



UNIDAD 11: LLEVAMOS A CABO EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



2º Bach

Empresa y Diseño de Modelos de Negocio

*Carmen Mallol
Iris Arconada*



ME llaman: _____

y mi CORREO ES: _____



LA PROFESORA es: _____

su CORREO ES: _____



Curso _____

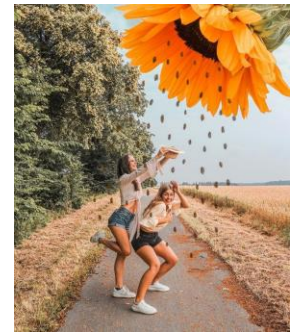
Grupo _____

puedes contar conmigo



ÍNDICE

1. La empresa emprendedora: cualidades y perfiles.
2. El modelo de negocio y el lienzo de modelo de negocio.
3. El proceso de creatividad, dinámicas para la generación de ideas y herramientas para innovar.
4. Nuevas tendencias de modelos de negocio.
5. Prototipado de producto: concepto y utilidad.
6. Herramientas de organización y presentación de ideas o proyectos
7. Innovación: concepto, tipos y estrategias.
8. Plan de negocio.
9. Mujer y emprendimiento.
10. Emprendimiento inclusivo.



1. EMPRESA EMPRENDEDORA: CUALIDADES Y PERFILES



Ser emprendedor/a no solo es importante para una empresa. También lo es para una familia, amigos/as y personas que te rodean debido a que el hecho de tener un espíritu emprendedor, conlleva a ser un/a líder; y a hacer que las demás personas te tomen como **ejemplo** para poder alcanzar sus metas y sueños.

Empezar un proyecto (a partir de una oportunidad) requiere un **gran sacrificio** para la persona que decide liderar una idea. Cuando creas una empresa hay muchas variables que hay que tener en cuenta: hacer un plan de empresa, la gestión de equipos o realizar un buen plan de marketing (lo hemos estudiado en las unidades anteriores).

El emprendedor toma decisiones, evalúa amenazas y oportunidades y asume riesgos con el fin de obtener beneficios económicos como sociales

¿ QUÉ CUALIDADES DEBE DE TENER UNA EMPRESA EMPRENDEDORA?

La propia personalidad de la persona que ha creado la empresa es una variable de un peso enorme dentro del éxito de un emprendedor/a. Si bien es cierto existen muchas características a este nivel, las que vamos a enumerar son las máspreciadas cualidades de un emprendedor/a a nivel personal y empresarial:

1. Actitud, creatividad, ingenio, motivación, innovación, visión...
2. Disciplina y responsabilidad.
3. Buena comunicación y liderazgo.
4. Confianza en sí mismo/a.
5. Positividad.
6. Flexibilidad.
7. Capacidad de gestionar y organizar y perseverancia.

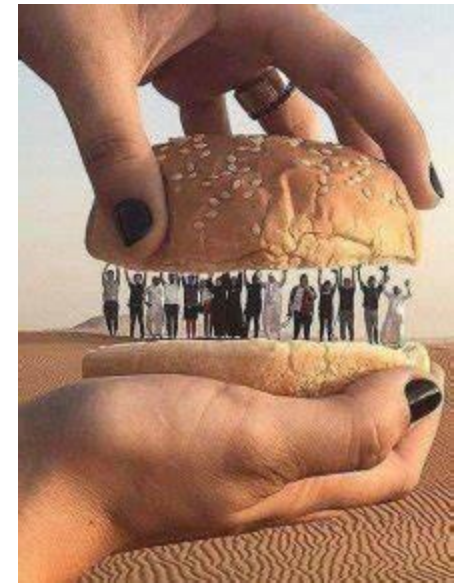


EL PERFIL DE UN EMPRENDEDOR CON ÉXITO

No todo el mundo está capacitado para ser **empresario**; poner en marcha un proyecto exige unas características personales y profesionales específicas. **Ser emprendedor significa**, además, tener una motivación y contar con una situación financiera que lo permita.

El perfil ideal para un emprendedor/a de éxito se resume en:

- Creatividad e innovación.
- Claridad de ideas.
- Capacidad de afrontar y asumir riesgos.
- Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Saber priorizar.
- Capacidad de comunicar y socializar.
- Tenacidad y persistencia.
- Flexibilidad y capacidad para adaptarse a las circunstancias.
- Optimismo



EXISTEN DIFERENTES PERFILES DE EMPRENDEDOR

¿TE ATREVES A DEFINIRLOS?

Hemos visto cómo ser un emprendedor de éxito, pero no existe un camino único y perfecto, ya que existen múltiples emprendedores.



VISIONARIO:

INNOVADOR:

DE ESTILO DE VIDA:

SOCIAL:

ACCIDENTAL:

DE ALTO CRECIMIENTO:

DE FRANQUICIA:

EL EMPRENDIMIENTO PRESENTA CIERTAS DIFICULTADES Y RIESGOS: ¿TE IMAGINAS CUÁLES SON?



- **Incertidumbre financiera.**
- **Exceso de trabajo.**
- **Desconexión personal-laboral.**
- **Poca estabilidad.**
- **Falta de conocimiento empresarial y redes de apoyo.**

¿Y TÚ ERES UN KNOWMAD?

<https://www.bizneo.com/blog/knowmad/>

Se trata de un neologismo que une las palabras "know" (conocimiento) y "nomad" (nómada), que describe a los profesionales más interesados en aprender, mejorar y mantenerse actualizados.



2. EL MODELO DE NEGOCIO Y EL LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio nos ayuda a recoger los elementos básicos para el funcionamiento de una empresa.

- A quién (cliente) y cómo se va a vender (canal).
- Qué recursos (aprovisionamiento y producción) se necesitan y qué beneficio se espera (ingresos y gastos).
- La propuesta de valor que se lleva a cabo para satisfacer las necesidades del consumidor.

Los modelos de negocio, como los productos tienen un ciclo de vida, por ello hay que estar atentos a su evolución y cómo les afectan los cambios del entorno. Las empresas que no se adaptan e innovan, tienden a desaparecer. 5

Es muy importante el **ensayo-error** y las **mejoras continuas**, ya que los modelos de negocio para tener éxito suelen fracasar muchas veces antes. Se deben aceptar los errores y aprender de ellos.

