

Unidad 1

La idea el punto de partida

«Si crees que ya está todo inventado,
has dejado de pensar.»



► Sumario:

1. El punto de partida.
2. La idea siempre con un plan.
3. Tipos de emprendedores.
4. El origen de las ideas.
5. Cambios que generan ideas de negocio.
6. Factor diferenciador.
7. Sectores emergentes.
8. Método Canvas: el lienzo para tu idea de negocio.
9. Vide@.

► Objetivos:

- Analizar las características básicas que debe reunir una buena idea.
- Concienciar a los emprendedores de la importancia de realizar un plan de empresa.
- Tener claro los diferentes tipos de emprendedores y de dónde surgen las ideas.
- Valorar los cambios sociales que se están produciendo y relacionarlos con las nuevas necesidades que demanda la sociedad del siglo XXI.
- Aplicar a nuestra idea de negocio los factores diferenciadores para posicionarnos frente a la competencia.
- Saber realizar un lienzo CANVAS como preludio de lo que será nuestro plan de negocio.

Test de repaso

1. La diferencia entre una idea y una «buena idea» depende de:
 - a) Satisfacer las necesidades que demanda el mercado.
 - b) Partir con suficientes recursos económicos.
 - c) Introducir un buen factor diferenciador.
 - d) Las respuestas a y c son verdaderas.
2. ¿Cuáles serían dos cualidades fundamentales del emprendedor/a?
 - a) Conservadurismo y seguridad.
 - b) Asunción de riesgo e independencia.
 - c) Arrogancia y prepotencia.
 - d) Todas son correctas.
3. ¿Qué emprendedor antepone el interés público sobre el privado?
 - a) Emprendedor tradicional.
 - b) Emprendedor mixto.
 - c) Emprendedor actual.
 - d) Emprendedor social.
4. ¿Qué modelo de emprendimiento social tiene en cuenta la RSE/RSC?
 - a) Modelo de compensación.
 - b) Modelo de correlación directa.
 - c) Modelo de generación de ganancias.
 - d) Todas las respuestas son verdaderas.
5. ¿De dónde pueden surgir las ideas de negocio?
 - a) Del simple azar.
 - a) De la experiencia profesional, aficiones y hobbies.
 - c) De la observación del entorno y detectar necesidades no satisfechas.
 - d) Todas son correctas.
6. Una ventaja competitiva determinante se obtiene:
 - a) En el precio.
 - b) En el servicio.
 - c) En el factor estético.
 - d) Todas las respuestas anteriores son verdaderas.
7. El factor Social está relacionado con:
 - a) El status del cliente.
 - b) Con problemas psicológicos o sociales del cliente.
 - c) Con el estado de ánimo y las relaciones sociales del cliente.
 - d) Con la capacidad de adaptación del cliente a una nueva situación.
8. Las nuevas modalidades de seguros lo relacionamos con el cambio:
 - a) Sociedad más temerosa.
 - b) El valor del ocio y la cultura.
 - c) La soledad como estilo de vida.
 - d) Las respuestas a y c son verdaderas.
9. Los centros de orientación profesional vienen propiciados por:
 - a) Nivel de ingresos y tiempo libre.
 - b) El incremento de la esperanza de vida.
 - c) El peso de la mujer en el mundo laboral.
 - d) El mercado de trabajo: aumento del desempleo.
10. Señala que frase no es verdadera:
 - a) No hay ningún producto o servicio que pueda diferenciarse.
 - b) Los miedos en la sociedad aumentan el número de modalidades de seguro.
 - c) El culto al cuerpo lo relacionamos con el cambio de nivel de ingresos y tiempo libre.
 - d) Los cambios en el diseño y funcionalidad de los electrodomésticos están relacionados con el peso de la mujer en el mundo laboral.
11. Sector e-commerce o comercio electrónico tiene relación con el cambio:
 - a) Valor del ocio y la cultura.
 - b) Revolución tecnológica.
 - c) Nivel de ingresos y tiempo libre.
 - d) Incremento de la esperanza de vida.
12. De los siguientes sectores cuál no tiene la condición de emergente:
 - a) Sector TIC.
 - b) Sector financiero.
 - c) Sector cuidados personales.
 - d) Todos tienen la condición de emergentes.
13. Las raciones de comida individuales están proliferando gracias:
 - a) La incorporación de la mujer al mundo laboral.
 - b) El envejecimiento de la población.
 - c) La soledad como estilo de vida.
 - d) La revolución tecnológica.
14. El factor diferenciador «precio» los podemos aplicar:
 - a) Bajando el precio del producto.
 - b) Subiendo el precio del producto.
 - c) Ofreciendo condiciones especiales de pago.
 - d) Todas las respuestas anteriores son verdaderas.

