Centro de Estudios ILLICE

PRUEBA DE CERTIFICACIÓN PARA EXTRANJEROS

# EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO

Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

## Empresa y Diseño de Modelos de Negocio · Prueba de Certificación para Extranjeros

**Incluye dos simulacros de examen propios, con la misma estructura, puntuación y duración que el modelo de examen oficial de la asignatura, resueltos paso a paso.**

Primera edición: 2026

© 2026 Juan Marcos Sanmartín. Todos los derechos reservados.

Edita: Juan Marcos Sanmartín (Centro de Estudios Illice) · Pont dels Ortissos, 6, entresuelo · 03203 Elche (Alicante)
contacto@centrodeestudiosillice.com · www.centrodeestudiosillice.com

Este libro es para uso personal de quien lo ha comprado. Queda prohibida su reproducción, distribución, comunicación pública o transformación, total o parcial, por cualquier medio (incluidos WhatsApp, redes sociales y plataformas de apuntes), sin autorización escrita del titular, conforme a la Ley de Propiedad Intelectual.

Si has recibido este libro sin haberlo comprado, puedes conseguir tu propia copia en
www.centrodeestudiosillice.com/libros

# ÍNDICE

## BLOQUE I. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Tema 1 El emprendedor y la innovación ..... 5
Tema 2 Las características de las empresas ..... 37
Tema 3 El entorno y las decisiones empresariales ..... 71

## BLOQUE II. LA GESTIÓN DE LA EMPRESA

Tema 4 La organización y la dirección de la empresa ..... 103
Tema 5 La producción en la empresa ..... 141
Tema 6 El marketing ..... 175

## BLOQUE III. EL ÁREA FINANCIERA

Tema 7 La financiación y la inversión en la empresa ..... 207
Tema 8 La contabilidad ..... 243
Tema 9 El análisis financiero y económico ..... 277

## BLOQUE IV. EL DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO

Tema 10 La idea y los modelos de negocio ..... 313
Tema 11 La validación de la idea y del modelo de negocio ..... 347
Tema 12 El plan de negocio ..... 379

## ANEXOS

Anexo A Formulario y método de los ejercicios numéricos ..... 419
Anexo B Vocabulario económico y empresarial ..... 445
Anexo C Ejercicios resueltos ..... 469
Anexo D La prueba y los exámenes resueltos ..... 571



© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

Centro de Estudios ILLICE

PRUEBA DE CERTIFICACIÓN PARA EXTRANJEROS

# ECONOMÍA

# EL EMPRENDEDOR Y LA INNOVACIÓN

1

Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

# 1. El emprendedor

Detrás de cada empresa hay alguien que un día vio algo que los demás no veían: una necesidad mal atendida, un producto que podía hacerse mejor, un servicio que nadie prestaba en su comarca. Ese alguien es el **emprendedor**: la persona que identifica una oportunidad de negocio, reúne y organiza los recursos necesarios para aprovecharla y **asume el riesgo** de que el resultado no sea el esperado, a cambio de un beneficio si acierta.

Conviene fijar de entrada los tres elementos de esa definición, porque son los tres que la definen: **oportunidad**, **organización de recursos** y **riesgo**. Quien tiene una idea pero no la lleva a cabo no es emprendedor, sino inventor; quien dirige recursos ajenos sin arriesgar nada propio es un directivo; y quien arriesga su dinero comprando acciones sin intervenir en la gestión es un inversor. El emprendedor es el único que hace las tres cosas a la vez.

