Las**competencias profesionales** (*hard skills*) del emprendedor tienen que ver con la formación, los conocimientos técnicos y la experiencia. Es el "saber" y el "saber hacer".

Las **competencias sociales** (*soft skills*) se refieren a la iniciativa, la confianza en uno mismo, la creatividad, la capacidad de innovar, la responsabilidad y el compromiso. También lo son la empatía, la asertividad, la capacidad de trabajar en equipo, de liderar un equipo, de negociar, de resolver problemas y de tomar decisiones. Es el "saber estar".

La **motivación** (del latín *movere*), es aquello que activa la conducta y le imprime dirección, fuerza y mantenimiento. Puede ser extrínseca (emprender para enriquecerse) o intrínseca (emprender para cambiar el mundo).

La **confianza en uno mismo** deriva de la autoestima, que es la percepción que uno tiene de sí a la hora de evaluar sus pensamientos, sentimientos y comportamientos. Es sentir que se tienen capacidades y actitudes, expresar opiniones y tomar decisiones.

El emprendedor aplica algún tipo de **innovación**, que puede ser crear algo nuevo o mejorar lo existente. La innovación es un cambio que deja atrás modelos estables, el pensar y hacer siempre lo mismo. Deriva de la **creatividad**, la capacidad de generar ideas, soluciones o formas de enfocar un tema. La mayor parte del tiempo el cerebro está ocupado con pensamientos de carga afectiva y no somos conscientes de otras asociaciones en nuestra mente. Cualquier actividad que deja de lado la autocensura, se escapa de la rutina o disminuye los niveles de ansiedad, facilita que afloren esos otros pensamientos dispersos y se produzca el "chispazo".

La espontaneidad, la intuición y la imaginación inspiran la idea y esta se materializa en el proyecto empresarial. Después hay que valorar la**viabilidad**:

- Técnica: si es posible desarrollar el proyecto.

- Comercial: cómo satisface necesidades y cómo crea valor.

- Económica: los recursos y la inversión.

Para generar una idea **el emprendedor observa el entorno**. El mundo evoluciona rápido,**la historia se acelera**. Los cambios económicos, tecnológicos, demográficos, medioambientales, culturales, políticos y sociales generan nuevos hábitos y comportamientos que pueden suscitar alternativas de negocio.

**2. Ventajas e inconvenientes de las PYMES.**

**Ventajas:**

- Flexibilidad y rapidez de adaptación a los cambios del mercado.

- Especialización.

- Trato directo al cliente.

**Inconvenientes**:

- Limitaciones financieras y dificultades de acceso al crédito.

- Imposibilidad de implementar economías de escala (cuantas más unidades se producen más barato resulta producir cada unidad).

- Envejecimiento tecnológico y obsolescencia (desfase tecnológico) de los equipos.

**Grosso modo**

**Producto central**: la definición, el epígrafe, el título de mi negocio. Por ejemplo, una tintorería.

**Producto aumentado**: bienes o servicios asociados a la idea de negocio y que lo complementan. Por ejemplo, en la tintorería además se hacen arreglos de ropa.

**Valor añadido:** ventaja competitiva o comparativa, aquello que diferencia al negocio de la competencia. Por ejemplo, abierto 24 horas.

**Utilidad**: es un concepto abstracto, la solución que busca cada cliente. Puede ser precio, calidad, seguridad, imagen, diseño, comodidad, etc.

La idea de negocio es una descripción breve y clara de las operaciones básicas del negocio que se desea poner en marcha. Una idea innovadora de negocio no es necesariamente un invento. Muchas ideas de negocio no parten directamente de grandes descubrimientos técnicos, sino de la observación de las necesidades que se producen en la sociedad que nos rodea, de observar con atención la vida cotidiana. Las ideas de negocio innovadoras deben poseer características que las hagan especiales o diferentes, deben ser aceptadas por los clientes y consumidores y deben promover nuevos usos o nuevos mercados aprovechando las oportunidades que se presentan día a día.

Los emprendedores son identificadores de oportunidades que se convierten en ideas de negocio. Para ello orientan sus capacidades imaginativas, creativas e innovadoras y empiezan a asociar esa idea con mercados, clientes, tecnología, recursos y contactos con la intención de establecer un negocio.

Estrategia que plantea dos mercados diferentes representados por océanos:

**Océano rojo:** se caracteriza por la competencia entre empresas que exploran la demanda.

**Océano azul:** está sin explorar. Se caracteriza por la ausencia de competencia entre empresas, que mediante la innovación en el modelo de negocio y la búsqueda de nichos de mercado, buscan crear demanda.