

Unidad 1

QUIERO CREAR MI PROPIA EMPRESA

LA IDEA DE NEGOCIO



LA IDEA DE NEGOCIO

**¿Cuál es mi vocación? ¿Estoy preparado/a para crear mi propia empresa?
¿Cómo empiezo?**



Mi objetivo es...

Conocer los conocimientos técnicos necesarios para generar, desarrollar y llevar a cabo una idea de negocio o empresa.

LA IDEA DE NEGOCIO

Todo proyecto empresarial necesita tres pilares básicos para poder llevarse a cabo:



1. UN EMPRENDEDOR/A

2. UNA IDEA VÁLIDA

3. UN CAPITAL INICIAL

¿Cómo puedo tener una IDEA VÁLIDA?

El **punto de partida** de un proyecto empresarial es la **idea de negocio** que un emprendedor/a puede ser capaz de generar.



Pero...

¿cómo la conseguimos?

El éxito de la empresa dependerá de:
la **originalidad de la idea** y la **capacidad creativa e innovadora del emprendedor/a**
O
las **necesidades que pueda satisfacer** y los huecos de **mercado que pueda cubrir**

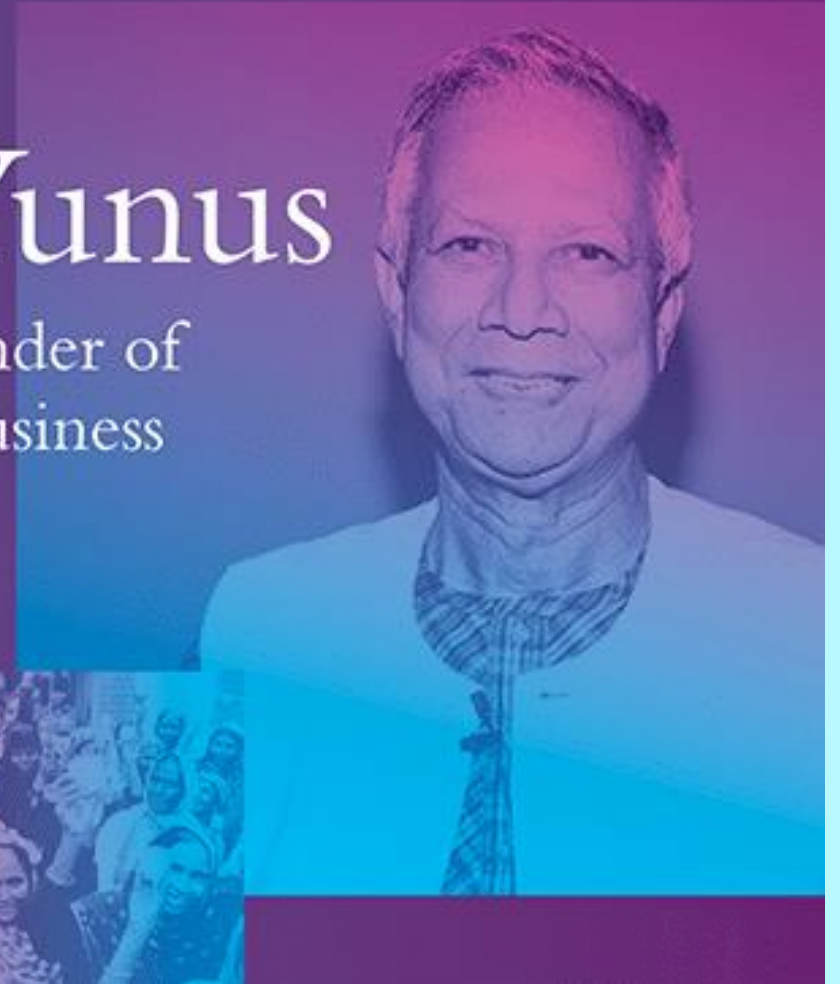
Elementos de la creatividad

1. **La curiosidad:** Se trata de pensar más allá de lo meramente cotidiano. “Abrir surcos de pensamiento”.
2. **La experiencia:** Conviene no especializarse en algún conocimiento en concreto porque nos cerramos a nuevos campos por descubrir. “Cuanto más sabes de algún tema en concreto, menos creativo eres porque todo lo vinculas a la experiencia”
3. **La imaginación:** Se trata de proponer hipótesis. “Qué pasaría si ...”



Muhammad Yunus

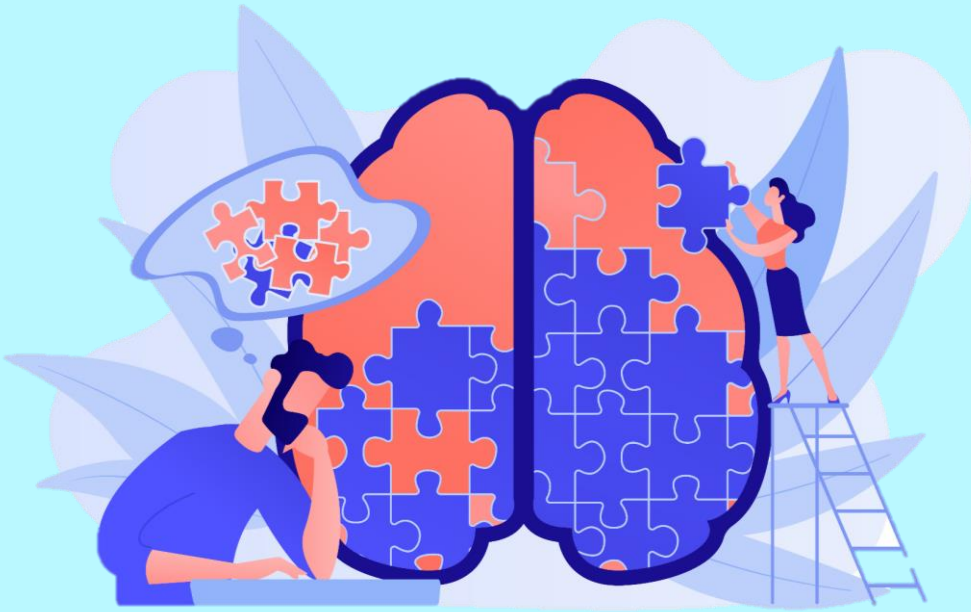
Nobel Peace Prize recipient, Founder of
Grameen Bank & Yunus Social Business



IDEA de negocio: Microcréditos

Pequeños **créditos solidarios sin garantía** destinados a los más necesitados para que puedan realizar una actividad independiente y creativa y romper *el círculo vicioso* de la pobreza.