## 1.1. Las tres dimensiones del emprendedor

La figura del emprendedor se analiza desde tres dimensiones que operan a la vez y no se pueden separar. Conviene conocerlas y saber explicar brevemente cada una:

### La dimensión personal: la actitud

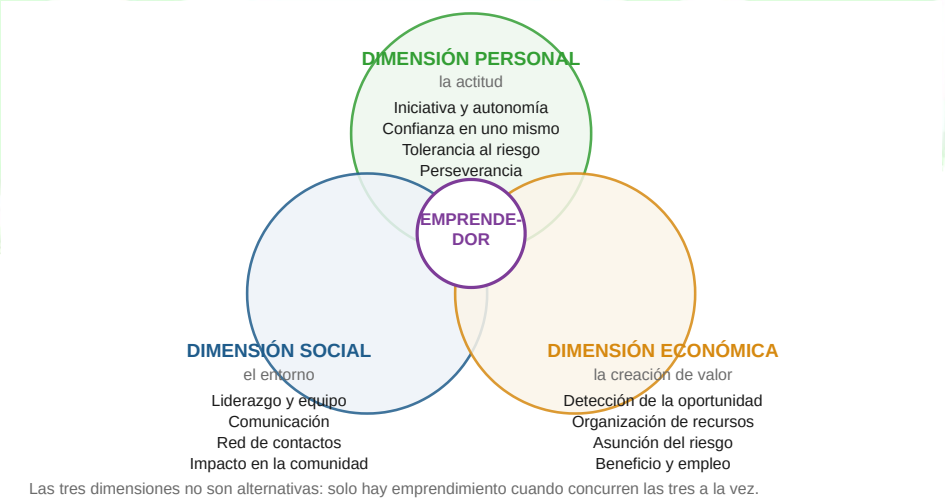
Rasgos de carácter que empujan a la persona a actuar: iniciativa, autonomía, confianza en el propio criterio, tolerancia al riesgo y a la incertidumbre, y perseverancia ante el fracaso. No es temeridad: el emprendedor asume riesgos **calculados**, después de estudiarlos.

### La dimensión social: el entorno

Nadie emprende solo. Recoge la capacidad de formar equipo, liderar, comunicar el proyecto de forma convincente, negociar con proveedores y con bancos y tejer una red de contactos. Incluye además el **impacto que la iniciativa produce en la comunidad**: empleo, arraigo, cohesión social.

### La dimensión económica: la creación de valor

Es la que convierte la iniciativa en una actividad viable: detección de la oportunidad, combinación eficiente de los factores productivos, asunción del riesgo patrimonial y obtención de un beneficio que remunere ese riesgo. Sin viabilidad económica el proyecto se agota, por buena que sea la idea.




*Las tres dimensiones del emprendedor. Solo hay emprendimiento donde las tres se solapan: la actitud sin viabilidad económica no arranca, y la viabilidad sin red social ni liderazgo rara vez sobrevive al primer año. Esquema didáctico.*

## 1.2. Capacidades, motivaciones y el intraemprendedor

Las cualidades que se exigen a un emprendedor se agrupan en dos bloques que conviene no mezclar, porque responden a cosas distintas. Las **capacidades intelectuales** tienen que ver con el modo de pensar y de decidir: **creatividad** para hallar soluciones distintas de las que ya existen, **visión de futuro**


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

para anticipar hacia dónde va el mercado, **capacidad de análisis** para separar lo relevante de lo accesorio, **capacidad de decisión** con información incompleta y en plazos cortos —que es la situación normal de una empresa— y **aprendizaje continuo**, es decir, revisar los errores y corregir el rumbo en lugar de defender la idea inicial contra toda evidencia.

Las **capacidades sociales** se refieren a la relación con los demás: **liderazgo** para que un equipo comparta un objetivo, **comunicación asertiva** para exponer el proyecto ante un inversor o un cliente, **trabajo en equipo y delegación**, **persuasión y negociación** frente a bancos, proveedores y socios, y **empatía** para entender qué necesita realmente el cliente, que es el origen de casi todas las buenas ideas de negocio.

