

**INNOVETATS**

**30/06/2025**

### **El sodio, la nueva promesa para baterías más baratas**

**Lo hemos visto en:** <https://technologyreview.es/article/el-sodio-la-nueva-promesa-para-baterias-mas-baratas/>

En última instancia, el litio es el monstruo de la industria de las baterías, y enfrentarse a él va a ser difícil para cualquier química alternativa. Pero ceñirse a los nichos que tienen sentido podría ayudar al sodio-ión a progresar en un momento en el que se necesitan todos los tipos de baterías de éxito que podamos conseguir.

### **Cómo superar el miedo al fracaso de la innovación (en inglés)**

**Lo hemos visto en:** <https://bradenkelley.com/2025/06/overcoming-the-fear-of-innovation-failure/>

Una de las mayores barreras para la innovación es el miedo al fracaso. Muchas organizaciones, especialmente las grandes corporaciones, desarrollan culturas donde se desalienta la toma de riesgos porque el fracaso suele tener consecuencias negativas. Esto genera estancamiento, ya que empleados y líderes rehúyen las ideas innovadoras que conllevan riesgos potenciales. El factor clave para superar el miedo al fracaso es la seguridad psicológica: cuando los miembros del equipo se sienten seguros para expresar ideas, tomar riesgos y cometer errores sin temor a ser juzgados o penalizados, es más probable que experimenten.

### **La próxima revolución en innovación, facilitada por la IA (en inglés)**

**Lo hemos visto en:** <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-next-innovation-revolution-powered-by-ai>

La innovación ha sido el motor del extraordinario progreso del que se ha beneficiado la humanidad durante un par de siglos, pero enfrenta una amenaza en gran medida oculta: innovar es cada vez más difícil y costoso. El artículo identifica 3 canales principales a través de los cuales las tecnologías de IA pueden acelerar la innovación, cada uno con un tipo de modelo correspondiente: aumentar la velocidad, el volumen y la variedad de generación de candidatos de diseño; acelerar la evaluación de candidatos a través de modelos proxy de IA; y acelerar las operaciones de investigación.

### **El cielo como la nueva última milla: la economía de baja altitud y la ventaja estructural de China**

**Lo hemos visto en:**

<https://www.enrquedans.com/2025/06/el-cielo-como-la-nueva-ultima-milla-la-economia-de-baja-altitud-y-la-ventaja-estructural-de-china.html>

La llamada low-altitude economy, economía de baja altitud (o 低空经济 en el idioma del país que la domina) engloba todas las actividades comerciales de transporte de viajeros y mercancías que se desarrollan en la franja de aire situada por debajo de los mil metros. El Bank of America Institute la describe como un nuevo ecosistema impulsado por la convergencia de drones y aeronaves eléctricas de despegue y aterrizaje vertical (eVTOL) que amplía la conocida «última milla» hacia arriba. Según sus magnitudes potenciales, se prevé un crecimiento medio anual en este ámbito del 62% en la flota civil de eVTOL entre 2025 y 2030, y cifra el mercado global de movilidad aérea urbana en 61,000 millones de dólares para 2045. Estamos, por tanto, ante la siguiente gran frontera de la logística, el transporte de pasajeros y la prestación de servicios públicos.

**Francia aprueba por mayoría aplastante la ley anti Shein para frenar la moda ultra rápida**

**Lo hemos visto en:** <https://www.agecu.es/2025/06/francia-aprueba-por-mayoria-aplastante-la-ley-anti-shein-para-frenar-la-moda-ultra-rapida/>

El Senado francés ha aprobado con 337 votos a favor y solo uno en contra la llamada “ley anti Shein”, una normativa destinada a regular el impacto de las grandes plataformas extranjeras de moda rápida como Shein y Temu. La ley, que aún debe ser consensuada entre ambas cámaras, incluye sanciones de hasta 10 euros por prenda a partir de 2030 y un impuesto adicional sobre paquetes procedentes de fuera de la UE. Así, Francia se convierte en el primer país en legislar contra este modelo de negocio, con el objetivo de proteger la sostenibilidad ambiental y al comercio textil nacional.

**Invertir en innovación: tres maneras de hacer más con menos (en inglés)**

**Lo hemos visto en:** <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/investing-in-innovation-three-ways-to-do-more-with-less>

En épocas de volatilidad económica, los líderes empresariales tienden a centrarse en la rentabilidad a corto plazo, postergando a menudo los proyectos a largo plazo diseñados para impulsar el crecimiento. Sin embargo, como demuestran las extensas investigaciones de Mckinsey, las empresas que adoptan un enfoque de ciclo completo para invertir en crecimiento e innovación superan constantemente a sus competidores.

**El consumidor en 2025: cuando la disrupción se convierte en permanente (en inglés)**

**Lo hemos visto en:** <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/state-of-consumer>

No es que los consumidores actuales sean irracionales, sino que los viejos marcos utilizados para interpretar su comportamiento ya no son aplicables. Lo que antes parecían adaptaciones a corto plazo, fruto de la pandemia de COVID-19, se han consolidado en cambios de comportamiento duraderos. A medida que el mundo se adentra en la segunda mitad de la década, las empresas que trabajan con el consumidor se enfrentan a nuevos desafíos, pero comprender las motivaciones de un consumidor impredecible puede ayudarles a mantenerse ágiles y relevantes.

**Capital privado en el sector tecnológico: del refugio a la oportunidad**

**Lo hemos visto en:**

<https://www.tendencias.kpmg.es/2025/06/capital-privado-sector-tecnologico/>

La naturaleza de los flujos de capital hace que se muevan hacia los mercados más atractivos, con mayor rentabilidad o con una perspectiva favorable de crecimiento. Ante la nueva normalidad, marcada por la incertidumbre, los inversores buscan la seguridad en las inversiones, y muchos de ellos han visto en el sector de la tecnología un refugio.