¿Cómo pensamos?



Nuestro cerebro no guarda la información alfabéticamente, sino que asocia conceptos.

Siempre “tira mano” de aquello que tenemos más cerca, de lo que nos es más conocido, condicionado por las experiencias y vivencias personales.

NOS BASAMOS EN CREENCIAS Y SUPUESTOS

“ No me gusta Pensar”

Ante un problema, no sabemos ser originales. Con la “Pausa” creativa: “ROMPEMOS ESQUEMAS”:

Se trata de dedicar tiempo a “pensar” en aquellas cuestiones que “generalmente” no le dedicamos tiempo, con el fin de proponer soluciones a problemas que puedan surgir.

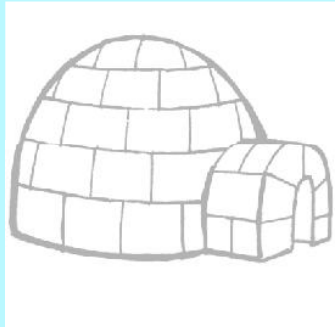
Vamos a fomentar el pensamiento creativo...

¡¡Qué artistas somos!!

¿Dibujamos?

Instrucciones... **DIBUJA UNA CASA**





CREATIVIDAD...

En una entrevista de trabajo se formuló **una situación ficticia en la que se tenía que elegir una de las tres posibilidades ofrecidas, y razonar por qué había escogido esa.**

Usted se encuentra conduciendo por una carretera durante una noche de tormenta. Al pasar por delante de una parada de autobús, ve a tres personas esperándolo:

- 1. Una anciana que parece que estuviera a punto de morir.**
- 2. Un viejo amigo que una vez le salvó la vida.**
- 3. El hombre/mujer perfecto con el que has estado soñando toda tu vida.**

¿A quién elegiría llevar en su coche, sabiendo que solo hay capacidad para un pasajero más?



El candidato que fue contratado de entre 200 candidaturas simplemente respondió:

“Yo le daría las llaves del coche a mi viejo amigo, y le diría que llevase a la anciana al hospital lo antes posible.

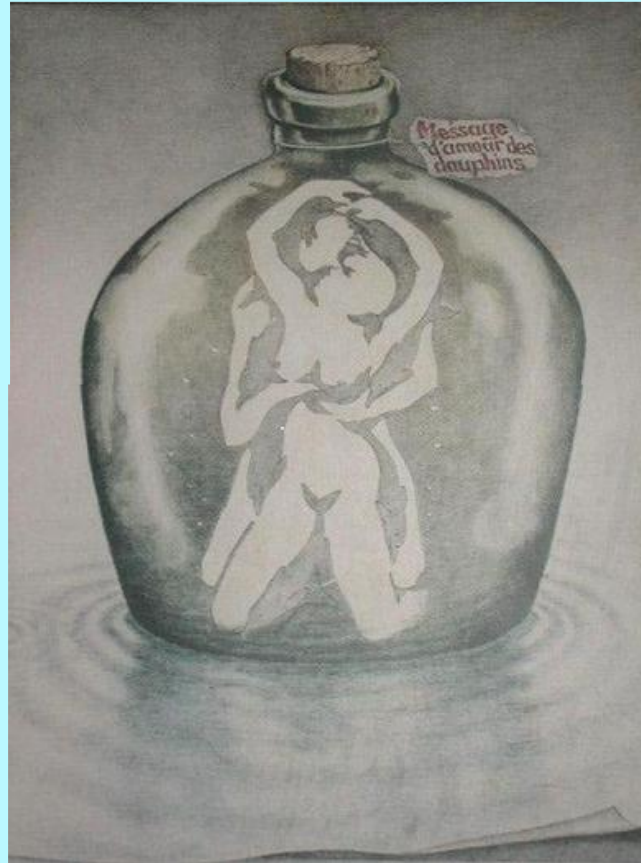
De esta forma, me quedaría esperando el autobús con la mujer de mis sueños”

Ser creativo/a implica...

- Librarnos de nuestros esquemas mentales y atrevernos a **salir de nuestra zona de confort**, ¡no pasa nada!
- **Ir más allá de lo inmediato**, no quedarnos con la primera idea o solución que nos viene a la cabeza.
- Atrevernos a **saltar algunas reglas**. Siempre podemos volver a ellas más tarde, pero nos ayudarán a tomar distancia.
- **Mirar, observar, más allá** de lo que nos rodea.



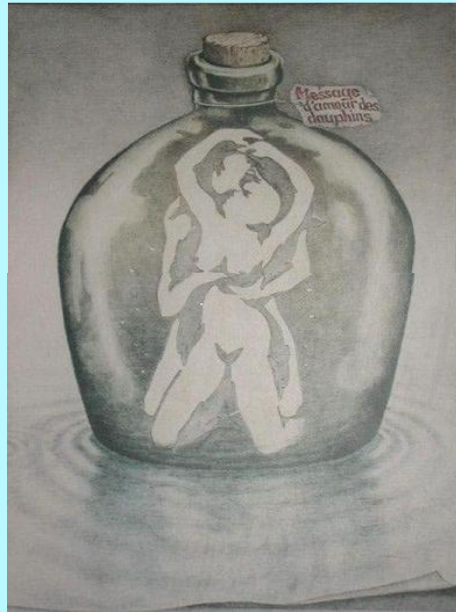
¿Qué ves en la foto?



¿No has observado más allá?