En cuanto a la **motivación**, no todos emprenden por la misma razón, y esa razón condiciona la solidez del proyecto:

*Emprendimiento por oportunidad y por necesidad*

| | Por oportunidad | Por necesidad |
|---|---|---|
| Origen | Se detecta un hueco en el mercado y se decide aprovecharlo | No hay alternativa laboral: desempleo, cierre de la empresa anterior |
| Preparación | Estudio de mercado, plan de negocio, financiación prevista | Escasa, y con recursos propios muy limitados |
| Supervivencia | Mayor: nace de una ventaja real | Menor: nace de una urgencia |

Junto a estas dos aparecen otras motivaciones que rara vez actúan solas: el deseo de **autonomía**, la **realización personal**, el ánimo de lucro, la continuidad de una empresa familiar y, con peso creciente, el **propósito social o ambiental**, que es el motor del emprendimiento social.

### 1.3. El intraemprendedor

El **intraemprendedor** es el trabajador que impulsa proyectos innovadores **dentro de la empresa en la que ya trabaja**, empleando los recursos de esta y sin arriesgar patrimonio propio. Es, por así decirlo, un emprendedor con nómina: aporta la iniciativa y la idea, mientras que la empresa aporta el capital, la estructura y el riesgo. Las ventajas para una empresa consolidada son cuatro:

1. **Innovación sin perder la estructura**. La organización se renueva desde dentro, sin comprar otra empresa ni reorganizarse por completo.
2. **Detección temprana de oportunidades**. Quien está en contacto diario con el cliente o con la máquina ve antes que nadie qué falla y qué falta.
3. **Retención del talento**. Una persona con iniciativa a la que no se deja desarrollarla acaba marchándose, y muchas veces para montar la competencia.
4. **Riesgo repartido**. El proyecto se prueba a pequeña escala dentro de una empresa que ya tiene ingresos, de modo que un fracaso no es letal.

Para que funcione hacen falta condiciones concretas: tiempo y presupuesto asignados, tolerancia al error, canales para que las propuestas lleguen a la dirección y un sistema de reconocimiento. Sin ellas, el intraemprendimiento se queda en un cartel en la pared.


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

**CONVIENE TENER CLARO**

Emprendedor, empresario y directivo no son sinónimos, aunque una misma persona pueda ser las tres cosas. El **emprendedor** pone en marcha el proyecto y asume su riesgo; el **empresario** es el titular de la actividad y responde de ella ante terceros; el **directivo** gestiona la empresa por cuenta de los propietarios, con responsabilidad profesional pero sin arriesgar su patrimonio. En una pyme familiar suelen coincidir en una sola persona; en una gran sociedad cotizada están claramente separados, y esa separación es justamente lo que estudió Galbraith.

## 2. Las teorías sobre el empresario

La pregunta «¿quién es el empresario y por qué gana lo que gana?» tiene casi tantas respuestas como etapas ha atravesado la economía. Cada teoría responde a la realidad empresarial de su tiempo, y por eso no se contradicen tanto como se complementan. Tres autores resultan especialmente útiles —Knight, Schumpeter y Galbraith—, y de cada uno conviene conocer su idea central y saber ilustrarla con un ejemplo.

### 2.1. La visión clásica: el empresario-propietario

Durante los siglos *xviii* y *xix*, cuando la empresa típica era un taller de un solo dueño, propiedad y dirección coincidían. **Cantillon** señaló que el empresario compra factores a precios ciertos para vender a precios inciertos, y que en esa diferencia está su ganancia; **Say** lo definió como el *coordinador de los factores productivos*, el cuarto factor que organiza a los otros tres; **Marshall** le añadió la función de *dirección*. Lo característico de esta visión es que el **empresario es el propietario del capital**, y el beneficio, la retribución de ese capital y del trabajo de dirección. Sigue valiendo para el autónomo y la pyme familiar, pero no explica por qué unos empresarios ganan mucho más que otros con capitales parecidos.

### 2.2. Knight: el empresario-riesgo

En 1921, **Frank H. Knight** publica *Riesgo, incertidumbre y beneficio* y da la primera respuesta moderna: lo que define al empresario no es el capital, sino **la asunción de la incertidumbre**.

