



1. La idea emprendedora
  2. Técnicas para estimular la creación de ideas
  3. Formula y comunica tu idea
  4. La construcción del modelo de negocio: el modelo Canvas
  5. La investigación de mercado
  6. [El proceso de investigación de mercado](#)
- Organizo mis ideas



**El emprendedor**



¡VE lo que todos los demás han visto!  
¡PIENSA lo que nadie más ha pensado!  
¡HACE lo que nadie más ha hecho!



El bien o servicio no puede ser uno más del mercado. **¡Hay que diferenciarlo!**

**¿Cómo podemos fomentar la creatividad empresarial?**

**Fase de investigación y recopilación** de la mayor información posible



**Fase de reelaboración, organización y valoración** de toda esa información



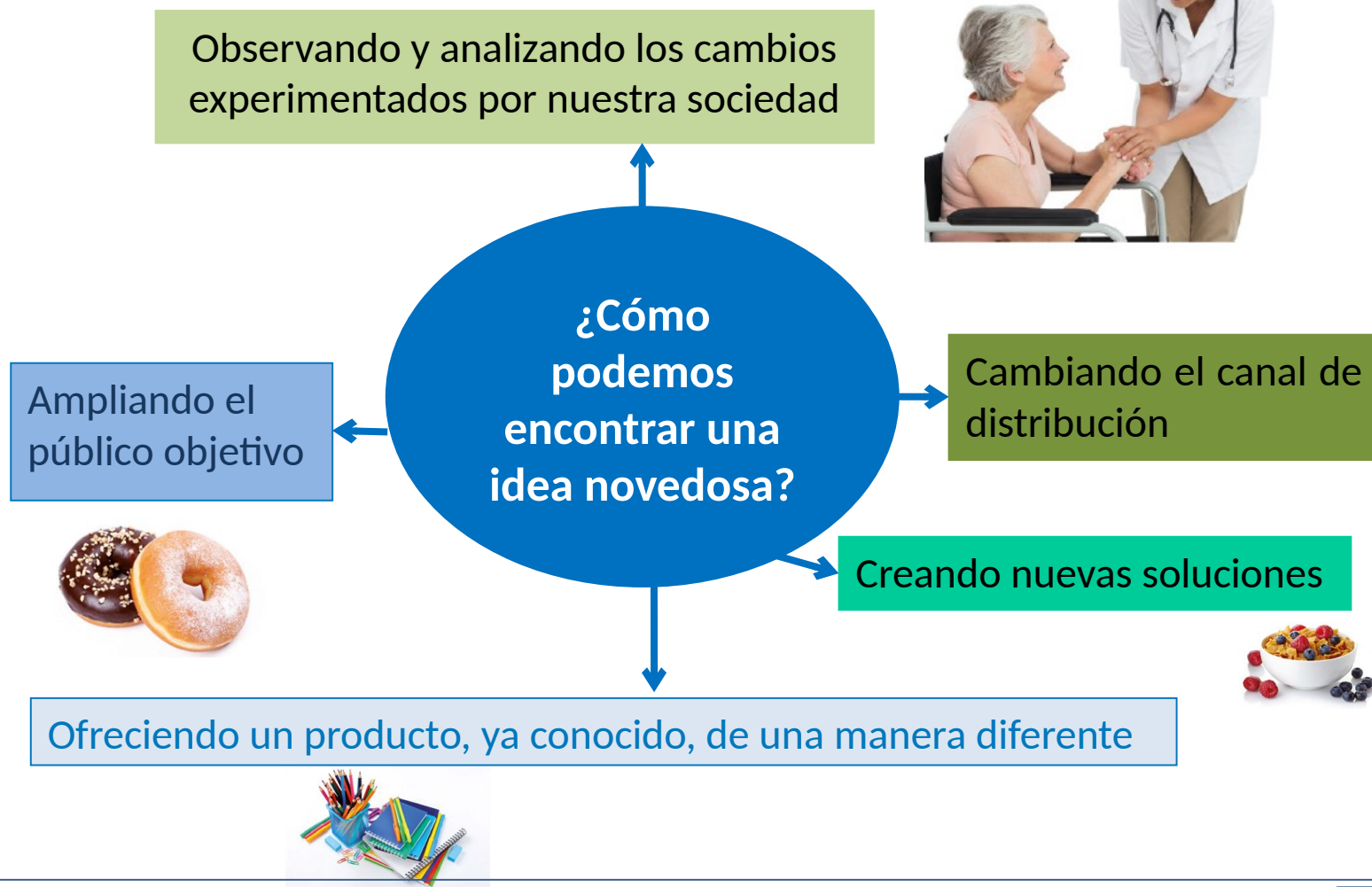
**Fase de incubación:** nuestra mente trabaja, de forma inconsciente, buscando una solución