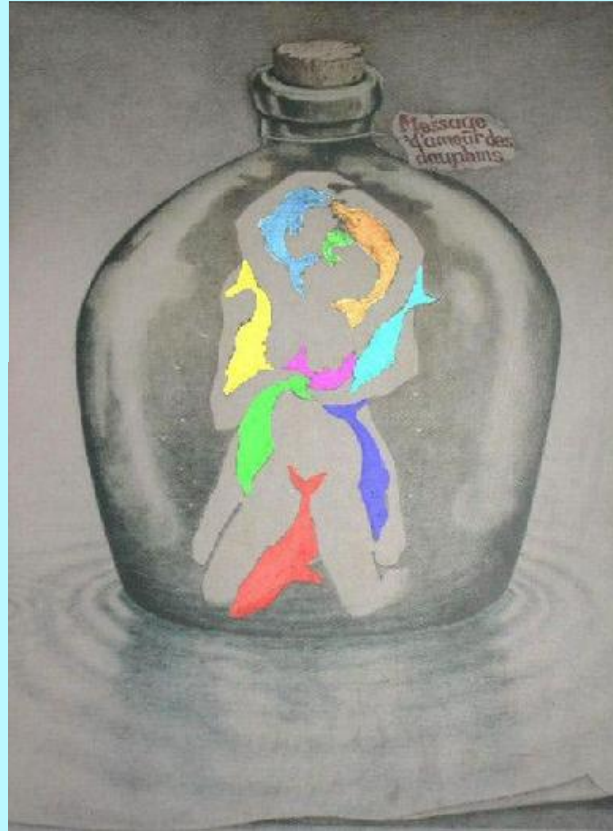
Recientes investigaciones demostraron que los niños no pueden identificar la pareja porque no tienen la mente asociada a ese escenario.

Sin embargo, el resto de las mentes están lo suficientemente corruptas para ver más allá.



¿Qué pasaría si miro más allá?

¿Qué ves en la foto?



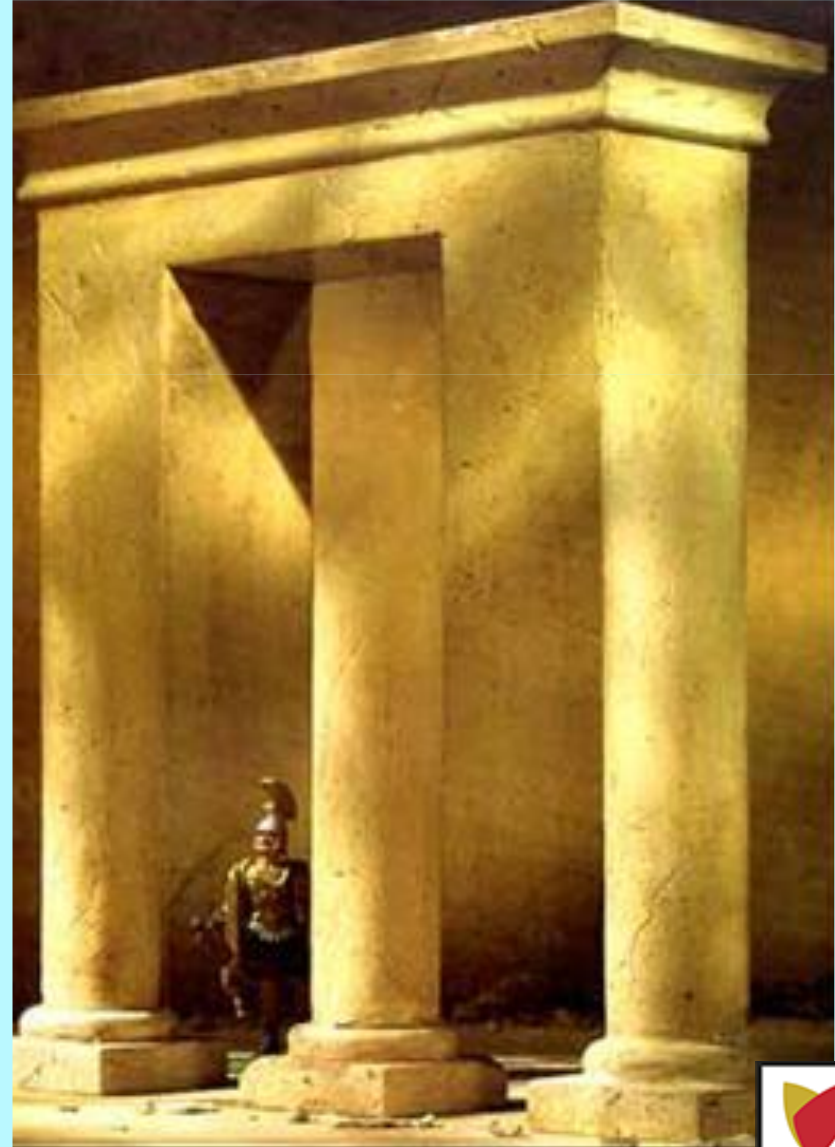
Podemos concluir que...

Los niños/as ven **9 delfines**

Si nos cuesta más de 6 segundos encontrar los delfines, es porque **SOLO VEMOS LO INMEDIATO** y porque nuestra mente está influenciada...

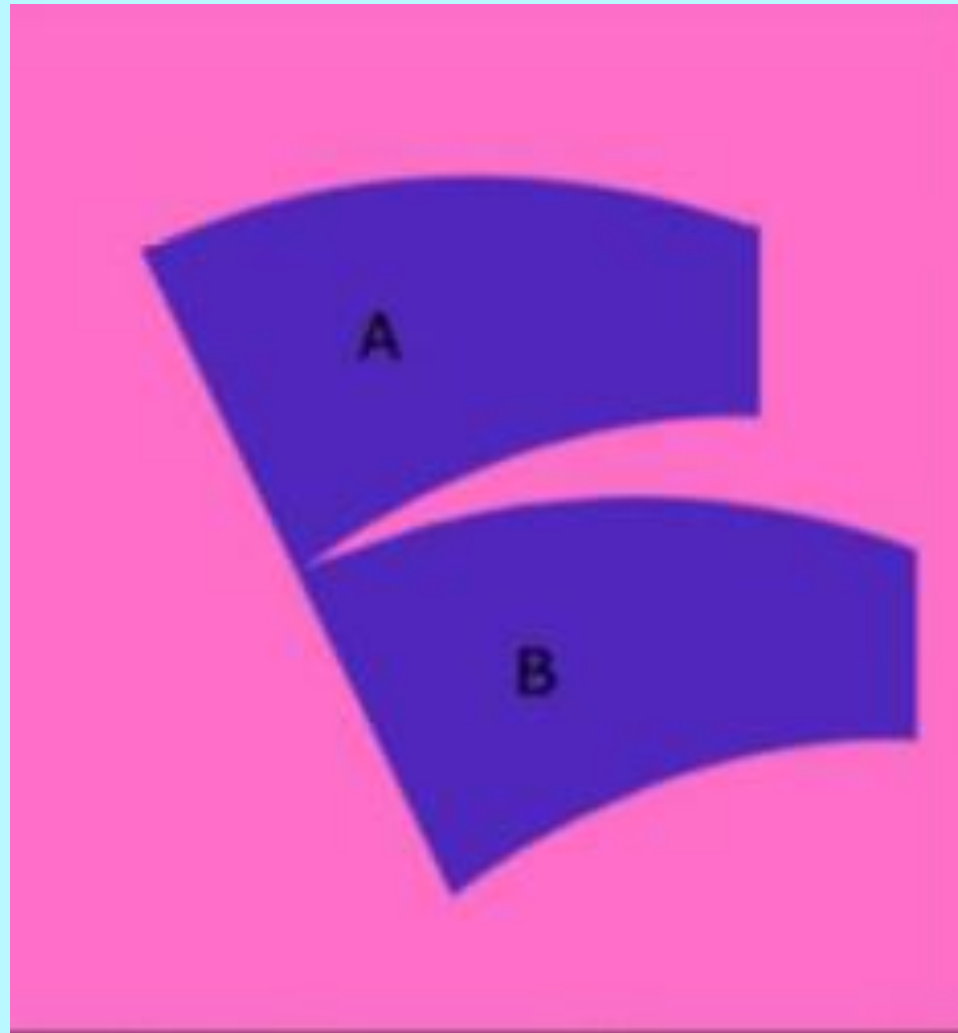
¿Qué ves?