El argumento es el siguiente. El empresario **anticipa** las rentas de los factores productivos —paga los salarios a fin de mes, el alquiler, los intereses, las materias primas— **antes de saber si venderá su producción y a qué precio**: convierte unos ingresos futuros e inciertos en unos pagos presentes y ciertos para todos los demás. El **beneficio** es la recompensa por soportar esa incertidumbre; es residual, porque es lo que queda después de pagar a todos, y puede perfectamente ser negativo.

Knight añade una distinción importante. El **riesgo** es medible: se puede estimar su probabilidad y, por tanto, **asegurarse** contra él —un incendio, un accidente laboral, el impago de un cliente—. La **incertidumbre** no es medible ni asegurable: nadie puede poner una probabilidad fiable a que cambie el gusto del consumidor o a que aparezca un competidor con una tecnología nueva. **Esa incertidumbre es la que soporta el empresario, y de ahí sale el beneficio.**

*Ejemplo*: una empresa de calzado paga en enero la piel, la maquila y las nóminas de la colección de primavera, que no sabe si venderá. Si la temporada acompaña, el beneficio es suyo; si no, la pérdida también.

### 2.3. Schumpeter: el empresario innovador y la destrucción creativa

**Joseph A. Schumpeter** desplaza el foco del riesgo a la **innovación**. Para él, el empresario no es el que arriesga ni el que posee el capital —eso lo hace el capitalista, que puede ser otra persona—, sino **quien introduce innovaciones en el sistema económico** y con ello rompe el equilibrio del mercado. El beneficio es el premio temporal a esa innovación, y dura mientras los competidores no la imiten.


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

Schumpeter enumeró cinco tipos de innovación empresarial que siguen sirviendo hoy: un producto nuevo, un método de producción nuevo, la apertura de un mercado nuevo, una fuente nueva de materias primas y una forma nueva de organizar el sector.

De ahí nace su concepto más citado. La **destrucción creativa** es el proceso por el cual las innovaciones destruyen continuamente las estructuras económicas antiguas y crean otras nuevas en su lugar. El progreso no es acumulativo y pacífico: **avanza destruyendo**. El automóvil arruinó a los fabricantes de carruajes, la fotografía digital hundió al carrete químico, y el teléfono móvil se llevó por delante las cámaras compactas, las agendas, los despertadores y los mapas de papel.

La lectura es doble: para el conjunto de la economía la destrucción creativa es **positiva**, porque eleva la productividad y el nivel de vida; para la empresa que no se adapta es **letal**. Y para los trabajadores desplazados tiene un coste real que justifica las políticas de recualificación.

### 2.4. Galbraith: la tecnoestructura

En 1967, en *El nuevo Estado industrial*, **John Kenneth Galbraith** describe una realidad que ya no cabía en las teorías anteriores: la gran sociedad anónima, con miles de accionistas dispersos que no dirigen nada. La **tecnoestructura** es el conjunto de personas con conocimientos especializados —directivos, ingenieros, economistas, juristas, expertos en marketing— que toman de hecho las decisiones en la gran empresa. Galbraith sostiene que **el poder se ha desplazado del propietario al técnico**: el accionista aporta el capital y cobra el dividendo, pero quien decide qué se fabrica, con qué tecnología y a qué precio es un equipo profesional que a menudo no posee ni una acción.

La consecuencia es que cambian los objetivos de la empresa. El accionista quiere el máximo beneficio; la tecnoestructura prefiere **el crecimiento, la estabilidad y la supervivencia de la organización**, porque de ellos dependen su empleo, su retribución y su prestigio. De esa divergencia nacen los sistemas de gobierno corporativo, la retribución variable ligada a resultados y la figura del consejero independiente.