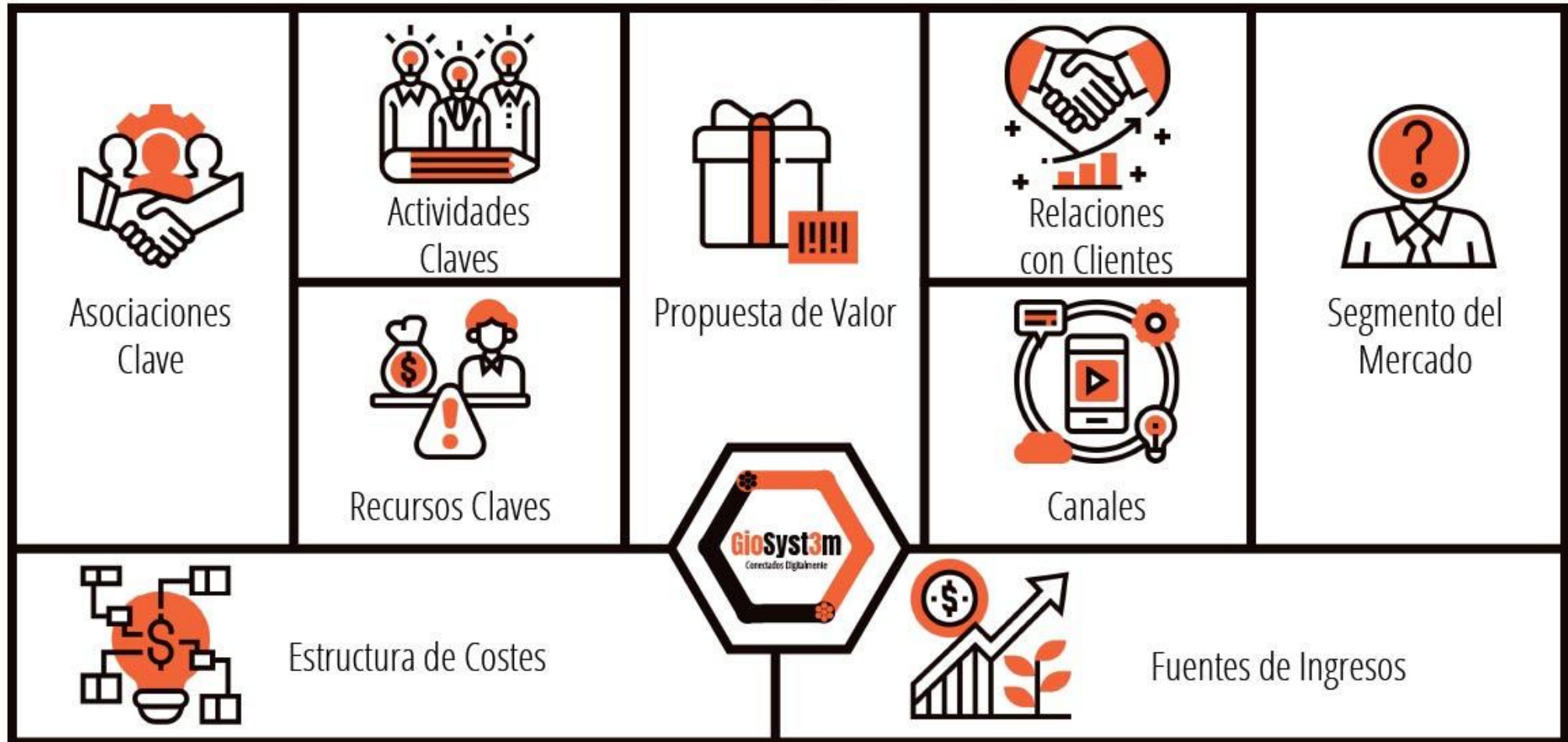
El error no es un fracaso en el emprendimiento, sino un escalón más para alcanzar el éxito.

También se debe **escuchar** a los demás y **aprender** de las distintas **opiniones**. Todos los miembros de la organización son importantes y siempre podemos aprender del resto. Es fundamental la **tolerancia** ante diferentes opiniones y perspectivas relacionadas con las soluciones en los modelos de negocio.

Para la **toma de decisiones** siempre se debe hacer una **evaluación previa** con la ayuda de las **distintas herramientas** que hemos trabajado a lo largo del curso: **DAFO, PESTEL**, etc.

El lienzo de modelo de negocio o modelo Canvas nos muestra de una manera organizada, visual y reducida todos los elementos de un modelo de negocio a partir de 9 apartados.

Lienzo de modelo de negocio, Business Canva



#NegociosConGioSyst3m #SinergiaConGioSyst3m

<https://GioSyst3m.net/>

<https://giosyst3m.net/es/blog/lienzo-de-modelo-de-negocio-business-canva>

3. EL PROCESO DE CREATIVIDAD, DINÁMICAS PARA LA GENERACIÓN DE IDEAS Y HERRAMIENTAS PARA INNOVAR

La **creatividad** en los modelos de **negocio** se ha convertido en una necesidad impostergable para que las empresas mantengan su competitividad en un entorno cada vez más desafiante. El entorno empresarial va cambiando en función de la situación económica social del entorno: los **avances tecnológicos**, generan la necesidad de **ajustar e innovar continuamente** el modelo de negocio, debido a que no puedes enfrentar nuevos escenarios empresariales con las mismas estrategias.



Si analizamos a los sectores empresariales **“ganadores”** y **“perdedores”**, en situaciones de guerra, pandemias, inestabilidad política; apreciamos que las empresas que tienen la capacidad de reinventarse y adaptarse al nuevo contexto, **emergen**. Es por ello que:

La creatividad en los negocios es factor clave para el crecimiento.