¿Cuántas columnas hay?
Dos cuadradas o...
Tres redondas?



¿Qué ves?

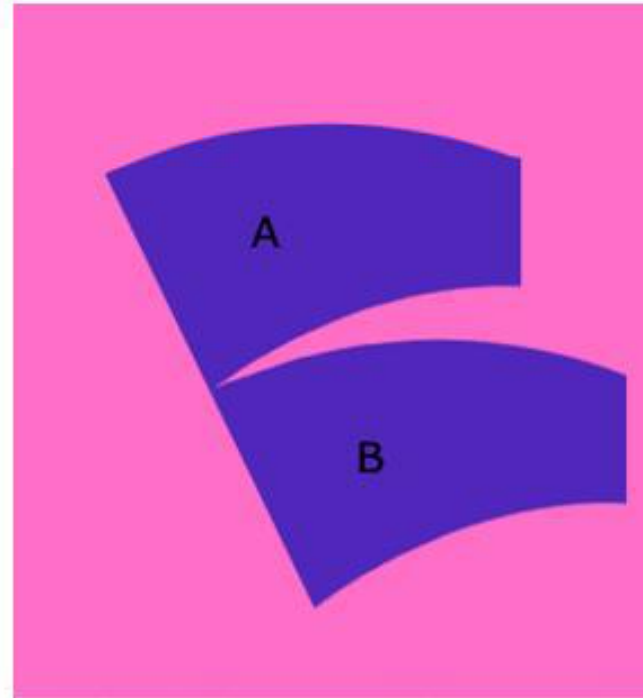
¿Son iguales A y B?



¿Qué ves?

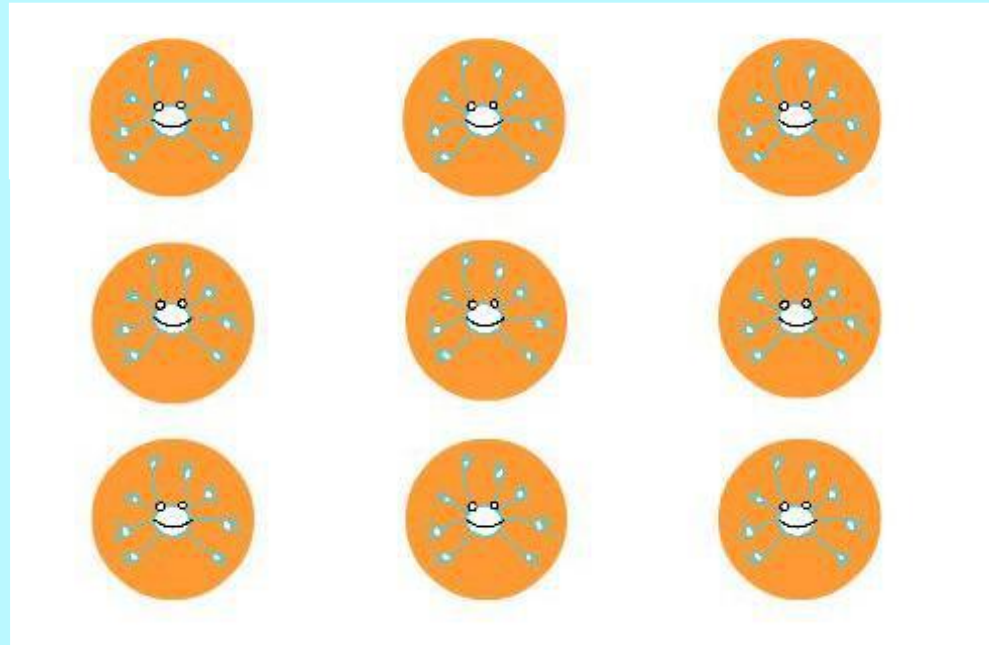
¿Son iguales A y B?