### 2.5. La visión actual

Hoy no se sustituye una teoría por otra, sino que se integran. La concepción actual describe al empresario como un **profesional que descubre oportunidades, las convierte en proyectos viables, lidera equipos, innova y asume el riesgo, y que responde de los efectos de su actividad ante la sociedad**. Recoge, por tanto, a Knight (riesgo), a Schumpeter (innovación) y a Galbraith (dirección profesionalizada), y añade dos elementos propios de nuestro tiempo: el **liderazgo** y la **responsabilidad social**.

**Las cinco respuestas a la pregunta «¿quién es el empresario?»**

| Teoría | Autor y año | Quién es el empresario | Idea central que hay que citar |
|---|---|---|---|
| Clásicos | Cantillon, Say, Marshall | Propietario que dirige su negocio | Aporta el capital y coordina los factores |
| Empresario-riesgo | F. H. Knight (1921) | Quien asume la incertidumbre | Anticipa las rentas de los factores sin saber si venderá |
| Empresario innovador | J. A. Schumpeter (1942) | Quien innova y rompe el equilibrio | Destrucción creativa: lo nuevo desplaza a lo viejo |
| Tecnoestructura | J. K. Galbraith (1967) | Equipo de técnicos que decide | El poder pasa del accionista al directivo especializado |
| Visión actual | Drucker, Kirzner, Bueno | Líder que descubre oportunidades | Dirige, innova, arriesga y crea valor para la sociedad |

Cuadro didáctico. Basta con el autor, la idea central y un ejemplo actual.

*Las teorías sobre el empresario, en orden cronológico. Cada una responde a la empresa dominante en su época: el taller del propietario, la fábrica que arriesga una campaña, la empresa que compite innovando y la gran corporación dirigida por técnicos. Cuadro didáctico.*


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

**EJERCICIO RESUELTO 1 · KNIGHT, SCHUMPETER Y GALBRAITH**

**Enunciado.** Explique la teoría del empresario-riesgo de Knight y la del empresario innovador de Schumpeter, señalando en qué se diferencian. Indique después qué aporta el concepto de tecnoestructura de Galbraith y ponga un ejemplo de cada una de las tres ideas.

1. **Knight: el empresario-riesgo.** Lo que define al empresario es **asumir la incertidumbre**. Anticipa las rentas de los factores —salarios, alquileres, intereses, materias primas— antes de conocer el resultado de la venta, y el beneficio es el **residuo** que queda tras pagarlas: la recompensa por soportar esa incertidumbre, y por eso puede ser negativo. Distingue el riesgo, medible y asegurable, de la incertidumbre, que no lo es.
   *Ejemplo*: una empresa hortofrutícola contrata la recolección y paga los envases en mayo, sin saber a qué precio venderá la fruta en julio.
2. **Schumpeter: el empresario innovador.** El empresario es quien **introduce innovaciones** —un producto, un proceso, un mercado, una fuente de suministro o una forma de organización nuevos— y rompe con ellas el equilibrio del mercado. El beneficio es el premio temporal a esa innovación y desaparece cuando los competidores la imitan. De ahí la **destrucción creativa**: el progreso avanza destruyendo las estructuras viejas.
   *Ejemplo*: el teléfono móvil hizo desaparecer del mercado las cámaras compactas, las agendas de papel y los reproductores de música portátiles.
3. **La diferencia fundamental. Para Knight el beneficio remunera el riesgo; para Schumpeter, la innovación**. En Knight el empresario puede limitarse a repetir lo que ya se hacía, siempre que soporte la incertidumbre; en Schumpeter, quien no innova no es empresario, sino un mero administrador. Además, en Schumpeter el empresario no tiene por qué ser el dueño del capital.
4. **Galbraith: la tecnoestructura.** Aporta el paso siguiente: en la gran empresa se separan propiedad y dirección. La tecnoestructura es el **conjunto de técnicos y directivos especializados** que decide de hecho, mientras el accionista aporta capital y cobra dividendos. Por eso la empresa persigue el crecimiento y la estabilidad más que el beneficio máximo.
   *Ejemplo*: en una sociedad cotizada del IBEX 35 las decisiones sobre qué se fabrica y con qué tecnología las toma el comité de dirección, no la junta general.
5. **Cerrar con la idea integradora.** Las tres visiones son hoy complementarias: el empresario actual asume riesgo, innova y dirige profesionalmente.