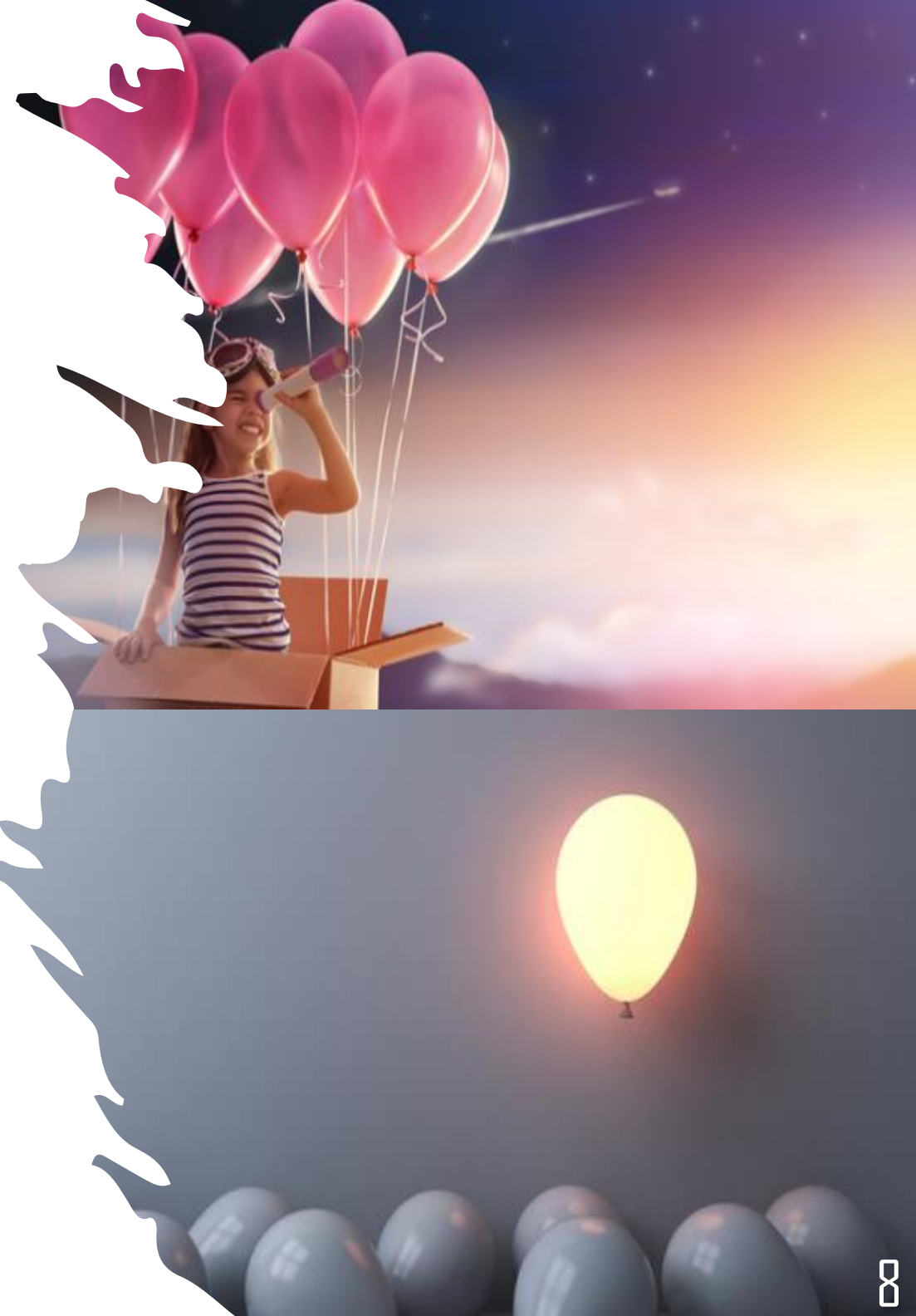
¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?



La creatividad es la **capacidad** o **habilidad** del **ser humano** para **inventar** o **crear cosas**, que pueden ser objetos físicos, ideas, representaciones o simplemente fantasías. Se trata de la posibilidad de generar lo nuevo: nuevos conceptos, nuevas ideas o nuevas asociaciones entre ellos, lo cual conduce habitualmente a nuevas soluciones a los problemas.

¿PROBAMOS NUESTRA CREATIVIDAD?

Un aspecto crucial del pensamiento creativo es la capacidad que tenemos de **imaginar**. Sin imaginación, nuestra habilidad para mezclar realidades y conceptos, de ver las cosas no como son sino como podrían ser, se ve muy limitada. **¿Cómo podemos generar nuevas y valiosas ideas si solo tenemos acceso a las ya existentes y probadas?**



VAMOS A ELLO



Observa tu entorno: la clase, la zona donde vives, te diviertes, donde socializas, incluso si quieres, donde estudias. Intenta centrarte en una zona concreta, por ejemplo, en mi casa me centro en mi habitación, la tengo ordenada de una forma porque según los planos de la casa los enchufes de las mesitas estaban colocados en una parte de la pared y forzaba que el cabezal de la cama estuviera ahí, pero ¿Cómo la cambiaría? ¿Cuál sería mi propuesta?

**¿TE MARCAS ESE RETO? ¿ERES CAPAZ DE MODIFICAR
ALGO QUE TIENES INTERIORIZADO DE UNA FORMA MÁS
CÓMODA, A TU GUSTO?**

PROCESO: PENSAMIENTO DIVERGENTE Y CONVERGENTE



El **pensamiento creativo** está muy valorado en nuestras sociedades, en las que la innovación y el cambio juegan un rol importante. En él intervienen la **memoria**, la **inteligencia**, la **imaginación** y otros procesos mentales complejos que conducen al pensamiento original.

En 1967, el psicólogo estadounidense Joy Paul Guilford propuso dos tipos de pensamiento novedosos: el **pensamiento**

divergente



convergente.



PENSAMIENTO DIVERGENTE

El pensamiento divergente o pensamiento lateral, es aquel proceso o **método de pensamiento que el cerebro utiliza para generar ideas creativas** al explorar todas las posibles soluciones de cómo enfrentar cada circunstancia. Este proceso **ocurre en las personas de manera espontánea y rápida**, debido a que todas las ideas se generan en una pequeña cantidad de tiempo y suelen estar unidas entre ellas para agilizar el proceso y dibujar las posibilidades en nuestras mentes.

¿ACTUAMOS CON PENSAMIENTO DIVERGENTE?

Busca un bien o servicio que mejorarías: el teléfono, una silla, una moto etc. Para ello debes dar respuesta a las siguientes preguntas:

1º ¿Cuáles son los aspectos más relevantes?



2º ¿Va a cambiar el producto?

