



Unidad 2. LA IDEA DE NEGOCIO

OBJETIVOS DE LA UNIDAD

- ➡ Comprender en que consiste el concepto de Idea de negocio.
- ➡ Estudiar los pasos del el proceso de Design Thinking y diseño de modelo Canvas.
- ➡ Analizar la Idea de innovación y desarrollo económico.
- ➡ Identificar los distintos tipos de innovación.
- ➡ Trabajar los conceptos aprendidos en nuestro Plan de Empresa.



1.La idea de negocio: el proceso de Design Thinking

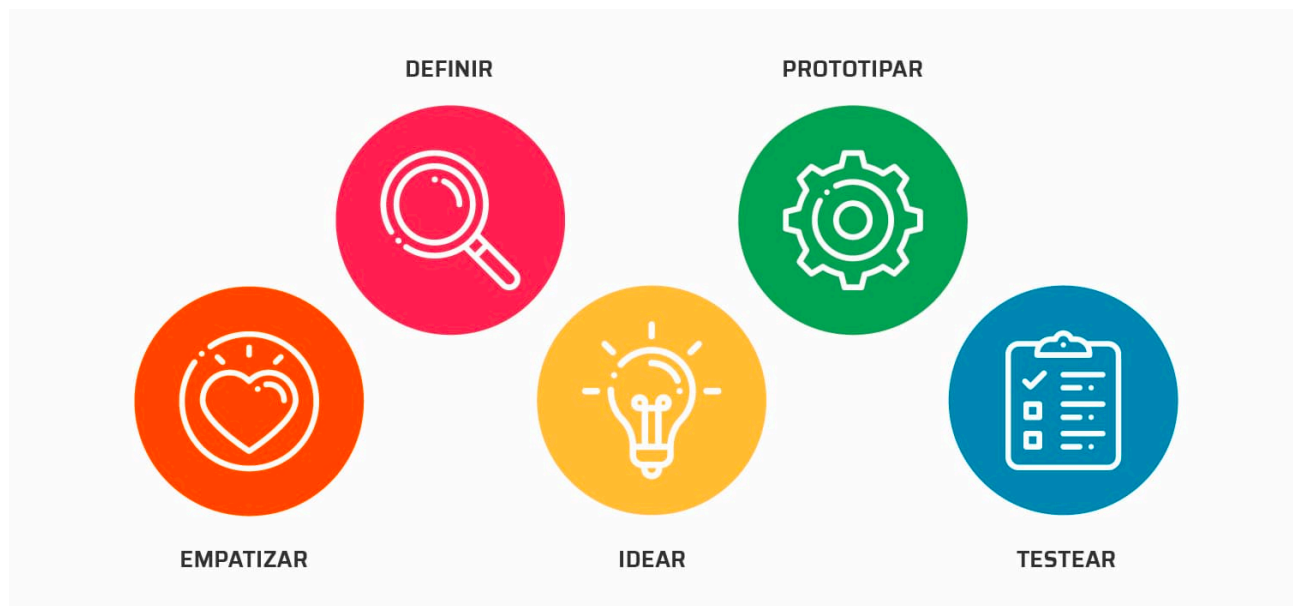
La **idea de negocio** es el punto de partida de cualquier empresa o emprendimiento.

Es la concepción inicial que se tiene para crear un producto, servicio o solución que satisfaga una necesidad en el mercado o que resuelva un problema específico. Esta idea es la semilla a partir de la cual se desarrollará todo el plan de negocio y la estrategia para llevar a cabo la empresa.

La creatividad es una cualidad que contribuye a la generación de ideas que originan productos o procesos innovadores.

Una de las técnicas más utilizadas en la actualidad es el **Design Thinking**, este método se basa en la idea de que las soluciones más efectivas surgen cuando se comprenden profundamente las necesidades, deseos y perspectivas de las personas a las que se destinan.

El proceso del Design Thinking generalmente sigue estos pasos:



Empatizar: El primer paso consiste en comprender profundamente a las personas para las que se está diseñando. Esto implica empatizar con sus necesidades, deseos y desafíos. Se pueden utilizar técnicas como entrevistas, observación y encuestas para obtener información valiosa.

Definir: Una vez que se ha recopilado información sobre el usuario, se procede a definir el problema o la oportunidad en términos claros y específicos. Este paso implica identificar los desafíos clave que se deben abordar.