**Lo que no puede faltar:** Knight con la idea de incertidumbre y beneficio residual; Schumpeter con la innovación y la destrucción creativa; la diferencia explícita entre ambos; la tecnoestructura y la separación entre propiedad y dirección. Cada idea, con su ejemplo: una definición sin ejemplo queda incompleta.

## 3. La cultura emprendedora

Que haya muchos o pocos emprendedores en un territorio no depende solo del carácter de sus habitantes. Depende sobre todo del **entorno**: de si la sociedad valora al que monta una empresa o desconfía de él, de si fracasar cierra puertas para siempre, de si hay financiación, de si los trámites son sencillos y de si el sistema educativo enseña a tomar iniciativas. A ese conjunto de valores, actitudes e instituciones que favorecen la creación de empresas se le llama **cultura emprendedora**.

### 3.1. El papel de la empresa en el desarrollo de un país

La justificación de todo lo anterior es que la actividad empresarial es la principal fuente de desarrollo de una economía. Los factores que conviene citar, son seis. La empresa **crea empleo y renta**, porque es ella quien contrata y los salarios que paga son la principal fuente de renta de las familias. **Genera valor añadido** y, con él, producto interior bruto: la suma de los valores añadidos de todas las empresas es, esencialmente, el PIB de un país. **Organiza los factores productivos** de forma eficiente para satisfacer


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

necesidades. **Impulsa la innovación**, porque el grueso del gasto en I+D lo ejecutan las empresas y es el progreso técnico lo que eleva la productividad y el nivel de vida. **Financia el sector público** con sus impuestos y cotizaciones. Y **vertebra el territorio**: un tejido empresarial vivo fija población, sostiene los servicios de una comarca y evita la despoblación.

### 3.2. El ecosistema emprendedor

El **ecosistema emprendedor** es el conjunto de agentes, recursos e instituciones de un territorio que hacen posible que una idea se convierta en empresa. Sus piezas son la **financiación** (bancos, sociedades de garantía recíproca, *business angels*, capital riesgo, financiación pública y plataformas de financiación participativa), **formación y talento** (universidades, formación profesional y programas de emprendimiento en secundaria), **infraestructuras de apoyo** (viveros, aceleradoras, parques científicos e institutos tecnológicos), **conocimiento** (centros de investigación y oficinas de transferencia), **mercado** (clientes, proveedores y una demanda dispuesta a probar lo nuevo), **marco institucional** (regulación, fiscalidad, trámites ágiles y seguridad jurídica) y **cultura**, esto es, el valor social que se concede a emprender y el tratamiento que se da al fracaso.

Sobre este último punto, el observatorio *Global Entrepreneurship Monitor* aporta el dato más revelador: el **miedo al fracaso frena a más de la mitad de la población adulta** que ve oportunidades para emprender. Mientras fracasar siga siendo un estigma, el ecosistema tendrá un cuello de botella que ninguna subvención resuelve.

### 3.3. El apoyo institucional

Las administraciones intervienen para corregir los fallos del ecosistema con cuatro clases de instrumentos. **Ayudas económicas**: subvenciones a la creación de empresas, préstamos participativos de ENISA, avales de las sociedades de garantía recíproca, bonificaciones en las cotizaciones y la *tarifa plana* del trabajador autónomo. **Ventajas fiscales**: deducciones en el impuesto de sociedades por I+D+i y por creación de empleo. **Asesoramiento**: ventanillas únicas, cámaras de comercio, agencias de desarrollo local y programas de mentoría en los primeros años, que es cuando más empresas cierran. **Infraestructuras**: viveros, parques científicos e institutos tecnológicos sectoriales.