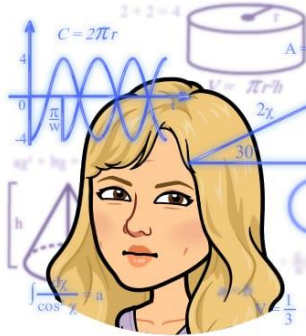


3º ¿Va a mejorar el producto?

4º ¿Es útil?



PENSAMIENTO CONVERGENTE



El pensamiento convergente es la **habilidad** de dar la respuesta correcta a una pregunta **ordenando** de manera lógica la información disponible. En otras palabras, sería la capacidad para solucionar problemas o contestar preguntas sin que se requiera una gran habilidad creativa.

Un ejemplo de pensamiento convergente sería aquel que solemos utilizar para hacer operaciones comunes, como una **suma**. Se basa en la lógica y nos da una única solución. No vamos más allá como lo haríamos en el pensamiento divergente.

¿SOMOS CONVERGENTES?

Del bien o servicio elegido en la actividad de pensamiento divergente: una silla, una moto etc., te centras por ejemplo en su utilidad, indica qué solución útil va a dar tu producto y en qué ha cambiado respecto a la que ya tenía.



¿Conoces el modelo de proceso de diseño el doblo diamante?
Investiga sobre él y explica en qué consiste.

DINÁMICAS PARA GENERAR IDEAS



En 1912, una empresa americana, especializada en marketing electoral, diseñó la **campana de Roosevelt** como candidato a la presidencia del gobierno utilizando una fotografía con un *copyright* por el que no habían pagado los derechos. Para cuando se dieron cuenta de su 'pequeño' error, ya habían impreso todos los carteles de la campaña; el 'olvido' podía costarles unos 600.000 dólares. Con la máscara le dieron la vuelta al problema: "Puesto que nosotros no queremos pagar, hagamos **que sean ellos quienes nos paguen a nosotros**", pensaron. Llamaron a Helstome Image (los 'propietarios' de los derechos de la fotografía) y les plantearon el problema de la siguiente forma: "¿No os gustaría que una fotografía vuestra figurara en la campaña electoral del señor Roosevelt? ¿Y cuánto pagaríais por ello?" Los directivos de Helmstome pagaron 50.000 dólares.

¿VEMOS ALGUNAS?



Te contamos **tres métodos** muy divertidos para generar nuevas ideas para tu negocio:

Los cinco porqués



Estrategia muy usada en la resolución de problemas que permite hallar la causa raíz de un problema complejo o que es producto de una sucesión de causas. Su aplicación es muy sencilla, motivo por el cual es tan popular y usada en el mundo de la resolución de problemas. Es una herramienta de análisis de **causa - efecto** que actúa a través de preguntas. Con la técnica conseguimos analizar un problema haciéndonos la pregunta ¿por qué? Obtenida la respuesta, nuevamente debemos preguntarnos ¿por qué? y así sucesivamente hasta que lleguemos a la causa raíz del problema.

SEGUIMOS



HECHOS
Y DATOS



SENTIMIENTOS,
INTUICIÓN



PELIGROS,
DIFICULTADES
Y RIESGOS



BUSCA LADO
POSITIVO



FACILITADOR



CREATIVIDAD

6 sombreros para pensar

El método de los seis sombreros pretende reproducir el funcionamiento de la mente humana adoptando el símil de un sombrero: cada uno de los sombreros representa un prisma desde el que se puede observar la realidad. A cada forma de ver el mundo se le aplica un color:

- **Blanco:** Neutro. Aquí nos planteamos: ¿Cuáles son los hechos fríos?
- **Amarillo:** Positivo. Debemos pensar: ¿Qué beneficios tiene?
- **Negro:** Negativo. Hay que reconocer: ¿Qué desventajas tiene?
- **Verde:** Creativo. Conviene preguntarse: ¿Qué alternativas se nos ocurren?
- **Rojo:** Emocional. No hay que dejar de lado: ¿Qué sentimientos nos produce?
- **Azul:** Control. Por último, hay que poner sobre la mesa: ¿Qué pasos debemos dar?

TERCERA IDEA

Brainstorming o lluvia de ideas

Existe un intercambio de ideas en el que los participantes aportan ideas sin orden ni filtro. Estas ideas se recogen primero sin evaluación ni censura y luego se valoran. Es una técnica de trabajo en grupo con la que se encuentran ideas novedosas y originales. Una vez aportadas y estudiadas se seleccionan aquellas que responden mejor al problema planteado.



4. NUEVAS TENDENCIAS DE MODELOS DE NEGOCIO



Los modelos de negocios tradicionales no utilizan la tecnología de manera exhaustiva y tienen los canales de comunicación y distribución básicos.

Por ejemplo un pequeño comercio de venta al por menor como la panadería de nuestro pueblo o en un negocio tipo franquicia como 100 montaditos.

Conocer las tendencias que van a imponerse en los próximos años te dará una idea de hacia dónde enfocar tu camino y adaptarte a los nuevos modelos de negocio: Freemium, Long Tail, Multiplataforma, App...

PREMIUM

APLICACIÓN



Internet y las nuevas tecnologías han generado cambios fundamentales en el sector empresarial y en las organizaciones actuales de los modelos de negocio. El desarrollo de los modelos de negocio escalables (pueden llegar a muchos clientes) gracias a la digitalización.

FREEMIUM



Las empresas digitales y **en especial las startups** que han reinventado la forma en la que llegar a los usuarios. Es por ello que nace **Freemium**. Es un **modelo de negocio digital** que permite captar clientes o usuarios mediante la oferta de aplicaciones o funciones específicas de forma gratuita. Se crea un **producto o servicio digital**, se ofrece a una base de clientes con el **propósito** de que una cantidad pequeña **requiera mayores beneficios**. Esto último a cambio de un pago total o una suscripción mensual. Los más reconocidos en la actualidad son **los juegos online**, tales como **Candy Crush o Clash Royale**, entre otros. Son **aplicaciones de ocio gratuitas**, las cuales permiten a sus usuarios obtener diversos recursos por un **micro pago** (vidas, herramientas, entre otros). Con un servicio premium (pagando), por ejemplo sin publicidad en Spotify, publicidad para el resto de clientes.



Modelo de negocio Long Tail

El modelo de negocio long tail se basa en producir y vender menos **unidades** de una gran cantidad de productos. La clave está en que, al ser productos muy variados, la rentabilidad puede ser muy alta.