Ud. 1 La Idea el punto de partida

EJERCICIOS DE REPASO

1. Dime cuáles son las dos características básicas que debe reunir una “buena idea” y elige tres productos (bienes o servicios) que cumplan con dichos atributos.

Todos los expertos coinciden en que la diferencia entre una “idea” y una “buena idea” capaz de perdurar en el tiempo, debe cumplir con dos características básicas:

- **Satisfacer muchas necesidades:** es decir que “a priori” el producto (bien o servicio) que ofrecemos, nos lo pueda demandar el mayor número posible de clientes.
- **Factor Diferenciador:** debemos darle nuestra propia impronta, es decir, diferenciarlo del producto que ofrece nuestra competencia.

Ejemplos de productos que cumplen con estas características básicas:

- a) **Para el primer ejemplo, vamos a escoger un producto básico, el “Pan”.** Evidentemente ya partimos de un producto que es demandado por la gran mayoría de la población y además, al ser un producto de primera necesidad, la demanda es diaria. Esto nos puede hacer pensar que ya tenemos asegurado el éxito, pero nada más lejos de la realidad, pues panaderías (competencia) hay muchas. Aquí es donde entra en juego la segunda característica, es más, de no ponerla en práctica, nuestras posibilidades se reducen considerablemente.

El **factor diferenciador** es la clave para que nuestra posible clientela se decante por nuestro producto y no acuda a la competencia. Tenemos que tener la suficiente imaginación para convertir un producto “**básico**” como es el pan, en otro que marque la diferencia. Para ello podemos empezar ofreciendo un “**nuevo concepto de panadería**” donde el espacio juega un papel fundamental y el cliente puede además de comprar diferentes tipos de pan (semillas, frutos secos, masa madre, para celiacos, ecológicos, etc), a tomarse un café (expresso, ristretto, americano, irlandés, vienés, frappé, etc); o degustar productos de repostería. Si encima, somos capaces de crear dentro del local un punto de encuentro para poder pasar un buen rato con los amigos, habremos transformado las antiguas panaderías en las “**boutiques de pan**” o “**panaderías/cafeterías con encanto**”, que tanto éxito están teniendo.

b) Para el segundo ejemplo vamos a escoger un servicio de “Peluquería”.

También se trata de un servicio de primera necesidad y por lo tanto, ya estamos cumpliendo con la primera característica, nos lo puede demandar la gran mayoría de la población. Pero al igual que ocurría con el pan, también vamos a encontrar mucha competencia.

¿Cuál puede ser nuestro factor diferenciador? Tratar de ofrecer además del servicio de corte de pelo (servicio básico) otros servicios como: barbería, manicura, pedicura, tratamientos de belleza, masajes, rayos uva, e incluso, impartir cursos específicos para tratar de atraer una clientela más profesional.

c) Para el tercer ejemplo vamos a escoger una “Tienda Telefonía Móvil” un producto que representa un bien y a la vez un servicio. No se trata de un producto de primera necesidad, pero su demanda no para de crecer. En la actualidad hay más números de móvil que personas en el mundo, de los 7.671 millones de personas, más de 5.000 millones tienen móvil y si le sumamos las tarjetas SIM, alcanzan los 7.800 millones. Las cifras ya no están indicando que si elegimos este producto, también cumplimos sobradamente con la primera característica.

Este mercado es tan competitivo que tendremos que esforzarnos con nuestro **factor diferenciador** ofreciendo desde: seguro de rotura de pantalla, servicio técnico propio para reparar el móvil, recompra de terminales de segunda mano, facilidades de pago, precios competitivos, etc.

2. De entre todas las cualidades que debe atesorar un emprendedor, elige aquellas que consideres más importantes y explica el porqué.

Respuesta abierta (Pag.43 libro).

3. Enumera los tres tipos de emprendimiento social más comunes y pon un ejemplo de cada uno de ellos, que no esté en el libro.