Si desplazas la figura B al mismo nivel que la A, verás que son iguales

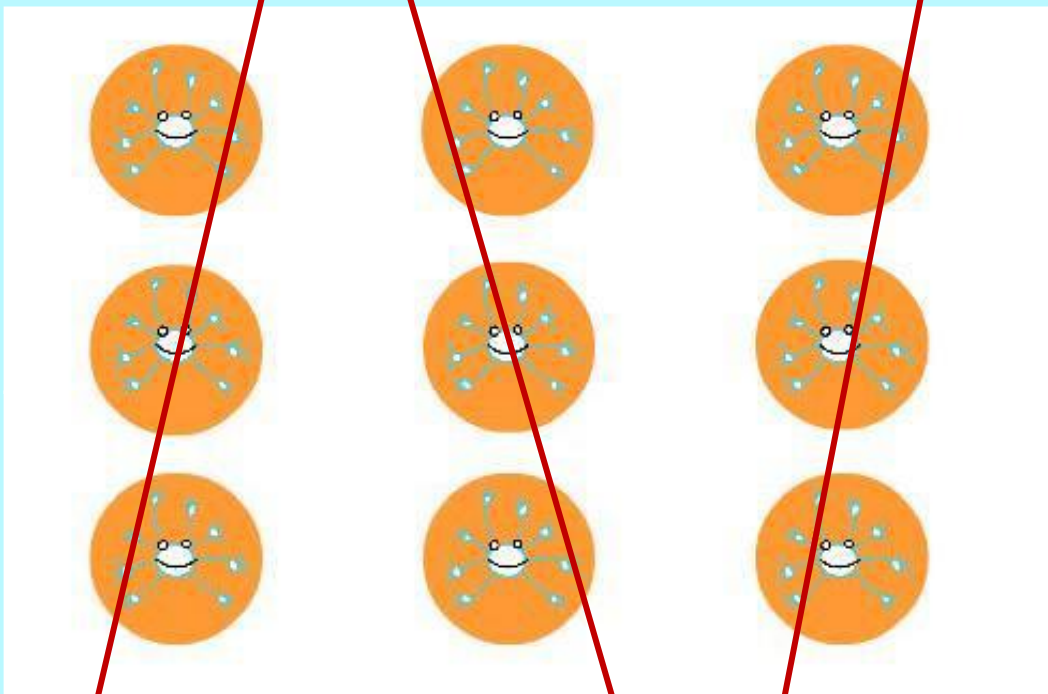


Las 9 neuronas...

Hemos de pasar por TODAS las neuronas, con solo 3 líneas rectas, y sin levantar el bolígrafo del papel ¿PODEMOS?



¡SE PUEDE!



TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

“ Qué pasaría si...”

Técnica que se utiliza solo para pensar, es una **forma de entrenarnos**.

Se trata de producir ideas cambiando todo aquello que vemos a nuestro alrededor con el fin de fomentar el pensamiento creativo.
NO es necesario encontrar soluciones.

**“Qué pasaría si...” no hubiera asistido hoy a clase??
Propón alternativas a este pensamiento.**

TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

Brainstorming

¿Qué es?

Es un método grupal para generar **nuevas ideas** ante una situación problema.

¿En qué consiste?

- **No se critica** ninguna idea, todas son bienvenidas.
- Cada uno es **libre** de expresarse sin temor a ser juzgado.
- **Cuantas más** ideas, mejor
- **Se escriben** todas las ideas.
- Las ideas se **valoran** pasado un tiempo.

No es “Brainstorming”

- La simple actividad de producir ideas sin cumplir las **reglas**.
- Una reunión para solucionar problema en la que no haya un **clima de confianza**.



TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

Brainstorming

Beneficios

- Se encuentran soluciones a los problemas de forma **rápida y económica**.
- Se obtiene una **visión diferente**, e incluso inusual, del problema.
- Los/as participantes se **implican** en el proceso de solución del problema.
- La responsabilidad del **resultado final se comparte** con todos/as.
- Se crea una ambiente de equipo que **favorece la cooperación** posterior.

FRASES DE LA TÉCNICA BRAINSTORMING

Fases

- 1 → **PREPARACIÓN** →
 - Definir adecuadamente la “pregunta-problema”.
 - Preparar el lugar de la sesión.
- 2 → **DESARROLLO** →
 - Plantear el objetivo.
 - Recordar las reglas.
 - Recoger “todas” las ideas.
 - Estimular la generación.
- 3 → **EVALUACION** →
 - Recordar objetivo y criterios.
 - Evaluación rápida de las ideas.
 - Repaso de las ideas seleccionadas.
 - Evaluación final y decisión.

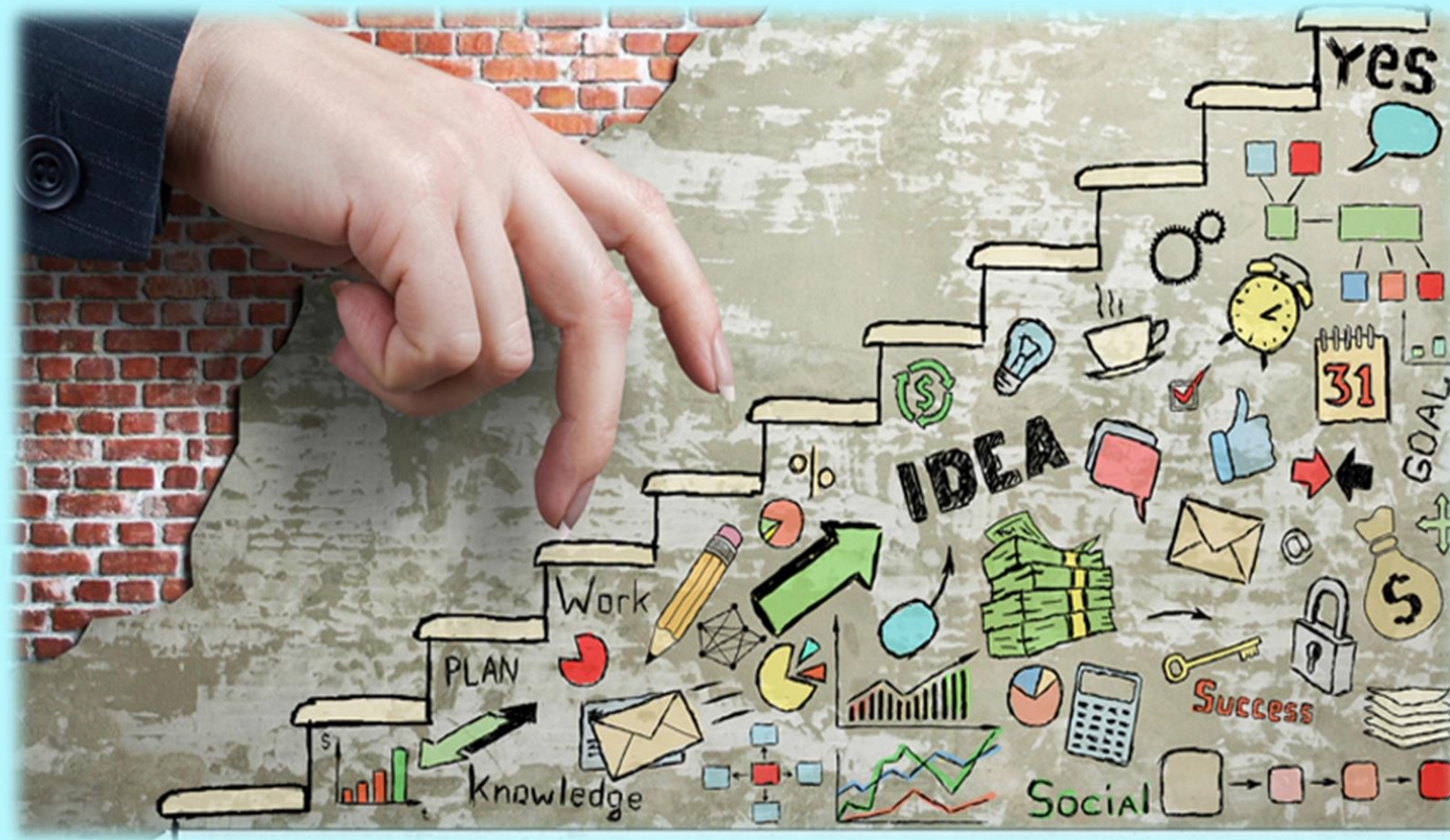
¿Qué es ser EMPRENDEDOR/A?