Hay que tener en cuenta que este modelo de negocio no está orientado a un mercado de masas, sino que se centra en nichos pequeños. En este caso también existe, como en freemium, cliente premium en el que pagas más por tener una ventaja del producto o servicio. Como ejemplos tendríamos Netflix, Amazon.

Antiguamente podría ser la venta por catálogo, hoy en día encontramos grandes plataformas por ejemplo como Wallapop que además es una aplicación sostenible, ya que son productos de segunda mano.



Modelo de negocio Multiplataforma o multilateral

Un modelo de negocio de plataforma de múltiples lados es básicamente un servicio o producto que conecta a dos o más grupos de participantes y actúa como una especie de intermediario. Su propuesta de valor es posibilitar esta conexión y hacer que sea más fácil encontrarse y relacionarse entre sí. La mayoría de estas empresas conectan los dos grupos. Por ejemplo, empresas como **eBay, Wallapop, BlablaCar, Uber, Airbnb y PayPal** solo tienen dos aspectos: compradores y vendedores, conductores y pasajeros, propietarios y arrendadores, y comerciantes y consumidores.

Blablacar pone en contacto a conductores y pasajeros y además ayuda a reducir el consumo de combustible y la contaminación.



Modelo de negocio APP

En un futuro no muy lejano todo el mundo tendrá un smartphone con acceso a las apps. Será un fenómeno mayor que el de las webs. Cuando alguien, con esos mínimos conocimientos de desarrollo, decide enfrentarse a la tarea de crear una aplicación y se encuentra con este entorno -gran cantidad de apps diferentes, distintos modelos de negocio, varios sistemas operativos, etc.-, qué hace para lanzarla, cómo la vende, dónde, a quién, a qué valor...Es un sector abierto, que está en su primera etapa de desarrollo, que ofrece muchas oportunidades de negocio...

Interesante artículo para comentar y reflexionar:

<https://forbes.es/opinion/389154/el-mundo-delirante-que-se-avecina-segun-tiktok/>

Modelo de cebo y anzuelo

Consiste en vender un producto a un precio muy bajo (maquinilla, impresora o cafetera) y unos recambios (cuchillas, cartuchos o cápsulas de café) a un precio más elevado.



Modelo de negocio marketplace

reúne varios vendedores con diferentes productos para los clientes, por ejemplo Civitatis distintas excursiones para hacer en tus viajes que las ofrecen diferentes proveedores. La página cobra una comisión a los vendedores que ofrecen ahí sus productos.

The Civitatis logo, consisting of the word "civitatis" in white lowercase letters on a red rectangular background.

Es muy importante para la sociedad actual la necesidad de llevar a cabo un emprendimiento social y sostenible como hacen muchas empresas como hemos visto anteriormente.



5. PROTOTIPADO DE PRODUCTO



Lanzar un producto es una tarea complicada y, sobre todo, cara. La elaboración de un prototipo nos ayuda a conseguir una ventaja competitiva incidiendo en los aspectos que el consumidor percibe como relevantes.

¿Qué es el prototipado de un producto? Es una versión inicial de la idea de un producto o servicio. El prototipado nos permite **probar, evaluar** y **validar** si efectivamente la idea que tenemos en mente cumple los objetivos de la empresa y de los usuarios.

La **impresión 3D** es una tecnología muy útil para la creación de prototipos de muchos productos.

Existen **diferentes prototipos** según el grado de realidad, desde modelos básicos hasta modelos funcionales y de presentación.



¿CUÁL ES SU UTILIDAD?

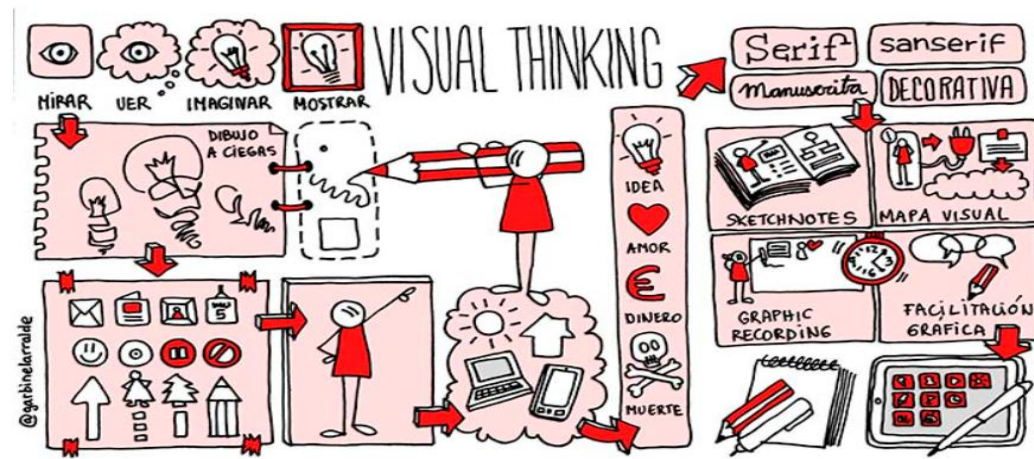
Lanzar un producto es una tarea complicada y, sobre todo, cara. La elaboración de un prototipo nos ayuda a conseguir una ventaja competitiva incidiendo en los aspectos que el consumidor percibe como relevantes.

¿Qué es el prototipado de un producto? Es una versión inicial de la idea de un producto o servicio. El prototipado nos permite **probar, evaluar y validar** si efectivamente la idea que tenemos en mente cumple los objetivos de la empresa y de los usuarios.

6. HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DE IDEAS O PROYECTOS

La humanidad en su afán de comunicar sus ideas, acciones y emociones ha encontrado la manera a través de diversas técnicas. Desde la prehistoria ya utilizábamos la técnica pensamiento visual o visual thinking al dejar pictogramas en las diferentes cuevas. Y es justo con la llegada de la tecnología y la globalización se comienza a simplificar el almacenamiento de la información a través de imágenes que se relacionan con lo que se quiere informar. De allí nace la **técnica visual thinking** que no es más que la organización de ideas a través de imágenes... **Herramienta de representación de ideas** a través de **imágenes o dibujos de manera simple y fácil** de entender para todo el que vea la presentación de esa idea, a través de la capacidad de síntesis (resumen) y de comunicación (habilidad para transmitir) con la ayuda de dibujos, esquemas, diagramas... nos facilita la tarea de la comunicación y síntesis. Por ejemplo qué opinas de las notas autoadhesivas para estudiar en tus apuntes ¿Crees que son útiles? ¿Facilitan la tarea?