La pieza más reciente es la **Ley 28/2022, de fomento del ecosistema de las empresas emergentes** —la llamada «ley de *startups*»—, que permite a una empresa emergente tributar al **15 %** en el impuesto de sociedades en el primer ejercicio con base positiva y en los tres siguientes, aplazar deudas tributarias y quedar exenta de los pagos fraccionados. Para acogerse ha de tener **menos de cinco años** de antigüedad —siete en biotecnología, energía, industria y otros sectores estratégicos—, una facturación que no supere los **10 millones de euros**, carácter innovador y escalable, no cotizar en bolsa y no repartir dividendos.

### 3.4. El techo de cristal y el emprendimiento femenino

El **techo de cristal** es el conjunto de **barreras invisibles** —no escritas en ninguna norma, pero muy eficaces— que impiden a las mujeres alcanzar los puestos de mayor responsabilidad o acceder en igualdad a los recursos necesarios para emprender. Se llama «de cristal» precisamente porque no se ve: no hay ningún reglamento que lo establezca, y sin embargo detiene.

Sus causas principales son cuatro: el **reparto desigual de los cuidados**, que recae mayoritariamente sobre las mujeres y reduce el tiempo y la disponibilidad que exige un proyecto empresarial en sus primeros años; los **estereotipos sobre el liderazgo**, que asocian la autoridad a rasgos masculinos; el **acceso desigual a la financiación**, pues los proyectos liderados por mujeres reciben menos capital riesgo y afrontan mayores exigencias de garantías; y la **menor presencia en las redes de contacto** informales, donde circulan las oportunidades y la información.

En España la creación de empresas está ya casi equilibrada: la tasa de actividad emprendedora es prácticamente la misma en mujeres y en hombres, con una diferencia de algo más de un punto porcentual (8,5 % en hombres y 7,2 % en mujeres, según el informe de 2025-2026). El desequilibrio no


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

está tanto en emprender como en **llegar arriba y crecer**. En las sociedades cotizadas, la presencia femenina en los consejos de administración del IBEX 35 alcanzó el **42,19 %** en 2025, por encima ya del objetivo legal del 40 %, pero en la **alta dirección** —los comités ejecutivos, donde se decide de verdad— se quedó en el **27,71 %**. La diferencia entre esas dos cifras es, con mucha exactitud, el techo de cristal.

El marco jurídico vigente es la **Ley Orgánica 2/2024, de representación paritaria y presencia equilibrada de mujeres y hombres**, que exige que ningún sexo represente menos del 40 % en los consejos de administración de las sociedades cotizadas y de las entidades de interés público. Junto a ella actúan los planes de igualdad obligatorios, los permisos por nacimiento equiparados y los programas específicos de apoyo al emprendimiento femenino.

**LA EMPRESA Y LA ACTUALIDAD**

El informe *Global Entrepreneurship Monitor* es la radiografía anual del emprendimiento en España. Su indicador principal, la **tasa de actividad emprendedora (TEA)**, mide el porcentaje de población de 18 a 64 años que está creando una empresa o dirige una de menos de tres años y medio de vida. En el informe de 2025-2026 se situó en el **7,8 %**, seis décimas más que el año anterior, con una **intención de emprender del 13,8 %**, mientras que el miedo al fracaso seguía frenando a en torno al **55 %** de quienes ven oportunidades. El problema español no es tanto la falta de ideas como la falta de una cultura que normalice el error.

### 3.5. La inclusión y el emprendimiento

Emprender no está igual de al alcance de todos. El ecosistema que ayuda a quien tiene capital, contactos y experiencia puede dejar fuera a quien carece de alguna de las tres cosas o se enfrenta a barreras añadidas. La **inclusión**, aplicada al emprendimiento, consiste en eliminar esas barreras para que personas de colectivos con más dificultades —personas con discapacidad, jóvenes, mayores o migrantes— puedan crear y hacer crecer una empresa en condiciones de igualdad. Es el mismo razonamiento que el del techo de cristal, aplicado a otros colectivos.