Es una persona capaz de:

- identificar una **necesidad**
- reunir los **recursos** necesarios y
- emprender una **acción** para satisfacer la necesidad identificada.

Ha de tener una serie de **cualidades personales o actitudes necesarias** para iniciar la actividad empresarial

Cualidades de la persona emprendedora



- **PASIÓN**
- **AMBICIÓN**
- **INICIATIVA**
- **SUPERACIÓN**
- **CREATIVIDAD**
- **LIDERAZGO**
- **ORGANIZACIÓN**

Cualidades de la persona emprendedora

- **PASIÓN:** el **deseo personal** es el principal motor, trabaja incansable muchas horas, ama los productos o servicios
- **AMBICIÓN:** tiene confianza en si mismo, y **cree en su potencial y habilidades** para llevar a cabo su propio negocio, asume riesgos de manera natural, se capacita permanentemente.
- **INICIATIVA:** **tiene motor propio** y no depende de estímulos externos para ponerse en movimiento, está orientado hacia la acción y resolución de problemas
- **SUPERACIÓN:** Es flexible para buscar caminos alternativos, tenaz, perseverante, **insistente en el logro de sus objetivos**, capaz de tolerar la frustración y el fracaso aceptando la realidad, reponiéndose y comenzando nuevamente.

Cualidades de la persona emprendedora

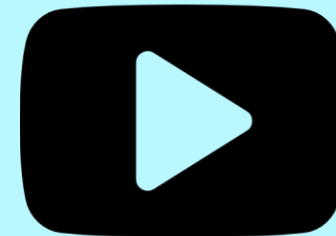
- **CREATIVIDAD:** tiene la **capacidad de visualizar alternativas** distintas, capaz de improvisar ideas, amplia apertura mental.
- **LIDERAZGO:** tiene **visión y capacidad de convocar a otros** en torno a esa visión, comunica claramente sus emociones e ideas, utiliza con naturalidad distintos estilos de liderazgo.
- **ORGANIZACIÓN:** capacidad de autocontrol, define bien sus prioridades, busca siempre los medios para alcanzar sus objetivos, utiliza con eficacia las nuevas tecnologías.

Tipos de emprendedores/as

- **Tradicional:** crea riqueza para el sistema, puestos de trabajo, algunos aplican la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
- **Social:** Busca el bienestar común, prima lo público sobre lo privado, crea riqueza para la comunidad, crea puestos de trabajo, protege y cuida el medio ambiente
- **Mixto:** busca el equilibrio entre lo público y lo privado

Fines que persiguen

Cómo cambiar el mundo a través de la empresa:
<https://www.youtube.com/watch?v=0soeycOcy0M>



Tipos de innovación

1. **Innovación en el producto:** nuevo producto o bien añadir a uno ya existente.
 - Innovación total. Se crea un producto nuevo que no existía en el mercado. Roomba.
 - Aportaciones nuevas al producto. Mejora un producto ya existente. Móvil plegable
2. **Innovación en el proceso:** una manera diferente de realizar las cosas centros de contacto en la nube de Talkdesk - tecnología SaaS (software como servicio)
3. **Innovación en marketing:** método de comercialización nuevo. Cambios significativos en el diseño, el envasado, el posicionamiento o la promoción. Embalaje biodegradable, Ikea
4. **Innovación en la organización de la empresa.** cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa o modificaciones en el lugar de trabajo. Banca electrónica

EL ORIGEN DE LAS IDEAS

Las fuentes más comunes a la hora de buscar ideas son:

- El entorno personal
- El entorno cotidiano
- El análisis de los negocios que ya existen
- El análisis del mercado. Continuo cambio
- El análisis de los negocios emergentes
- La lectura de revistas especializadas, ferias de negocios o viajes
- Internet
- El azar



¿Qué CAMBIOS generan IDEAS de NEGOCIO?

¿CÓMO CONVERTIMOS NUESTRA IDEA EN UNA OPORTUNIDAD ?

Los emprendedores observan y detectan necesidades que todavía están por cubrir.

Para ellos la palabra crisis representa una **oportunidad** para iniciar proyectos vinculados a los **cambios** sociales actuales.



Emprender = Observar = Detectar necesidades = Materializar proyectos

¿Qué CAMBIOS generan IDEAS de NEGOCIO?

CAMBIOS	NUEVAS NECESIDADES = NUEVOS PROYECTOS (oportunidades)
Sociedad más temerosa (miedo a la incertidumbre, perder el trabajo, catástrofes, inseguridad...)	<ul style="list-style-type: none">○ Cursos de autodefensa○ Empresas de seguridad y alarmas○ Gabinetes psicopedagógicos para controlar las inseguridades
La revolución tecnológica	<ul style="list-style-type: none">○ Empresas de redes de conexión a Internet y telefonía móvil○ Sector videojuegos como nuevo sector potencial en el mercado○ Comercio electrónico, reserva de viajes, juegos de azar...
El valor del ocio y la cultura	<ul style="list-style-type: none">○ Parques temáticos y de atracciones para todos los públicos○ Portales especializados en películas, descargas○ Centros de información de idiomas, baile, música, pintura

¿Qué CAMBIOS generan IDEAS de NEGOCIO?