PENSAMIENTO VISUAL



Visual thinking y su papel en la estrategia de marketing

El experto en **pensamiento visual** Dan Roam cita **cuatro puntos** clave para describir el proceso:

- **Mirar:** se trata de recopilar y seleccionar aquellos elementos que son relevantes para el objetivo que perseguimos.
- **Ver:** ahora se trata de identificar qué relaciones existen entre los elementos y las pautas.
- **Imaginar:** es momento de manipular los elementos para poder descubrir nuevas pautas.
- **Mostrar:** si encontramos una pauta y la comprendemos, debemos enseñarla a otras personas para obtener un feedback valioso que retroalimente el proceso.

STORYTELLING

STORYTELLING Estructura



El storytelling o también conocido como la **narración de historias**, es una metodología ampliamente utilizada en el área de marketing para lograr la comunicación de un mensaje y la conexión emocional con la audiencia. Para muchos, más que una técnica resulta un arte, ya que es un proceso único para cada marca. La narración de una historia no tiene que ser necesariamente un cuento de hadas, sino más bien se trata de relatar de forma interactiva un mensaje que inspire y conmueva a la audiencia para la que se encuentra dirigido.



ELEVADOR PITCH



https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_Yjgvl

Si alguna vez has querido condensar lo que haces como profesional o emprendedor en pocas palabras, necesitas conocer lo que es un **elevator pitch**. Es llamar la atención de un posible inversor, empleador o socio, para convencerle de que tienes una gran oportunidad de negocio a través de un discurso conciso que genere tanto enganche como cierta intriga. Se le conoce como *discurso de ascensor* porque debería durar menos de un minuto (máximo 2 min), que es lo que te toma viajar en el ascensor. Debes de saber concretar ideas y reflejarlas con claridad.

Canva

Esta herramienta te ofrece la posibilidad de conseguir un diseño gráfico muy resultón para posters, presentaciones... de forma sencilla y rápida, gracias a una interfaz usable e intuitiva. Los componentes de este modelo son: clientes, la propuesta de valor, canales de entrega del producto, relación que vamos a tener con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costes.

PREZI

Sus transiciones en movimiento con efectos de zoom están muy logradas. Además, es multiplataforma, por lo que se pueden ver en móviles, tablets y portátiles. Sin duda una herramienta muy útil para tus proyectos.



The logo for dafont.com, featuring the text "dafont" in a white, lowercase, sans-serif font above ".com" in a smaller, white, lowercase, sans-serif font, both set against a solid red square background.

<https://www.dafont.com/es/>

Una de las webs de tipografías gratuitas más importantes de la web. A veces una buena foto y un texto sobreimpreso en la tipografía adecuada son suficientes. Eso sí: Aconsejamos usar con moderación las más fantasiosas...



<https://www.openoffice.org/es/descargar/>

No podía faltar en nuestro listado la alternativa al Office de Microsoft, desarrollada por Apache, llamada OpenOffice. Hace básicamente lo mismo, pero gratis, y permite exportar los documentos a los principales formatos. Una buena alternativa. Aunque, para nosotros la mejor de todas sea Google Drive, ya que añade a todo esto la posibilidad de trabajar online, compartir grupos de trabajo... y supone un salto adelante cualitativo real ya no en la herramienta, sino en la forma



7. INNOVACIÓN



¿Sabes qué es la innovación? Dímos muchas definiciones y todas son correctas pero nos quedamos con que innovar, publicado por los profesores de la Universidad Politécnica de Cataluña Francesc Solé Parellada, Itxaso del Palacio Aguirre y Ariel Areyuna Santiago, es cualquier cambio en una organización que viene validado por el mercado. La innovación se manifiesta en las organizaciones en la **aparición de nuevos productos y servicios**, en la **incorporación de nuevas tecnologías**, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios.

Las **ideas para la innovación de los modelos de negocio pueden provenir de cualquier parte**. Cada uno de los nueve bloques que componen el modelo de negocio puede ser el epicentro de una transformación (los recursos, los clientes, la oferta, las finanzas o por varios bloques a la vez). Los cambios de un bloque suelen tener efecto en el resto.

¿ES LO MISMO INNOVAR QUE INVENTAR?

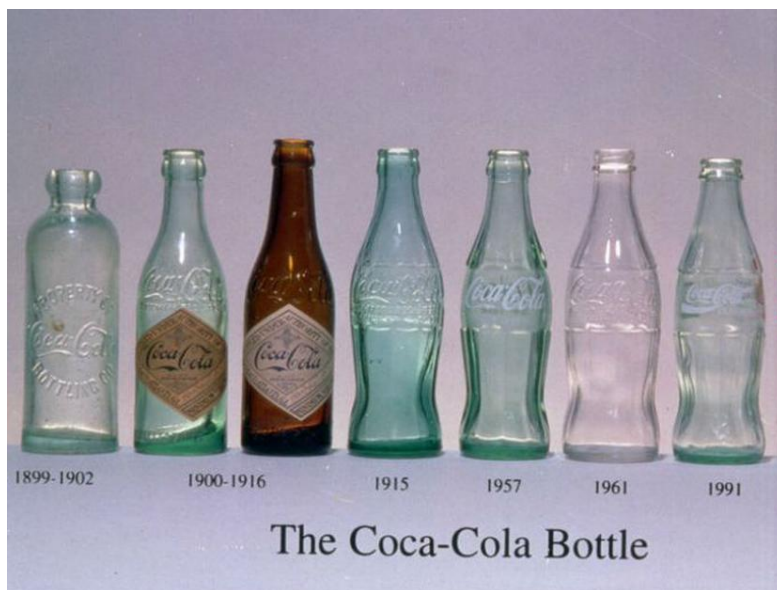


No, **inventar** es crear algo nuevo que no existía hasta ese momento mientras que **innovar** es mejorar, diferenciar, corregir un producto o proceso existente. Es la aplicación práctica de algo ya inventado.