Idear: En esta etapa, se fomenta la generación de ideas creativas. Los equipos suelen realizar sesiones de lluvia de ideas o *brainstorming* para proponer soluciones innovadoras. No se descarta ninguna idea en esta fase, y se anima a pensar de manera divergente.

Prototipar: En esta fase se seleccionan las ideas más prometedoras y se crean prototipos de bajo costo y bajo riesgo. Estos prototipos son representaciones tangibles de las soluciones propuestas y se utilizan para obtener retroalimentación de manera rápida y económica.

Implementar: Después de recibir retroalimentación positiva y ajustar las soluciones en función de los comentarios de los usuarios, se procede a la implementación final de la solución. Esto puede incluir el desarrollo de productos, servicios o procesos, según sea necesario.

El Design Thinking es un enfoque flexible, lo que significa que estos pasos pueden repetirse varias veces a lo largo del proceso para refinar y mejorar continuamente las soluciones. Este enfoque se utiliza comúnmente en el diseño de productos y servicios, pero también puede aplicarse a una amplia variedad de problemas y desafíos en diferentes industrias.



2. El modelo CANVAS

El Modelo CANVAS

Cuando se cuenta con una idea empresarial y se ha analizado el entorno general y específico en el que esta se desarrollaría, es el momento de pasar a la realización del proyecto de empresa. Para ello es necesario concretar el modelo de negocio que se quiere desarrollar.

Un **modelo de negocio** es la manera en que la empresa crea, capta valor y lo ofrece a sus clientes.

Se trata de un proyecto en el que se da respuesta a cuestiones fundamentales, como **qué** característica va a tener nuestro producto o servicio, **quiénes** serán los clientes objetivo, **cómo** vamos a distribuirlo y venderlo o a **cuánto** ascenderán los costes y beneficios de nuestra actividad empresarial.

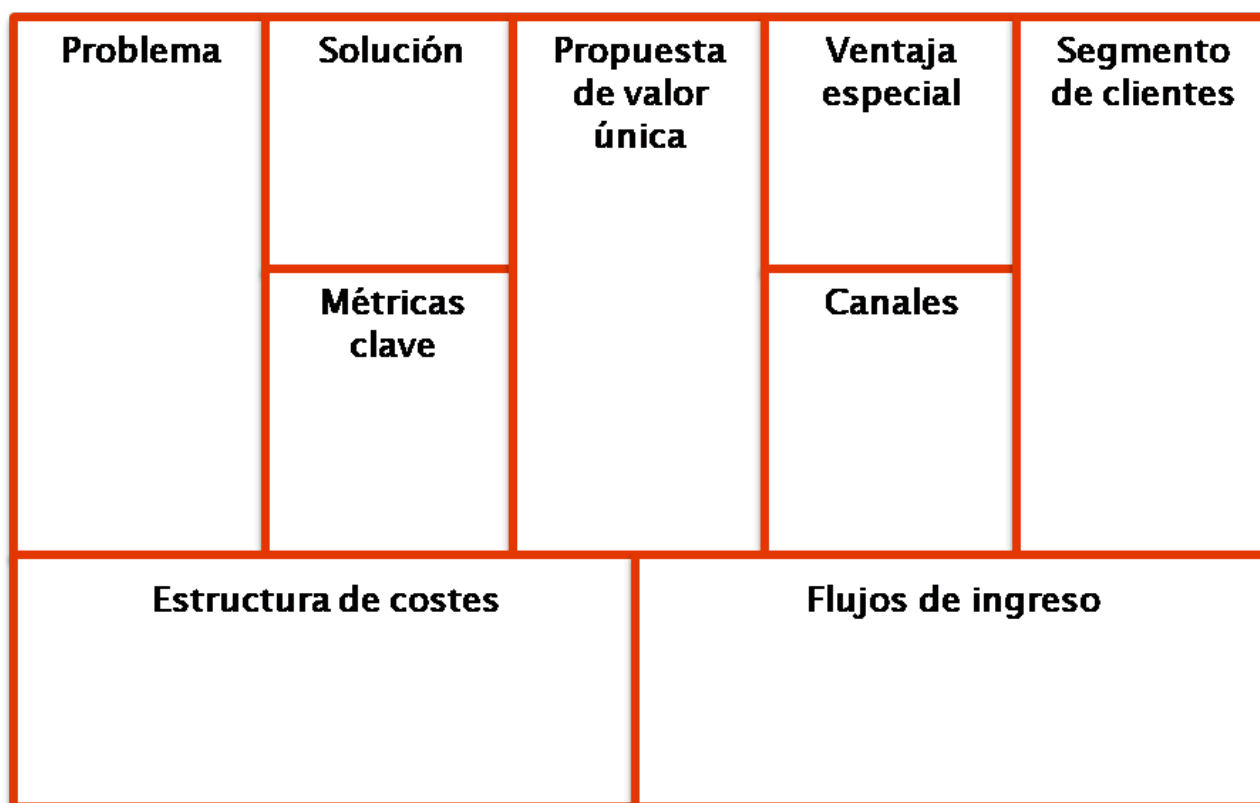
El **Modelo Canvas**, es una herramienta gráfica y visual que se utiliza para describir, diseñar y analizar modelos de negocio de manera concisa y efectiva.