CAMBIOS	NUEVAS NECESIDADES = NUEVOS PROYECTOS (oportunidades)
Uso de energías renovables	<ul style="list-style-type: none">○ Parques eólicos○ Empresas de placas solares○ Fabricación de vehículos eléctricos
Nivel de ingresos y tiempo libre (ha aumentado respecto a las generaciones anteriores)	<ul style="list-style-type: none">○ El culto a la imagen: gimnasios, centros de estética, cirugía○ Restauración: cafeterías, restaurantes Michelin...○ Sector viajes: rurales, playa, internacionales, cruceros
La soledad como estilo de vida (Cada vez hay más personas que viven solas)	<ul style="list-style-type: none">○ Portales de contactos○ Agencias matrimoniales○ Tiendas de animales de compañía○ Agencias de viajes de singles

¿Qué CAMBIOS generan IDEAS de NEGOCIO?

CAMBIOS	NUEVAS NECESIDADES = NUEVOS PROYECTOS (oportunidades)
El incremento de la esperanza de vida	<ul style="list-style-type: none">○ Residencias, centros de día y noche○ Servicios de teleasistencia○ Servicios domésticos y de cuidados○ Agencias de viajes especializadas: IMSERSO
El paso de la mujer en el mundo laboral	<ul style="list-style-type: none">○ Escuelas infantiles, de cuidado de niños/as y mayores a domicilio○ Empresas de servicio doméstico○ Centros de día
El mercado de trabajo: el desempleo	<ul style="list-style-type: none">○ Empresas de trabajo temporal○ Centros de formación en habilidades○ Portales especializados de internet

EL FACTOR DIFERENCIADOR

El emprendedor/a además de detectar necesidades que no están cubiertas debe darle **su propia imagen y características. Poder diferenciarse de los demás**, supone un reto y una ventaja respecto a la competencia y le posiciona de forma más satisfactoria en el mercado.



Tipos de factores diferenciadores:

ECONÓMICOS El precio	PRÁCTICOS	ESTÉTICO- SENSORIALES	TÉCNICOS	SOCIALES
<p>1. Bajar el precio: sistema más clásico para atraer clientes pero peligroso (pone en peligro la viabilidad del negocio)</p> <p>2. Subir precios: se emplea cuando se quiere seleccionar la clientela y puede ofrecer algo más que la competencia</p> <p>3. Condiciones en el pago: la finalidad es facilitar la compra del producto</p>	<p>Permite comodidad como por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La entrega a domicilio, la rapidez del servicio, la garantía de devolución, la ubicación cerca del trabajo o del domicilio 	<p>Imagen corporativa reconocible. ¿Cómo?</p> <p>Cuidando aspectos como las bolsas de compra, el envase, la decoración del local, el vestuario de los empleados, la iluminación, los aromas...</p>	<p>Establecer un sistema de seguimiento del producto a través de internet, sistema de pagos avanzados...</p>	<p>Identifica el producto con un determinado estatus o nivel de vida, con una conciencia de respeto al medio ambiente, o mayor bienestar para nuestra salud. Por ejemplo: la compra un coche eléctrico, productos reciclables...</p>

Los sectores emergentes

Los sectores que cuentan con mayor proyección para el **emprendimiento** son:

- Sector energético
- Sector comercio electrónico
- Sector cuidados personales
- Sector salud
- Sector financiero
- Sector TIC



Los sectores emergentes

Los sectores que cuentan con mayor proyección para el **emprendimiento** son:

Nuevos yacimientos de empleo	
<i>Servicios de la vida diaria</i>	1. Servicio a domicilio
	2. Cuidado de los niños
	3. Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación
	4. Ayuda a jóvenes con dificultad y a la inserción
<i>Servicios para la mejora de la calidad de vida</i>	5. Mejora de la vivienda
	6. Seguridad
	7. Transportes colectivos locales
	8. Revalorización de espacios públicos urbanos
	9. Comercios de proximidad
<i>Servicios culturales y de ocio</i>	10. Turismo
	11. Sector audiovisual
	12. Valorización del patrimonio cultural
	13. Desarrollo cultural local
<i>Temas mediambientales</i>	14. Gestión de residuos
	15. Gestión del agua
	16. Protección y mantenimiento de zonas naturales
	17. Control de la contaminación

Tipos de factores diferenciadores:

ECONÓMICOS El precio	PRÁCTICOS	ESTÉTICO- SENSORIALES	TÉCNICOS	SOCIALES
<p>1. Bajar el precio: sistema más clásico para atraer clientes pero peligroso (pone en peligro la viabilidad del negocio)</p> <p>2. Subir precios: se emplea cuando se quiere seleccionar la clientela y puede ofrecer algo más que la competencia</p> <p>3. Condiciones en el pago: la finalidad es facilitar la compra del producto</p>	<p>Permite comodidad como por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La entrega a domicilio, la rapidez del servicio, la garantía de devolución, la ubicación cerca del trabajo o del domicilio 	<p>Imagen corporativa reconocible. ¿Cómo?</p> <p>Cuidando aspectos como las bolsas de compra, el envase, la decoración del local, el vestuario de los empleados, la iluminación, los aromas...</p>	<p>Establecer un sistema de seguimiento del producto a través de internet, sistema de pagos avanzados...</p>	<p>Identifica el producto con un determinado estatus o nivel de vida, con una conciencia de respeto al medio ambiente, o mayor bienestar para nuestra salud. Por ejemplo: la compra un coche eléctrico, productos reciclables...</p>

BUSINESS MODEL CANVAS: el lienzo para tu idea de negocio

Se trata de tener una visión global de las áreas que van a conformar la futura empresa. En primer lugar, hay que definir estas áreas:

1. Área de clientes: ¿**QUIÉN**?
2. Área de la oferta: ¿**QUÉ**?
3. Área de infraestructura: ¿**CÓMO**?
4. Área del modelo económico: ¿**CUÁNTO**?

MAPA DE EMPATÍA

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?



Lo que realmente importa
Principales preocupaciones
Inquietudes y aspiraciones



¿QUÉ OYE?



Lo que dicen sus amigos
Lo que dice su jefe
Lo que dicen las personas influyentes

¿QUÉ VE?



En su entorno
En sus amigos
En el mercado

¿QUÉ DICE Y HACE?



Actitud en público
Aspecto
Comportamiento hacia los clientes

ESFUERZOS



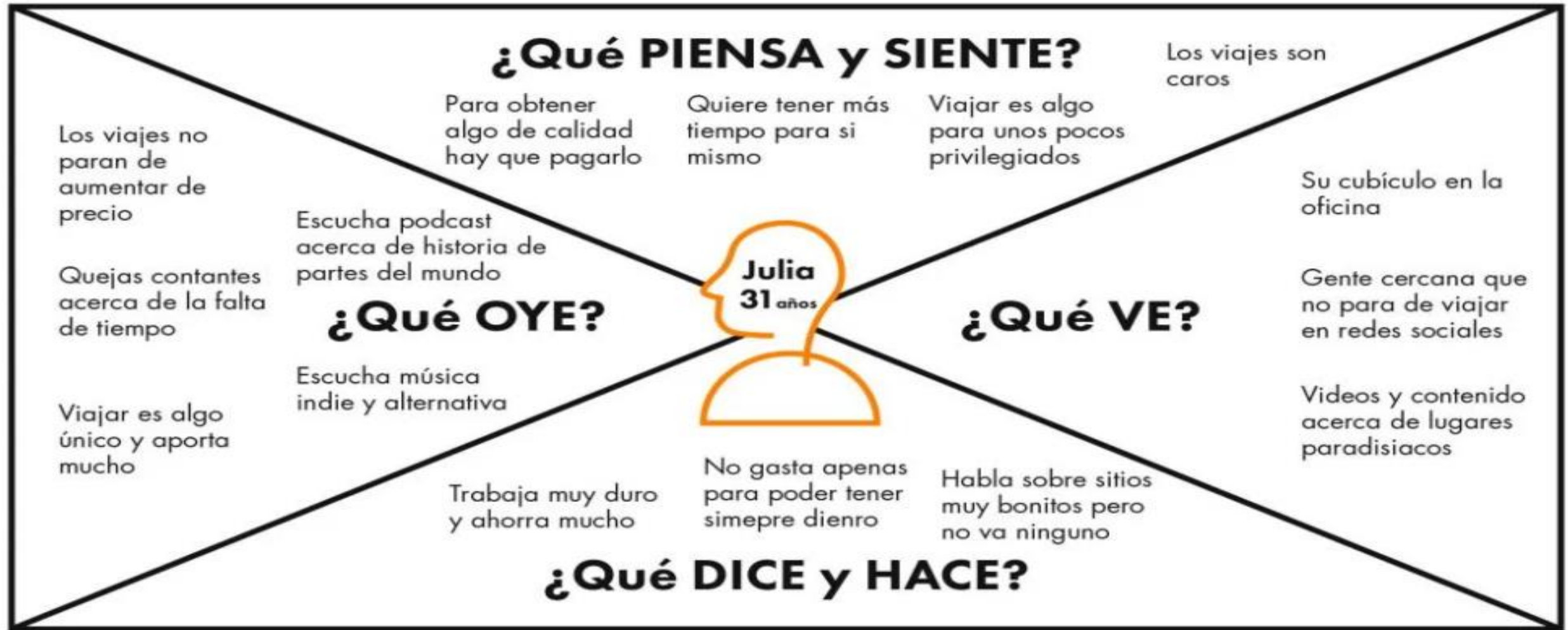
Miedos
Frustraciones
Obstáculos

RESULTADOS



Deseos/necesidades
Medida del éxito
Obstáculos

MAPA DE EMPATÍA



ESFUERZOS

Debe tener mucho dinero para poder gastar

No sabe como organizar su tiempo libre

Teme no saber comunicarse correctamente

RESULTADOS

Profesionalmente no para de progresar pero disfruta de poco tiempo libre

Quiere disponer de una semana libre completa para poder viajar

BUSINESS MODEL CANVAS: el lienzo para tu idea de negocio

A continuación, se definen los 9 bloques siguientes:

- 1. Segmentos de Mercado.**
- 2. Propuesta de valor.**
- 3. Canal.**
- 4. Relación con la clientela.**
- 5. Fuentes de ingreso.**
- 6. Recursos clave.**
- 7. Actividades clave.**
- 8. Socios/as clave.**
- 9. Estructuras de costos.**

Herramienta Business Model Canvas

Key Partners La red de proveedores y socios que son estratégicos para dar la oferta de valor descrita.	Actividades clave Actividades más importantes que ha de realizar la empresa para dar la oferta de valor descrita.	Oferta de valor Descripción del producto/servicio en términos de beneficio para cada beneficiario (Nota: Es importante que cada beneficiario obtenga su propia propuesta de Valor).	Relaciones con el cliente Relaciones se han de establecer con el segmento de cliente definido, para adquirir y mantener a esos clientes.	Clientes Características más importantes de las personas u organizaciones que quieren alcanzar el valor propuesto en la oferta de valor.
	Recursos clave Activos más importantes que tiene la empresa para dar la oferta de valor descrita.		Canales Una breve descripción sobre cómo la oferta de valor es entregada a esos clientes.	
Gastos Costes incurridos para operar el modelo de negocio descrito.			Ingresos Como la empresa captura valor del cliente, modelo de ingresos que el cliente está dispuesto a dar.	

Herramienta Business Model Canvas

SOCIOS CLAVE 8 ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestro proveedores clave?	ACTIVIDADES CLAVE 7 ¿Qué actividades clave requiere mi propuesta de valor?	PROPUESTA DE VALOR 2 - ¿Qué valor estamos entregando a nuestros clientes? - ¿Qué problema estamos ayudando a resolver? - ¿Qué necesidad estamos satisfaciendo? - ¿Qué tipo de productos ofrecemos a cada uno de nuestros clientes?		RELACIÓN CON LOS CLIENTES 4 - ¿Qué tipo de relación tenemos con nuestros clientes?	SEGMENTO DE CLIENTES 1 - ¿Para quién estamos creando valor? - ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?
9 ESTRUCTURA DE COSTES ¿Qué costes tengo? fijos y variables!		RECURSOS CLAVE 6 ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?		CANALES 3 ¿Con que canales de comunicación estoy llegando a mis clientes?	
		5 FLUJO DE INGRESOS ¿De dónde me entra el dinero?			

Herramienta Business Model Canvas