- **Modelo Generador de Ganancias:** se aplica aquellas empresas que tienen una actividad comercial ajena al interés social, pero que destinan la totalidad, o una parte de sus beneficios a que revierta de nuevo a la sociedad. Todas las empresas comprometidas con la **RSE/RSC** estarían dentro de este modelo. En el siguiente enlace hay 13 ejemplos de este tipo de empresas:

https://www.elconfidencial.com/empresas/2019-05-13/empresas-comprometidas-proyectos-rsc-bra_1994466/

- **Modelo de Compensación:** cuando se desarrollan actividades comerciales con un impacto social directo, pero hay que buscar el equilibrio entre lo social y el beneficio económico. Un ejemplo sería la **ONCE y su Fundación** que con la venta del cupón consigue los recursos económicos para lograr su objetivo, que es la inclusión social de las personas ciegas y con discapacidad.
- **Modelo de Correlación Directa:** son entidades que realizan actividades comerciales con impacto social directo y que obtienen un beneficio proporcional a dicho impacto. Como ejemplo de este tipo de modelo tenemos la empresa **ECOEMBES** encargada de cuidar el medio ambiente a través del reciclaje y el ecodiseño de los envases en España. Hace posible que los envases de plástico, latas y briks (contenedor amarillo) y los envases de cartón y papel (contenedor azul) puedan tener una segunda vida. En el siguiente enlace tienes algunas de las iniciativas que lleva a cabo esta entidad a nivel social: <https://www.corresponsables.com/organizaciones/ecoembes>

4. Busca tres ideas de negocio e indica, de dónde surgió el germen para poder concebirlas.

Respuesta abierta.

5. A continuación te voy a presentar tres objetos y debes aplicarles factores diferenciadores que ahora mismo no tienen:

Aunque la respuesta es abierta planteamos posibles factores diferenciadores:

- **Toalla de playa:**

- “**Mochila**” capaz de transformarse en una mochila para transportar la sombrilla.
- “**Con bolsillo codificado para guardar objetos y anclaje a la sombrilla**”. El bolsillo dispondría de un código numérico que permitiera solo al dueño acceder a ese espacio. En una de las esquinas de la toalla habría una anilla metálica que serviría para introducir el palo de la sombrilla, de forma que quedarían unidas ambas y te podrías bañar sin el miedo a que te quiten la toalla y tus objetos personales.
- “**Capaz de repeler la arena**” algo que nos molesta mucho cuando decidimos secarnos.

Tu editorial de libros por encargo

- **Gafas de Sol:**

- “**Para baño**” con goma ajustable a la cabeza y cristales que repelen el agua.
- “**Magnéticas**” con un imán incorporado para poder dejarlas pegadas a la sombrilla y de esta manera no pisarlas o que se llenen de arena.
- “**Antifaz**” que cambiando el cristal por uno opaco no permita pasar la luz y puedas disfrutar de una siesta reparadora a la orilla del mar.

- **Sombrilla:**

- “**Jaima**” de las varillas, sujetas con un velcro, podríamos desprender una tela que nos permitiría cuando quisiéramos tener intimidad para cambiarnos de ropa, o protegernos de los rayos del sol.
- “**Celular**” que nos permita cargar nuestro móvil, con el mismo sistema que las baterías externas. Tan solo tendríamos que cargar la sombrilla antes de ir a la playa.
- “**Termodinámica**” capaz de indicarnos cambiando de color la tela, cuando la temperatura supera los límites aconsejables para exponernos al sol.

6. Asocia cada actividad con el cambio social que la propicia:

- a) Agencias matrimoniales y de contacto: “La soledad como estilo de vida”.
- b) Empresas de Trabajo Temporal: “El mercado de trabajo: desempleo”.
- c) Residencias para ancianos: “Incremento de la esperanza de vida”.
- d) Casa de comida preparada: “El peso de la mujer en el mundo laboral”.
- e) Escuelas Infantiles: “El peso de la mujer en el mundo laboral”.
- f) Gimnasios: “Nivel de ingresos y tiempo libre”.

7. De todos los cambios sociales que se están produciendo, dime cuál de todos te parece que está generando más proyectos empresariales. Explícalo.

Respuesta abierta.

8. Relaciona cada acción con su factor diferenciador.

Acción	Factor Diferenciador
<i>Servicio técnico 24 horas</i>	Factor práctico
<i>Bolsa de compras con tu nombre</i>	Factor estético
<i>Envase biodegradable</i>	Factor social
<i>Gafas de realidad virtual</i>	Factor técnico
<i>Empieza a pagar dentro de 3 meses</i>	Factor económico

Tu editorial de libros por encargo

9. En cada cambio indica la actividad más relevante:

Respuesta abierta

10. Partiendo de tres grandes inventos españoles como la fregona, el chupa chups, y el futbolín. Se requiere que expliques:

- a) ¿Cómo surgió la idea?
- b) ¿Qué tipo de necesidad cubrieron?
- c) ¿Siguen siendo productos consolidados y con fuerte demanda?