**Fase de iluminación o inspiración,** en la que surge la idea genial



En la fase de **configuración final y desarrollo de la idea**, se comprueba la validez de nuestra idea y el grado de consecución de los objetivos



### 1. La tormenta de ideas o *brainstorming*

#### Etapas

1. Elección del tema

2. El coordinador selecciona las mejores ideas y canaliza el debate dentro de un tiempo prudente que fija el propio grupo

3. Se trabajan las ideas, hasta alcanzar un punto de decisión

### 2. El pensamiento lateral (Edward de Bono)

### 3. El listado de atributos

Es **adecuado para** la generación de nuevos productos o mejorar los existentes

Se elabora una **tabla** con tres columnas:

- ☐ En la 1.<sup>a</sup> se indican los componentes del bien o servicio objeto de estudio
- ☐ en la siguiente columna se anotan los atributos de cada componente y
- ☐ en la última, nuevas ideas que permiten cambiar o mejorar cada atributo.

# La idea emprendedora

## 3. Formula y comunica tu idea



### Formula y comunica tu idea emprendedora

- ☐ ¿Qué necesidades satisface?
- ☐ ¿Qué valor añadido aporta? ¿Qué novedad incluye?
- ☐ ¿Qué recursos necesitamos para llevarlo a cabo? Sería conveniente describir brevemente el producto y las fases de producción. ¿Es viable?
- ☐ ¿A quién se dirige el producto (el público objetivo), ¿es un número representativo?
- ☐ ¿Hay otras empresas que cubren esta necesidad? ¿Contamos con alguna ventaja competitiva con respecto a la competencia?
- ☐ ¿A qué sector económico pertenece la idea? Este sector, ¿está en fase de desarrollo o de estancamiento? ¿Cómo se prevé su evolución?
- ☐ ¿Hay dificultades legales para poner en marcha el desarrollo de la idea?
- ☐ ¿La idea es realizable en el lugar y en el momento actual?

# La idea emprendedora

## 3. Formula y comunica tu idea

### El *storytelling* o el arte de contar historias

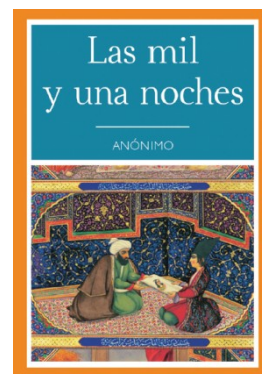
Explica la idea de la forma más atractiva posible



¡No dejes escapar ningún detalle del producto que ofreces!

#### Ejemplo:

El cuento de *Las mil y una noches*



Maya Angelou: «Sabemos que la gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará lo que les hiciste sentir»



«La importancia de dar» | THAI LIFE INSURANCE <  
<https://bit.ly/Importancia-de-dar>>



## El modelo de negocio

### El modelo Canvas

Idea

Modelo de negocio (Canvas)