Los datos del informe *Global Entrepreneurship Monitor* muestran que estos colectivos sí emprenden. En el informe de 2025-2026, la tasa de actividad emprendedora de las personas con discapacidad fue del **8,6 %**, algo por encima de la del conjunto de la población (7,8 %), y la de las personas de origen migrante, del **13,7 %**: según el propio informe, duplica la de la población española, aunque estas personas abandonan con más frecuencia. Los jóvenes de 18 a 24 años y las personas de 55 a 64 años suponen cada grupo en torno al **11 %** de quienes están creando o acaban de crear una empresa. Las barreras y los apoyos, en cambio, son distintos para cada colectivo:


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

*Barreras y apoyos al emprendimiento de distintos colectivos*

| Colectivo | Barreras habituales | Apoyos y particularidades |
|---|---|---|
| Personas con discapacidad | Accesibilidad de espacios y herramientas, dificultad para ofrecer garantías y prejuicios sobre su capacidad | Condiciones más favorables en las cuotas reducidas de autónomo; empresas creadas para emplear a personas con discapacidad, como los centros especiales de empleo |
| Jóvenes | Falta de capital propio, de historial crediticio y de experiencia | Cuota reducida de autónomo en los primeros meses de actividad, como para cualquier nuevo autónomo; préstamos participativos, mentoría y formación emprendedora |
| Mayores | Necesidad de emprender tras perder el empleo y menor familiaridad con las herramientas digitales | Experiencia, contactos y ahorro propios, que compensan en parte esas barreras; formación digital y asesoramiento |
| Migrantes | Idioma, trámites de residencia y trabajo, y falta de historial crediticio y de redes locales | Asesoramiento de cámaras de comercio y entidades sociales; la Ley 14/2013 prevé una vía de residencia para extranjeros con una actividad emprendedora innovadora y de especial interés económico |

Hay además un **emprendimiento social**: el de las iniciativas cuyo objetivo principal es resolver una necesidad social o ambiental, de modo que el beneficio es un medio para sostener la actividad y no el fin. Cuando esa necesidad es la falta de oportunidades de un colectivo, se habla de **emprendimiento inclusivo**. En España hay dos figuras legales que lo ilustran. La **empresa de inserción** (Ley 44/2007) es una sociedad mercantil o una cooperativa, calificada por la comunidad autónoma, que produce bienes o servicios en el mercado con el fin de integrar y formar sociolaboralmente a personas en situación de exclusión social, como paso hacia el empleo ordinario. El **centro especial de empleo** (Real Decreto Legislativo 1/2013) es una empresa que produce bienes o servicios en el mercado con la finalidad de dar empleo remunerado a personas con discapacidad y servir de puente hacia el empleo ordinario; al menos el 70 % de su plantilla ha de tener discapacidad. La Ley 4/2026 les ha dado una nueva denominación, «empresas para la inclusión laboral de las personas con discapacidad».

**CONVIENE TENER CLARO**

Tres distinciones. Primera: las barreras son distintas para cada colectivo, y por eso lo son los apoyos. Segunda: el **emprendimiento inclusivo** se define por quién emprende o a quién da oportunidades, y el **emprendimiento social** por el fin de la empresa; pueden coincidir, pero no son sinónimos. Tercera: la **cuota de reserva** obliga a las empresas de 50 o más trabajadores a reservar al menos el 2 % de la plantilla a personas con discapacidad (artículo 42 del Real Decreto Legislativo 1/2013); es una medida de *empleo por cuenta ajena*, no de apoyo a quien crea una empresa.

## 4. La innovación

### 4.1. Invención, innovación y difusión

Es la distinción que más se confunde:

Invención = crear algo nuevo · Innovación = llevarlo al mercado con éxito


© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice