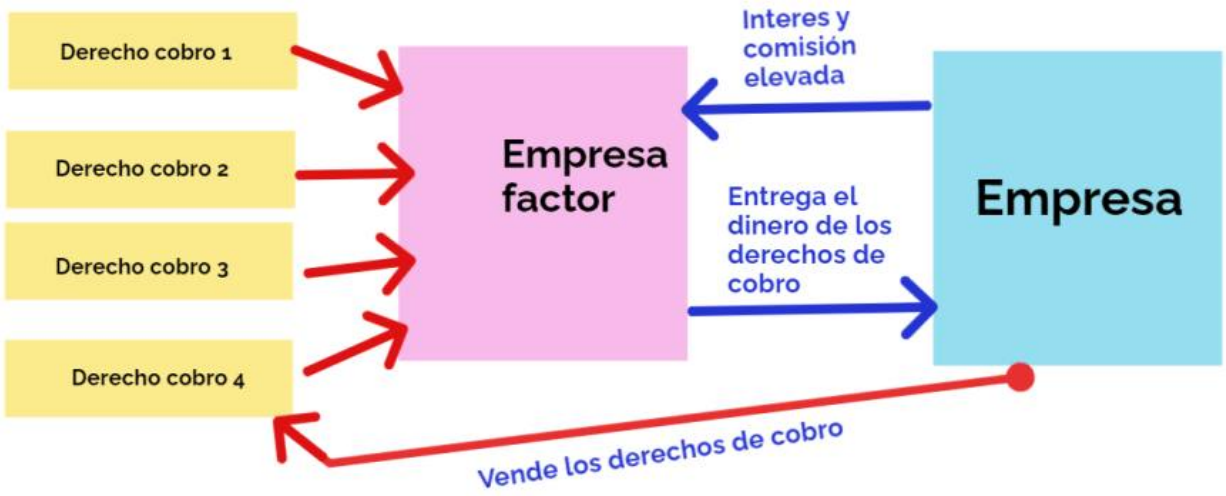
Descuento de efectos:

El banco adelanta a una empresa el dinero que le deben clientes o deudores con pagarés firmados, a cambio de una comisión y un interés por el plazo adelantado.