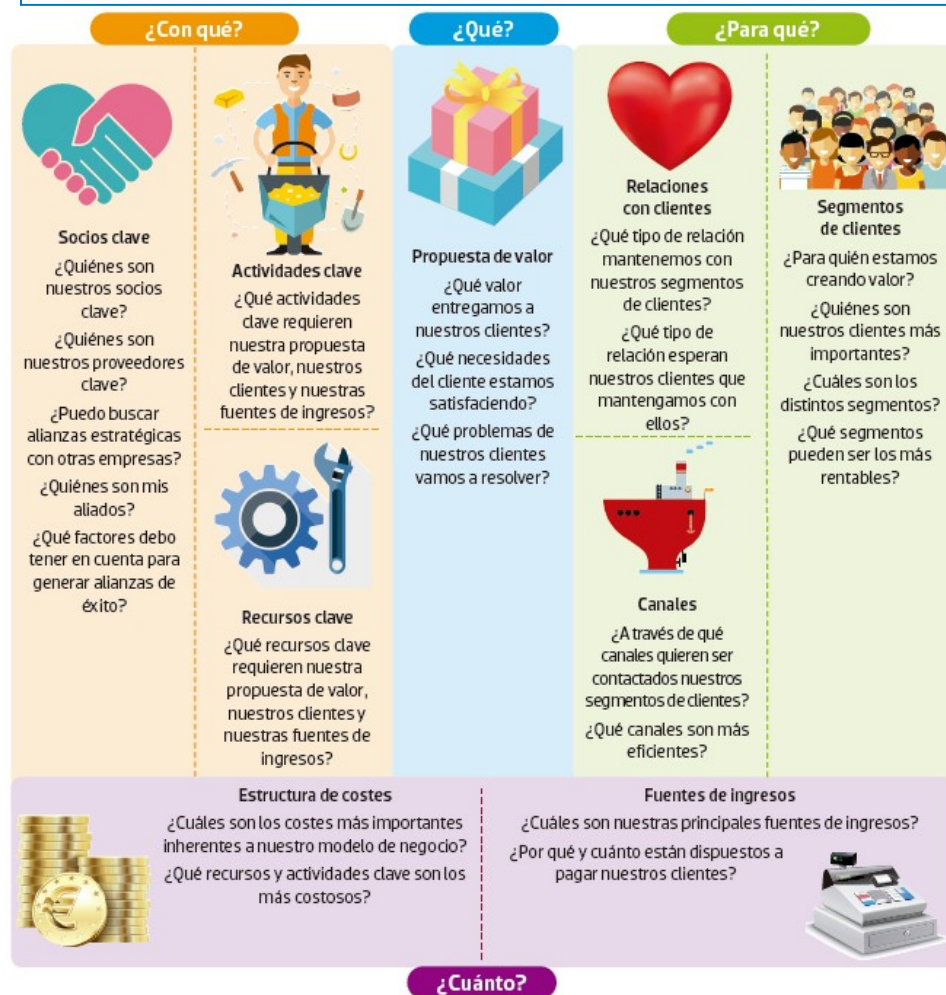
Investigación de mercado

Experimentación (Lean Startup)

Validación del modelo de negocio

Proyecto de empresa

Es la forma en que una organización crea, entrega y captura valor. Es el modo de generar riqueza.



¿Cuánto?



### ¿En qué consiste la investigación de mercado?

Consiste en la **recopilación y análisis de toda la información posible sobre el mercado en el que va a operar la empresa.**

Permite comprobar la viabilidad de nuestra idea y diseñar las estrategias adecuadas para iniciar nuestro proyecto.

### Conceptos básicos

Mercado

Mercado potencial de una empresa

Segmentación de mercado



Público objetivo o *target*

Cuota de  
mercado

$$\text{Cuota de mercado} = \frac{\text{Mercado actual empresa}}{\text{Mercado total producto}} \times 100$$

Clientes potenciales

Nicho de mercado





### Finalidad de la investigación de mercado

Obtener la información necesaria que permita tomar decisiones adecuadas para el éxito del proyecto.

### Contenido

La investigación de mercado ha de contener como mínimo un análisis de:

El producto

Los consumidores

La competencia

Los proveedores

El entorno

# La idea emprendedora

## 5. La investigación de mercado



### El producto



Tiene unos atributos esenciales

Unas utilidades inducidas

Otros servicios relacionados



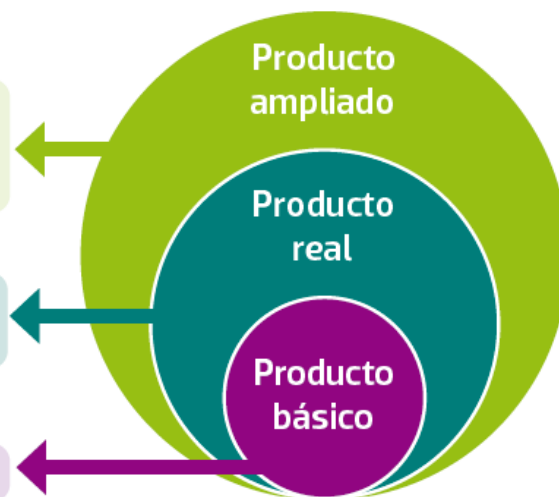
El diseño y el envase

La marca y la imagen de marca

Son los atributos extrínsecos al producto que aumentan su utilidad y proporcionan un valor añadido: servicio posventa, garantía, financiación, entrega y servicio a domicilio, instalación, ventajas del producto respecto a la competencia...

Son las características del producto que permiten que cumpla su función básica: diseño, envase, imagen de marca, nivel de calidad...

Son los atributos esenciales del producto y la necesidad básica que satisface.



Productos sustitutivos

Productos complementarios

# La idea emprendedora

## 5. La investigación de mercado



### Tipos de innovación

#### Innovación de producto

El balón que salva vidas:  
<<https://bit.ly/BalónGigante>>

#### Innovación de proceso

La implantación de la firma digital en las empresas.