Consta de un solo documento en que encontramos diferentes puntos a analizar que representan un aspecto esencial de un modelo de negocio.

1. **Problemas:** Aquí se identifican los problemas y desafíos clave que enfrentan los clientes dentro de cada segmento. Es importante comprender los obstáculos o necesidades no satisfechas que el negocio busca abordar.

2. **Soluciones:** En este componente, se describen las soluciones o productos que la empresa ofrece para resolver los problemas identificados. Cada solución debe estar alineada con los problemas clave correspondientes.
3. **Ventaja Diferencial:** Este elemento se refiere a lo que hace que la propuesta de valor de la empresa sea única y competitiva en el mercado. ¿Por qué los clientes elegirían tu solución en lugar de la de la competencia? Esto puede incluir características distintivas, precios competitivos, calidad superior u otros factores diferenciadores.
4. **Propuesta de Valor:** Aquí se detalla qué valor o beneficio se ofrece a cada segmento de cliente. La propuesta de valor describe cómo el producto o servicio resuelve los problemas o satisface las necesidades de los clientes.
5. **Canales:** Se refiere a los canales a través de los cuales la empresa se comunica con sus clientes y entrega su propuesta de valor. Esto puede incluir canales de venta, marketing, distribución, etc.
6. **Métricas Clave:** Este componente se refiere a las métricas y medidas que la empresa utilizará para evaluar el desempeño y el éxito de su modelo de negocio. Las métricas clave son esenciales para medir el progreso y tomar decisiones informadas.
7. **Segmentos de Clientes:** Esto ayuda a la empresa a adaptar su propuesta de valor y sus estrategias de marketing de manera más precisa para satisfacer las necesidades de cada grupo.
8. **Ingresos:** En este componente se detallan las diferentes formas en que la empresa genera ingresos, como ventas de productos, suscripciones, publicidad, entre otros.
9. **Costes:** Este bloque se centra en los costes y gastos necesarios para operar el negocio. Puede incluir costos fijos, variables, de adquisición de clientes, etc.

El Modelo Canvas es especialmente útil para emprendedores y equipos de trabajo porque proporciona una visión general clara y compartida del negocio en una sola página. Facilita la identificación de oportunidades de mejora, la iteración del modelo de negocio y la comunicación efectiva de la estrategia a todas las partes interesadas.



Es importante destacar que el Modelo Canvas no es estático y puede adaptarse a medida que cambian las circunstancias del mercado o se realizan ajustes en la estrategia del negocio. Es una herramienta dinámica que puede ayudar a las empresas a mantenerse ágiles y orientadas hacia el cliente.

Actividad Aula

Entra en el portal Andalucía emprende, en el vamos a encontrar ideas sobre recursos y asesoramiento a la hora de iniciar nuestra idea de negocio. Analizaremos el **modelo CANVAS**, <https://www.andaluciaemprende.es/pasos-para-emprender/>.