Observad las siguientes imágenes que corresponden a la evolución de las botellas de coca cola (A) y la nueva coca cola Energy (B):

A)

B)



INNOVACIÓN EMPRESARIAL

La **innovación empresarial** se puede definir como el proceso de introducir nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio en el mercado. Los **tipos de innovación** puede ser:

Según su **impacto** en el mercado:

A) Incremental, es decir, introducir mejoras en productos o servicios existentes, *por ejemplo: botellas 100% reciclables de Nestlé para reducir su impacto con el medio ambiente.*



B) Radical, que implica crear productos o servicios completamente nuevos, *por ejemplo: Amazon que creó un nuevo modelo de negocio para la venta online.*



¿EN QUÉ IMÁGEN CONSIDERAS QUE SE HA PRODUCIDO LA INNOVACIÓN Y EN CUÁL NO?

A) En esta imagen coca cola no ha innovado puesto que lo que ha hecho con los envases es cambiar la forma, el tamaño, pero no implica un cambio en el proceso ni en el producto.



The Coca-Cola Bottle

B) En esta imagen coca cola ha hecho un nuevo tipo de producto una bebida energética que combina el sabor característico de Coca Cola con ingredientes como cafeína, guaraná y vitaminas del grupo B. Ha sido muy bien recibida por los consumidores, especialmente por aquellos que buscan un extra de energía para afrontar el día.



INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Innovación según el **área** que mejora:

A) De producto/servicio:

Nuevo o mejorado, introducción en el mercado de nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios. Incluye alteraciones significativas en las especificaciones técnicas, en los componentes, en los materiales, la incorporación de software o en otras características funcionales.

Por ejemplo, el lanzamiento del iPhone supuso un antes y un después en el mundo de la telefonía. Sus constantes mejoras se pueden considerar igualmente innovación de producto.



INNOVACIÓN EMPRESARIAL

B) De Proceso:

Incorporación de nuevas tecnologías de fabricación, incremento del nivel de automatización de los procesos productivos mediante incorporación de sistemas robotizados, etc.

Por ejemplo: Donuts, la empresa ha innovado en el proceso de fabricación para ofrecer un producto mejorado. Una de las presentaciones del producto es el envasado en blisters individuales con atmósferas controladas (ricas en CO₂) que aumentan la duración del producto. Supone innovación en proceso (adaptación del proceso de fabricación para envasado en atmósfera controlada) e innovación en la forma de presentación del producto.



INNOVACIÓN EMPRESARIAL



Innovación según el **sector que afecta**:

A) **Tecnológica**, es decir, cambios que se producen en el proceso productivo, en la financiación, comercialización del producto, presentación del producto, modelos organizativos. Este tipo de innovación está ligada a la **Transformación Digital en las empresas** puesto que las empresas necesitan de la tecnología para realizar esta transformación y de esta forma mejorar su eficacia y productividad. <https://elpais.com/tecnologia/2023-12-08/la-ue-aprueba-la-primer-ley-de-inteligencia-artificial-del-mundo.html>

Por ejemplo: automatizar procesos, tratamiento de datos para la toma de decisiones, marketing predictivo capaz de analizar una gran cantidad de datos a partir de información recogida por la inteligencia artificial y predecir cómo van a cambiar los gustos de los consumidores.

INNOVACIÓN EMPRESARIAL

B) Social, dar respuesta algún problema social por parte de una empresa, *por ejemplo: Zero Waste o Cero Basura*, es una empresa que se centra en procurar generar el mínimo de residuos de cualquier tipo, es decir, reducir al máximo la generación de residuos, también en la eliminación de los ya existentes, a través de la reutilización y el reciclaje.



C) Educativa, es una innovación que modifica el proceso de la enseñanza en cuatro elementos: **personas, conocimiento, proceso y tecnología** conjuntamente para que tenga éxito.



ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN



No nos enseñan a innovar, hay que aprender. Y para ello es prioritario saber **para qué** y reflexionar sobre **cómo generar valor** en nuestro producto o servicio, detectar oportunidades y soluciones tecnológicas, y tener un **liderazgo** con propósito y visión. Marcar una estrategia es una oportunidad para las empresas que, con coraje y anticipación, realicen cambios más allá de lo que las necesidades inmediatas les exijan.

“En la era digital, en un momento de confusión y transformación, debemos centrarnos siempre en el cliente”

PASOS PARA ELABORAR UNA BUENA ESTRATEGIA



1º.- El experto se preguntará **¿PARA QUÉ?** No es lo mismo hacerlo para defenderte que para crecer, para diferenciarte, para ser más competitivo o para entender mejor a tus clientes", **enumera posibilidades.**

2º.- Ver **qué tipo de innovación** voy a abordar, por ejemplo, si es adaptativa (por ejemplo, si decido poner wifi en mi hotel para dar un mejor servicio a mis clientes).

3º.- Buscar **nichos de mercado** donde no haya competidores o existan muy pocos.

4º.- Realizar un **plan de acción**, para que una buena iniciativa no pueda naufragar.

TIPOS DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN



- A) Ofensiva o de líder:** Introduce nuevos productos o procesos o es líder tecnológico con I+D.
- B) Defensiva o de seguidor:** Sigue al líder tecnológico o se apoya en licencias y patentes.
- C) Oportunista o de nicho de mercado:** Analiza los puntos débiles de la competencia y se aprovecha o selecciona un segmento de mercado que posee un punto más fuerte.
- D) Dependiente o tradicional:** Establece relaciones estables con otras empresas o está pendiente de lo que el mercado necesita y va dando respuesta.

Para **innovar en valor en un modelo de negocio**, se puede utilizar diferentes **herramientas analíticas**:

- **El esquema de las cuatro acciones o matriz ERIC**

consiste en cuatro preguntas que permiten cuestionar el modelo de negocio al compararlo con la competencia y proponer nuevas soluciones. Plantear acciones que le permitan a la empresa diferenciarse de la competencia y crear valor. Las cuatro preguntas de la matriz ERIC son qué eliminar, qué reducir, qué incrementar y qué crear.

- **Océanos azules,**

esta matriz ayuda a tomar decisiones, se utiliza de manera conjunta con el cuadro estratégico para encontrar un océano azul que le permita a la empresa diferenciarse de sus competidores. La estrategia del océano azul es la búsqueda de diferenciación y costes bajos para encontrar un nuevo nicho de mercado, que aún no ha sido explorado. Se crea un negocio completamente nuevo que no existía hasta el momento.