Futbolín de dos piernas – Alejandro Finisterre – 1937

- a) La idea se le ocurrió al gallego Alejandro Finisterre en 1937 al ver a niños heridos durante la Guerra Civil en los hospitales, que no podían jugar al fútbol. Aunque los orígenes del futbolín son ingleses y se registraron diferentes patentes en Inglaterra, Francia, Alemania, Italia, Suiza e incluso EEUU, desde finales del siglo XIX, la patente española de 1937 es singular, ya que **es la única en incorporar dos piernas separadas por cada jugador en la mesa.**
- b) El fin de este invento tanto en sus orígenes como en la actualidad, es cubrir las **necesidades lúdicas o de diversión** que tenemos los seres humanos.
- c) Se trata de un producto que desde hace años ha visto como desciende su demanda, frente a los productos más tecnológicos.

Fregona con cubo escurridor – Manuel Jalón Corominas – 1957

- a) La idea es del ingeniero de la Rioja, **Manuel Jalón Corominas** que llevaba años tratando de encontrar un sistema, que permitiera dejar de fregar el suelo de rodillas. Aunque desde principios del siglo XX se patentaron diferentes ideas para elementos de fregado del suelo, mediante paños y sistemas de escurrir, no fue hasta **1964** cuando dio con la solución y presentó lo que hoy llamamos **“fregona”**: *una mopa que organiza sus hebras de una forma redonda y que se escurre en un sistema en forma de cono añadido al extremo del cubo.*
- b) En este caso había una necesidad por parte de las amas de casa (que en esa época eran las encargadas de la limpieza del hogar) de dejar de fregar los suelos de rodillas.
- c) Su grado de consolidación y su fuerte demanda, le hace ser uno de los productos que están presentes en todos los hogares.

Chupachús – Enric Bernat – 1958

- a) Surge cuando **Enric Bernat en 1958** cansado de ver como los niños se sacaban continuamente los caramelos de la boca, los manipulaban con las manos y en muchas ocasiones se les caían al suelo; decide incrustarle un palo para poder comerlo con mayor comodidad. Desde ese momento la bola de caramelo duro de unos 3 centímetros de diámetro, pasa a denominarse ChupaChús.
- b) En este caso la necesidad es de origen práctico.
- c) Hay dos detalles que demuestran su alto grado de consolidación:
 1. En 1995 se comió el primer “Chupa Chups” en el espacio.
 2. Cada día se consumen **12 millones** de estos dulces.

11. ¿Qué es el modelo Canvas y cuáles son sus aplicaciones?

Como explica **Osterwalder** en el libro “**Generación de modelos de negocio**”. “*La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica*”.

En definitiva es una herramienta que simplifica mucho los pasos para generar **un modelo de negocio rentable** sustentado en la **Propuesta de Valor** para los clientes de nuestros productos o servicios.

12. ¿Cuáles son los recursos clave y en qué área se encuentran?

Los recursos clave se encuentran en el “**Área de Infraestructuras**” que se encarga de analizar **CÓMO** vamos a conseguir situar nuestro producto en el mercado.

Se emplean para llevar a cabo nuestra “**Propuesta de Valor**” y pueden ser:

- **Materiales**: edificios, máquinas, vehículos, etc.
- **Inmateriales**: software, patentes, etc.
- **Recursos Humanos** necesarios para llevar a cabo la actividad.
- **Recursos Financieros**: dinero, crédito, líneas de financiación, etc.

ACTUALIDAD EMPRESARIAL

E+I Emprendedores e Innovadores: “Documental TUENTI”

Ver la primera parte del documental, que habla sobre la creación de TUENTI, y hacer un breve ensayo respondiendo a preguntas tales como:

- **¿Cómo surge la idea?**

Por la necesidad de crear una red social privada, para amigos reales, de acceso mediante invitación.

- **¿Cuáles son las claves de la iniciativa emprendedora de estos jóvenes emprendedores?**

Respuesta amplia: puede versar sobre no temer al riesgo, creer en el producto que desarollas y vendes, crear un equipo con talento, multidisciplinar, innovador,....

- **¿Cuáles crees que son las bases de la innovación en esta empresa?**

La fundamental sería la de crear una red social distinta, a la que se accede por “ser amigo de”, con un alto grado de privacidad.

- **¿Qué se valora?**

Se valora el talento, la autonomía, el gusto por el riesgo, el hacer cosas nuevas,...

- **¿Con qué cambio social estaría relacionado?**

Con la revolución tecnológica.

- **¿Qué tipo de factores diferenciadores están aplicando?**

Principalmente con el factor social, aunque entraría también el factor económico al introducir en el mercado la tarifa de datos TU que busca ofrecer una tarifa de bajo coste.