#### Innovación de organización

Flat Pack de Ikea

#### Innovación de marketing



# La idea emprendedora

## 5. La investigación de mercado

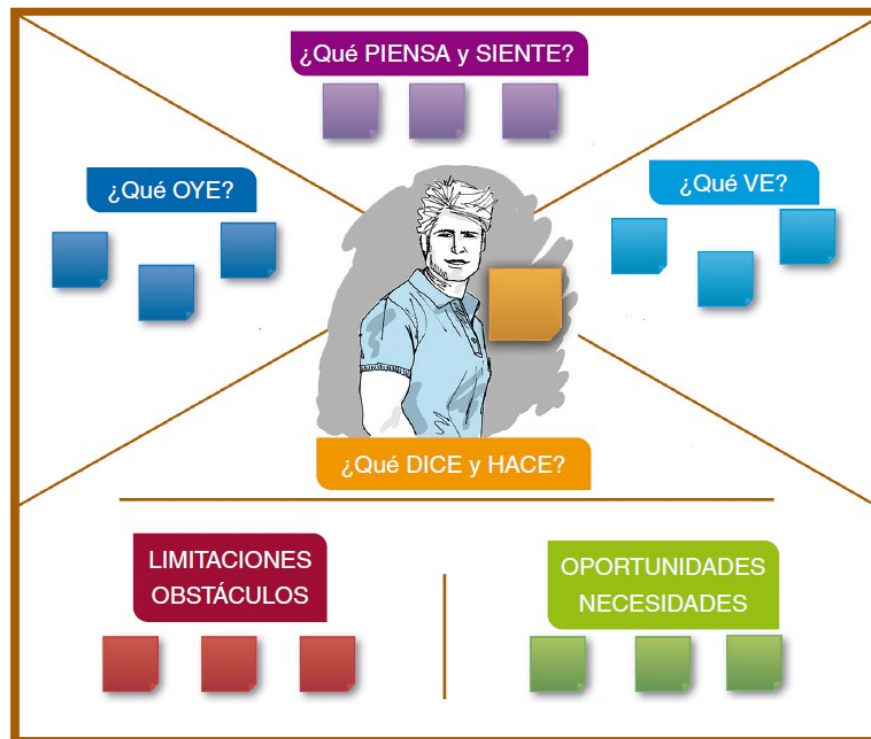
### Los consumidores

Estudio sociodemográfico sobre:

- ☐ Los consumidores potenciales
- ☐ Las características de los consumidores potenciales
- ☐ La capacidad de nuestro producto para cubrir satisfactoriamente un nicho de mercado

### El mapa de empatía

Es una herramienta que nos ayuda a «ponernos en el lugar de nuestra clientela».



# La idea emprendedora

## 5. La investigación de mercado

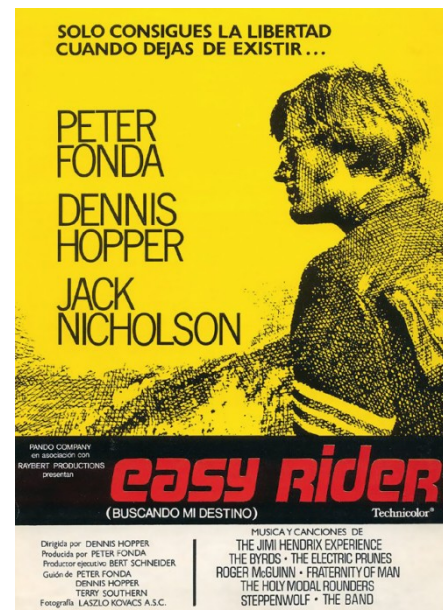
### La competencia

- ☐ Identificar la competencia
- ☐ Analizar la competencia
- ☐ Realizar un análisis DAFO

### Ejemplo: El caso Harley-Davidson



<[https://bit.ly/H\\_Davidson](https://bit.ly/H_Davidson)>



### Los proveedores

### El entorno



### ¿Qué es?

Es un proceso organizado, sistemático y objetivo, cuya finalidad es favorecer la toma de decisiones, establecer objetivos y diseñar políticas de actuación.

### Fases de la investigación de mercado

1. Establecer el objeto de la investigación
2. Diseñar la investigación
3. Obtener información, (fuentes fiables y actuales)
4. Tratamiento y análisis de los datos

### Fuentes de información

Primaria

Secundaria

### Tipos de investigación

Cuantitativa

Cualitativa

# La idea emprendedora

## Organizo mis ideas