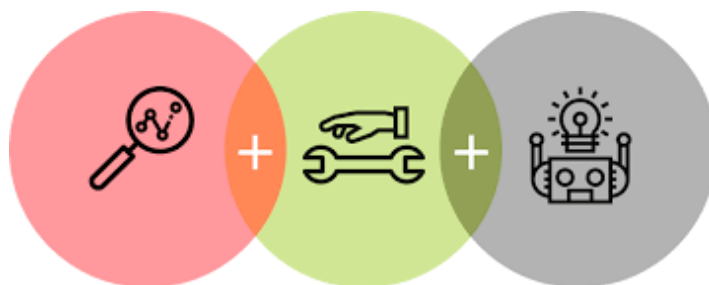


3. Innovación y desarrollo económico

A lo largo de la historia, el principal **factor generador de riqueza y desarrollo** ha ido cambiando. En un principio, este factor era la tierra dedicada a la agricultura. Con la llegada de la Revolución Industrial, los recursos energéticos pasaron a ser el fundamento de la riqueza. En la actualidad, el papel de motor del desarrollo lo ocupan el conocimiento, que genera avances tecnológicos, y la **innovación**.

o Investigación, desarrollo e innovación

Más conocido por sus siglas I+D+i , este concepto abarca los siguientes factores:



Investigación (I): Es la primera etapa del proceso. En esta fase, se lleva a cabo la exploración y la búsqueda de nuevos conocimientos, datos y enfoques en un área específica. La investigación puede ser básica, que se centra en la adquisición de conocimiento teórico o científico, o aplicada, que se enfoca en resolver problemas prácticos y aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales.

Desarrollo (D): En esta etapa, se toma el conocimiento adquirido a través de la investigación y se utiliza para crear productos, servicios o tecnologías específicas. El desarrollo implica la aplicación práctica de los descubrimientos y la creación de prototipos, productos piloto o soluciones concretas.

Innovación (i): La innovación implica la introducción exitosa de nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio en el mercado o en la sociedad en general. Esto puede incluir mejoras significativas en productos existentes, la creación de productos totalmente nuevos, la optimización de procesos o la implementación de nuevas estrategias comerciales.

o El Desarrollo integrado

El **desarrollo** no debe entenderse únicamente en términos económicos, sino también desde una perspectiva más amplia, enfocada hacia la calidad de vida de las personas que conviven en el territorio donde se ubican las empresas. Así, el desarrollo integrado busca compatibilizar la **competitividad económica, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental**.

- **Desarrollo Económico:** El desarrollo económico implica el crecimiento de la economía de una región o país. Esto incluye la reducción de la pobreza, la mejora de los estándares de vida y la creación de oportunidades económicas para todos.
- **Desarrollo Social:** El desarrollo social se refiere a la mejora de la calidad de vida de las personas en una sociedad. Esto abarca áreas como la educación, la salud, la vivienda, la seguridad, la igualdad de género y la justicia social. Un desarrollo social adecuado implica que las personas tengan acceso a servicios básicos de alta calidad, oportunidades para el crecimiento personal y profesional, y una red de seguridad que los proteja en tiempos de necesidad.
- **Desarrollo Sostenible:** El desarrollo sostenible se refiere a la capacidad de una sociedad para satisfacer sus necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Esto implica la gestión responsable de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. Un desarrollo sostenible busca minimizar los impactos negativos en el entorno, promover la conservación de la biodiversidad y mitigar el cambio climático. Esto se logra a través de prácticas empresariales sostenibles, la adopción de energías renovables y la implementación de políticas ambientales efectivas.

4. Tipos de Innovación

Ya hemos visto que la innovación tiene lugar cuando se crean nuevos productos o servicios, o se mejoran los ya existentes. Según cómo y dónde innovemos, podemos hablar de innovación en el producto, en el proceso, en el marketing o en la organización de la empresa.

1. Innovación en el Producto:

Implica la creación de un nuevo producto o bien añadir a uno ya existente alguna característica que lo haga diferente. Por tanto las innovaciones en el producto pueden ser de dos tipos:

- **Innovación total:** Implicar el desarrollo de productos completamente nuevos que no existían previamente en el mercado.
- **Aportaciones nuevas al producto:** esta innovación incluye la adición de nuevas características, funcionalidades o mejoras en la calidad del producto para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

EJEMPLO:

Ejemplos de innovación en el producto fueron **la televisión**, cuya primera emisor la realizó la BBC en 1927 o el primer **teléfono móvil**, comercializado por Motorola en 1984.