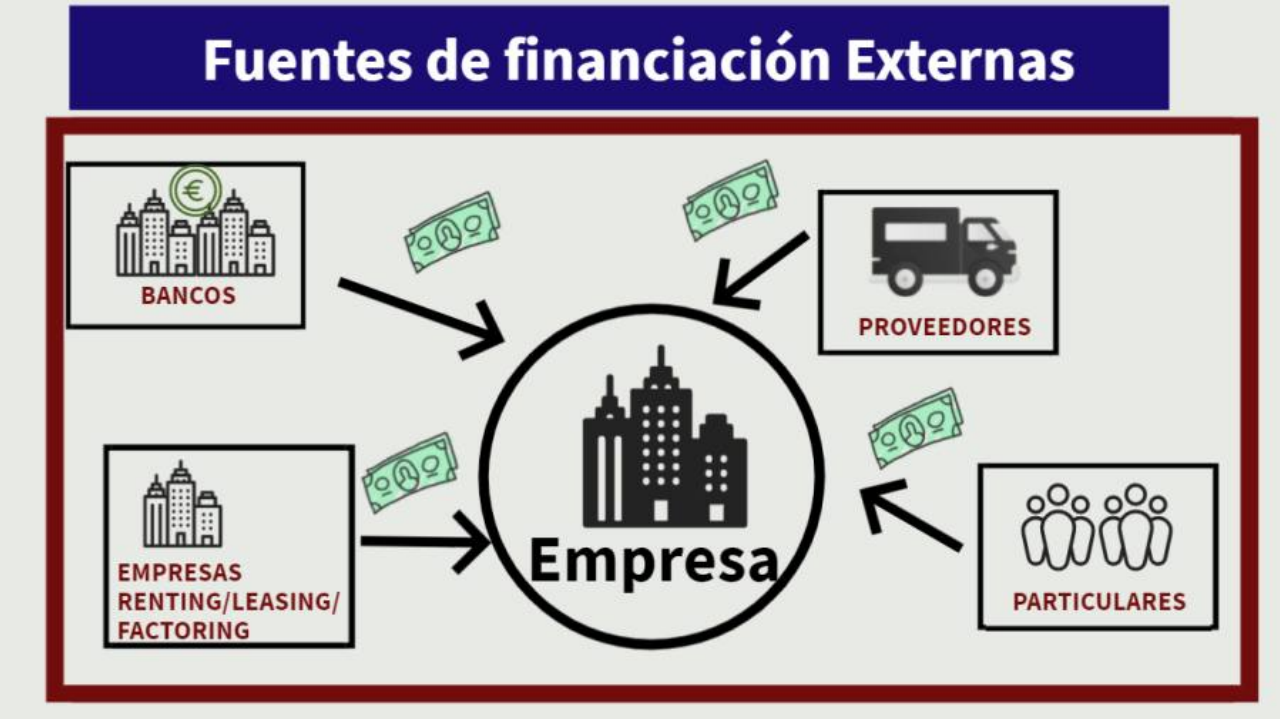


Factoring

Una empresa compra los derechos de cobro de una empresa, es decir dinero que le deben a la empresa, cobrando por ello una alta comisión y asumiendo la empresa factor el riesgo de impago.



En la siguiente imagen se puede ver un resumen de las fuentes de financiación exernas:



TAREA: Estima cuántos recursos vas a necesitar para llevar a cabo tu proyecto y diseña el plan de financiación.

10.4. GESTIÓN DEL RIESGO FINANCIERO

Cuando hablamos de riesgos financieros nos referimos a **cualquier actividad empresarial que implica incertidumbre** y que, por tanto, pueda ocasionar alguna consecuencia financiera negativa para la organización. Por tanto, esta situación puede provocar la pérdida de dinero o de bienes.

Los tipos de riesgo financiero son diversos, ya que la empresa se enfrenta a muchos factores que son inciertos: Fluctuaciones económicas, impagos de deudas, cambios en los tipos de interés o divisa, etc.

Por Ejemplo: Una tienda online que depende de proveedores extranjeros podría enfrentarse a riesgos de tipo de cambio (si el euro se devalúa).

TIPOS DE RIESGOS FINANCIEROS

Los principales tipos de riesgo financiero son:

- **Riesgo de mercado:** Pérdidas por cambios en variables económicas (precios de acciones, precios de materias primas, tipos de interés, divisas,...).
  - Por ejemplo, una aerolínea enfrenta un riesgo de mercado relacionado con el precio del combustible para aviones. Si el precio del petróleo aumenta significativamente, los costos operativos de la aerolínea se incrementarán, lo que podría reducir sus márgenes de beneficio o incluso generar pérdidas si no puede trasladar ese aumento de costos a los precios de los billetes

- **Riesgo de Crédito:** Se produce cuando algunos deudores no cumplem con sus obligaciones financieras, como el pago de deudas o préstamos. Ejemplos pueden ser:
  - Impagos de clientes

- Incumplimiento de contratos financieros

- **Riesgo de liquidez:** Incapacidad de convertir activos (bienes y derechos de cobro) en efectivo rápidamente para cubrir gastos urgentes. Esto puede provocar una situación de suspensión de pagos.
  - Por ejemplo, la siguiente imagen extraída del periódico El confidencial de 06/05/2015, muestra los problemas de liquidez de la casa de Alba:



El duque de Huéscar, sin liquidez: "Necesito vender algunas cosas"

"Todo es mantenido por mí, por eso, es necesario vender algo porque mantenerlo vale mucho dinero", ha explicado Carlos Fitz-James. Hace dos meses la justicia le impidió subastar una de sus obras

- **Riesgo Operativo:** Pérdidas por fallos internos (errores humanos, fraudes, sistemas obsoletos).
  - **Por Ejemplo**: Un fallo en la cadena de suministro que paraliza la producción.

GESTIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS

Para **minimizar los riesgos financieros**, una empresa puede llevar a cabo las siguientes estrategias:

Estrategia	Descripción	Ejemplo
Diversificación	Invertir en diferentes activos, mercados o sectores para reducir la dependencia de uno solo.	Una empresa invierte en bienes raíces, acciones y bonos para equilibrar riesgos.
Coberturas (Hedging)	Usar instrumentos financieros como futuros, opciones o swaps para protegerse contra fluctuaciones.	Una aerolínea usa futuros para fijar el precio del combustible y evitar pérdidas por aumentos.
Gestión de liquidez	Mantener reservas de efectivo y planificar el flujo de caja para cubrir obligaciones a corto plazo.	Una empresa guarda un fondo de emergencia equivalente a 6 meses de gastos operativos.
Contratación de seguros	Transferir riesgos específicos a una aseguradora mediante pólizas.	Una fábrica asegura su maquinaria contra incendios o desastres naturales.
Análisis de sensibilidad	Evaluar cómo cambios en variables clave afectan las finanzas y planificar escenarios alternativos.	Una empresa analiza cómo afectaría un aumento del 10% en los costos de materias primas.
Reducción de gastos innecesarios	Identificar y eliminar costos que no aporten valor al negocio para mejorar la rentabilidad.	Una empresa renegocia contratos con proveedores para reducir costos operativos.
Evaluación rigurosa del crédito	Analizar la solvencia de clientes antes de otorgarles crédito para evitar impagos.	Una tienda verifica el historial crediticio antes de permitir compras a plazos.