- **¿La idea se puede incluir dentro de algún sector emergente?**

Al tratarse de una red social claramente estaría en el sector de las TIC

- **¿Conoces algún caso de características similares? Coméntalo.**

Respuesta abierta

Más información:

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/emprendedores-e-innovadores/ei-emprendedores-innovadores-capitulo-16/1300772/>

<https://www.youtube.com/watch?v=1SrRnz-zK48>

DOCUMENTAL LAS LUCES DEL INGENIO

- **¿Qué es una patente? ¿Qué duración tiene?**

Una patente es un derecho exclusivo concedido a una invención, es decir, un producto o procedimiento que aporta, en general, una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. Este derecho permite al titular de la patente impedir que terceros hagan uso de la tecnología patentada. El titular de la patente es el único que puede hacer uso de la tecnología que reivindica en la patente o autorizar a terceros a implementarla bajo las condiciones que el titular fije.

En cuanto a la duración habría que distinguir entre:

Patentes: 20 años.

Modelos de Utilidad: 10 años.

Simplificando muchísimo podríamos decir que los **modelos de utilidad** se otorgan para **innovaciones menores** que quizás no satisfacen los criterios de patentabilidad.

- **¿Qué significa que la patente es de dominio público?**

Que tras la caducidad de la patente, cualquier persona puede hacer uso de la tecnología de la patente sin la necesidad del consentimiento del titular de ésta. En este caso se dice que la patente forma parte del **dominio público**.

- **¿Qué países destacan por el mayor número de patentes registradas?**

Podemos decir que España es uno de los países de la Unión Europea donde menos patentes se registran. Por cada solicitud que se tramita en España se tramanan 8 en Alemania, 9 en Suecia, 20 en Suiza.

- **¿Cuál es el coste medio de una patente?**

En el siguiente enlace tienes todas las tasas que establece la Oficina Española de Patentes y Marcas.

[Uhttp://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/tasas/](http://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/tasas/)

- **Una vez registrada la patente, ¿qué porcentaje logra implantarse con éxito?**

Las cifras son contundentes, el **97%** de las patentes se quedan en el camino y sólo un **3%** logran triunfar.

- **¿Qué es el MIBA?**

Es el único museo que hay en España sobre las ideas y los inventos en Barcelona.

Tu editorial de libros por encargo

- **¿Qué inventos españoles han tenido una gran relevancia?**

- **Emilio Herrera Linares** diseñó el primer traje espacial de la historia, pero como tantos otros pioneros de nuestro país, solo ha obtenido el reconocimiento fuera de nuestras fronteras.
- **Juan de la Cierva** fue un aviador y científico español, considerado como uno de los grandes pioneros de la aeronáutica y la aviación. En 1920 construye su primer **autogiro**, aparato precursor del actual helicóptero.
- Uno de nuestros inventores más importantes, Leonardo **Torres Quevedo**, fue el **padre de las calculadoras digitales** (y de otros tantos aparatos digitales, casi mágicos para la época, como el puntero láser o la máquina de escribir de Torres-Quevedo).
- Hace unos cuatro o cinco años, una noticia nos sorprendió gratamente. Un español, **Julio Cervera**, había inventado la radio 11 años antes que **Marconi** (con el que colaboró posteriormente).
- La aparición de la **fregona de Manuel Jalón**, inspirada en las mopas usadas en los cuarteles, causó furor allá por el año 1956. También fue el inventor de la **jeringuilla hipodérmica desechable**, algo que hoy en día nos parece tan normal que muchas veces no le damos el valor necesario. Su aparición hizo mucho por la higiene sanitaria y significó un gran avance gracias al uso de los plásticos en la no proliferación de enfermedades.
- El visionario empresario **Enric Bernat** tuvo una idea y la defendió al máximo: **un caramelo con palo para chupar**. Hoy en día, la marca Chupa Chups es reconocida en cualquier parte del mundo.
- El **Tren Articulado Ligero Goicoechea Oriol (iniciales de TALGO)** apareció por primera vez en los años 40, y se considera a este como el primer tren moderno de la historia.
- Alejandro Campos Ramírez, alias **Alejandro Finisterre**, fue un poeta, editor e inventor gallego conocido por crear el genial **futbolín**. En 1936 resultó herido en uno de los bombardeos de Madrid durante la Guerra Civil Española, y durante su estancia en el hospital, conoció a muchos niños heridos cuya mayor pena era la de no poder jugar al fútbol. Al recuperarse, y basándose en el tenis de mesa, encargó la construcción de su primera mesa de futbolín.

- **¿De qué inventos no podrías prescindir?**
Respuesta abierta.

Más información en la Oficina Española de Patentes y Marcas:

[Uhttp://www.oepm.es/es/index.html](http://www.oepm.es/es/index.html)