Un ejemplo relacionado con aportación al producto la tenemos posteriormente con la salida del **iPhone y el iPad**, cuyo lanzamiento mejoró y supuso un antes y un después para el mercado de la telefonía móvil y de los dispositivos portátiles.

2. Innovación en el Proceso:

La innovación en el proceso se centra en mejorar la eficiencia y la productividad en la producción o prestación de servicios. Puede implicar la automatización de tareas, la reducción de costos de producción o la aceleración de los ciclos de producción y la adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, la robótica o la fabricación aditiva, para optimizar la producción o la prestación de servicios.

EJEMPLO:

Un ejemplo de innovación en proceso es el que aplicó Henry Ford en su fábrica de automóviles de Detroit en 1910, donde implementaba por primera vez la llamada **cadena de montaje** en el sector automovilístico.

3. Innovación en el Marketing:

La innovación en el marketing se relaciona con la forma en que una empresa promociona sus productos o servicios. Puede implicar la creación de campañas publicitarias creativas y efectivas para atraer a los clientes.

También está relacionada con la identificación de nuevos segmentos de mercado o la personalización de estrategias de marketing para satisfacer las necesidades específicas de diferentes grupos de clientes y la adopción de estrategias de marketing en línea, como las redes sociales, el marketing de contenidos y el marketing de influencia, para llegar a un público más amplio y diverso.

Puede derivar también en cambios significativos en el diseño, envasado con el objetivo de incrementar las ventas.

EJEMPLO:

Algunos ejemplos de innovación marketing pueden ser los siguientes:

- La innovación en el envase que realizó Solán de Cabras con su botella azul, única y fácilmente reconocible en todas las marcas de agua.

4. Innovación en la Organización de la Empresa:

Esta innovación consiste en fomentar una cultura empresarial que promueva la creatividad, el aprendizaje continuo y la experimentación y la reorganización de la empresa para ser más ágil y adaptable a los cambios del mercado así como la implementación de sistemas y procesos que faciliten la captura, el almacenamiento y el uso eficaz del conocimiento dentro de la organización.

EJEMPLO:

Implementación de nuevas tecnologías en el ámbito de la gestión que están realizando algunas empresas como los CRM (Customer Relationship Management) que es un software específico que ayuda a gestionar los procesos internos.



PLAN DE EMPRESA



Vamos a comenzar a trabajar en nuestro Plan de empresa, piensa en una idea de negocio y reflexiona sobre las siguientes cuestiones:

1. Vuestro producto o servicio, responde a una necesidad existente en el mercado?
2. ¿Está satisfecha esa demanda actualmente?
3. ¿Existe alguna empresa en el mismo sector que plantee una oferta similar?
4. ¿Estas realizando alguna innovación en un producto existente, de proceso o tecnológica?
5. ¿Vuestro producto o servicio es el resultado de un nuevo invento?

En función de estas reflexiones si se cumplen algunas de ellas ya estamos empezando a dar forma a nuestra idea por lo que elabora el siguiente esquema inicial:

1. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO

A. Debes indicar el nombre que has elegido para tu empresa y realizaras la creación de un logotipo y ubicación.

Después de leer este artículo, cada grupo elegirá el nombre comercial, la marca y el logotipo para su empresa. Es importante que la decisión se tome por unanimidad para que todos los componentes se sientan identificados e implicados en el proyecto que van a comenzar y a realizar durante todo el curso. La respuesta es personal.

o <https://www.digitalizatec.com/disenio-web/10-claves-escoger-buen-logotipo-empresa/>

Para la creación logo podemos usar diferentes páginas especializadas en ello o mediante Canva.

o https://logo-maker.freelogodesign.org/es?companyName=laura&_gl=1*feng8q*_ga*MzY4MDYxOTA0LjE2OTUyMDQxMjQ.*_ga_0PR6284HMM*MTY5NTI4MTEwMS4yLjEuMTY5NTI4MTE5MC42MC4wLjA.

B. Descripción del producto o servicio.

- Describirás de forma amplia los productos o servicios que ofreces en tu empresa, determina en que consisten y para que sirven, sus características, ventajas que aportan o los soportes tecnológicos en los que se apoyan.
- Elementos innovadores que incorporan o características que los diferencian de los ya existentes en el mercado si es que los tienen.