Uso prudente del endeudamiento	Evitar préstamos innecesarios y asegurar que los rendimientos superen los costos financieros.	Una empresa solo toma un préstamo si genera ingresos suficientes para cubrir intereses y capital.
Monitoreo constante del mercado	Vigilar tendencias económicas y financieras para anticiparse a posibles riesgos.	Un minorista sigue las fluctuaciones en los precios de materias primas para ajustar su estrategia.

El siguiente vídeo explica el apartado:

» **Vídeo (ver en línea):** https://www.youtube.com/embed/c-7ehB9AI24?version=3&rel=1&showsearch=0&showinfo=1&iv_lo…

EJERCICIO RESUELTO: Clasifica los siguientes riesgos financieros según su tipo (Mercado, Crédito, Liquidez u Operativo) e indica una posible estrategia para minimizar cada uno. Completa la tabla con tus respuestas:

Riesgo Financiero	Tipo de Riesgo	Estrategia para Minimizarlo
1. Aumento repentino en el precio del petróleo	Mercado	Utilizar contratos de futuros para fijar el precio del petróleo
2. Un cliente importante no paga una factura grande	Crédito	Implementar un sistema de evaluación crediticia y solicitar pagos parciales o garantías
3. Fallo en el sistema informático que paraliza las ventas online	Operativo	Invertir en sistemas de respaldo y planes de continuidad de negocio
4. Depreciación del euro frente al dólar	Mercado	Usar instrumentos de cobertura de divisas como forwards o opciones
5. No tener suficiente efectivo para pagar a proveedores	Liquidez	Mantener una reserva de efectivo y negociar plazos de pago más largos con proveedores
6. Error humano en la introducción de datos financieros	Operativo	Implementar sistemas de doble verificación y formación continua del personal
7. Aumento de las tasas de interés en préstamos de la empresa	Mercado	Considerar la conversión de deuda de tasa variable a tasa fija mediante swaps de interés
8. Robo de información confidencial de clientes	Operativo	Mejorar la seguridad informática y establecer protocolos de protección de datos
9. Pérdida de valor de las acciones de la empresa en bolsa	Mercado	Diversificar las inversiones y mantener una comunicación transparente con los inversores
10. Acumulación de inventario que no se vende	Liquidez	Mejorar la gestión de inventario con sistemas just-in-time y ofertas para liquidar stock

---

EJERCICIO: Une cada situación de riesgo financiero de la columna A con la estrategia más adecuada

para minimizarlo de la columna B. Escribe la letra correspondiente en el espacio proporcionado.

Columna A: Situaciones de Riesgo Financiero

1. __ Fluctuaciones en el tipo de cambio de divisas
2. __ Impago de facturas por parte de clientes
3. __ Aumento repentino en los costos de materias primas
4. __ Falta de liquidez para pagar deudas a corto plazo
5. __ Vulnerabilidad a ciberataques en sistemas financieros
6. __ Pérdida de valor de las inversiones en acciones
7. __ Dependencia excesiva de un solo proveedor
8. __ Cambios en las regulaciones fiscales
9. __ Obsolescencia tecnológica de equipos de producción
10. __ Alta exposición a un solo mercado geográfico

Columna B: Estrategias para Minimizar Riesgos

A. Implementar un riguroso sistema de evaluación crediticia
B. Mantener un fondo de reserva y líneas de crédito disponibles
C. Utilizar contratos de futuros o opciones
D. Diversificar la cartera de inversiones
E. Invertir en sistemas de seguridad informática y formación del personal
F. Buscar y desarrollar relaciones con múltiples proveedores
G. Expandirse a nuevos mercados internacionales
H. Contratar servicios de asesoría fiscal y legal
I. Utilizar instrumentos de cobertura de divisas
J. Establecer un plan de actualización y mantenimiento regular de equipos