8. PLAN DE NEGOCIO

Es necesario validar el modelo de negocio y para ello se utiliza la elaboración del plan de negocios con la ayuda de herramientas de gestión.

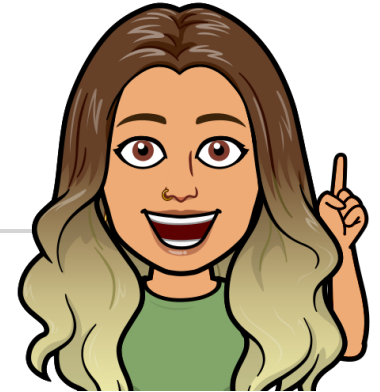
¿Qué es un plan de negocio? es el documento que ayuda a **identificar y analizar una oportunidad de negocio** previamente detectada, a **examinar** su viabilidad (desde un punto de vista técnico, económico y financiero) y a **elaborar** (en profundidad) una serie de **estrategias y tácticas** que permitan la toma de decisiones. El plan de negocio permite tener un enfoque claro y ayuda a tomar decisiones informadas.

También a identificar riesgos potenciales antes de empezar a operar, lo que permite planificar y mitigar riesgos y da una ventaja competitiva.



FINALIDAD DEL PLAN DE NEGOCIO

- **Describir el modelo de negocio.**
- **Estructurar** tu modelo de negocio en un documento.
- **Estudiar la viabilidad del modelo de negocio**
(viabilidad comercial, financiera, económica y legal)



ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO

Se debe de **elaborar un documento** en el que aparezca:

Presentación.

Plan de marketing (el estudio de mercado y la estrategia de marketing).

Plan de producción.

Plan de inversión y financiación.

Elección de la forma jurídica y los aspectos legales.

9. MUJER Y EMPRENDIMIENTO



Apostar por la conciliación, la redefinición de la figura del emprendedor y nuevos modelos empresariales y digitales son algunas de las claves para que las oportunidades emprendedoras sean igualitarias. **Sin diversidad racial, cultural y de género no hay innovación ni progreso.** Las mujeres no son una minoría, son el 50% de la población y, por tanto, la mitad de su potencial. Aunque su papel en la fuerza laboral ha evolucionado en las últimas décadas, ya no se trata solo de romper techos de cristal y ocupar puestos de liderazgo en grandes corporaciones: el **emprendimiento femenino** también es necesario para el desarrollo social.

MUJERES EMPRENDEDORAS



¿Cuántos emprendedores hombres son conocidos? A nuestra cabeza suelen venir nombres como Bill Gates, Elon Musk, Jeff Bezos o Mark Zuckerberg. **¿Podríamos nombrar también a varias mujeres?**

Madame CJ Walker, huérfana y recolectora de algodón, comenzó una línea de productos para el pelo dirigida a mujeres afroamericanas, en una época donde seguía vigente la segregación racial; **Alicia Asín**, con tan solo 24 años, ideó Libelium, una empresa del IoT que exporta sensores a más de 120 países y que recibió el EU Prize for Women Innovators 2018 de la Comisión Europea; **Andrea Barber** impulsó en 2017 Rated Power, un software de diseño de placas fotovoltaicas que busca la expansión de las renovables mediante la automatización del diseño y la reducción de los costes.

DIFICULTADES DE LA MUJER PARA EMPRENDER

Las mujeres tienen dificultades para emprender debido a las **barreras invisibles** que impiden el desarrollo profesional de las mismas a la hora de poder acceder a cargos directivos, de responsabilidad (**teoría del techo de cristal**). Aquellas con **grandes cargas familiares** les puede ser difícil mantener un empleo asalariado.

El emprendimiento es una manera de apoyar a las mujeres en situaciones vulnerables y que puedan mejorar con creces las perspectivas económicas de sus familias. La **brecha de género** no solo hace referencia al menor número de emprendedoras, sino también al sector al que pertenecen sus negocios. El digital y el tecnológico, estando en auge global, no lo están entre las 'startups' creadas por mujeres.



Estereotipos o discriminaciones de género, debido a creencias pasadas.

Cuando las mujeres **solicitan préstamos tienden a recibir menos capital**, a pagar tasas de interés más altas, pese a aportar más garantías que los hombres porque muchas no cuentan con un patrimonio que les pueda servir como aval.

También en muchas ocasiones no se encuentran **suficientes referentes** femeninos en el emprendimiento o no se les da a conocer tanto como los masculinos para motivar a otras mujeres a emprender.

Estereotipos o discriminaciones de género, debido a creencias pasadas.

¿Y TÚ QUÉ EMPRENDEDORAS CONOCES?



10. EMPRENDIMIENTO INCLUSIVO: CAMINO HACIA LA DIVERSIDAD Y EQUIDAD EN LOS NEGOCIOS

El emprendimiento inclusivo se ha convertido en una tendencia cada vez más importante en el mundo de los negocios. Es fundamental reconocer la importancia de la diversidad y la equidad en el ámbito empresarial, ya que esto no solo **promueve una sociedad más justa**, sino que también **impulsa la innovación y el crecimiento económico**.

La **diversidad en los equipos de trabajo** es clave para poder abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan en el mundo empresarial actual. Al contar con **diferentes perspectivas, experiencias y habilidades**, se generan ideas más creativas y se toman decisiones más acertadas.

Además, la **inclusión garantiza igualdad de oportunidades** para todas las personas, sin importar su género, raza, orientación sexual o diversidad funcional. Esto permite que talentos diversos puedan participar en el ámbito empresarial y contribuir con su conocimiento y capacidad.

¿CÓMO FOMENTAMOS EL EMPRENDIMIENTO INCLUSIVO?



Para fomentar el emprendimiento inclusivo, es necesario adoptar políticas y prácticas que promuevan la diversidad y la equidad en todos los niveles de la organización. **Esto incluye la contratación de personal diverso, la creación de programas de capacitación inclusivos y el establecimiento de un entorno laboral abierto y respetuoso.**

Asimismo, es importante **crear alianzas con organizaciones e instituciones que también promuevan la diversidad y la inclusión, colaborando en proyectos conjuntos y compartiendo buenas prácticas.** Existen **programas y campañas para ayudar a grupos desfavorecidos** a emprender: ayudas a la financiación, formación en gestión empresarial, campañas de sensibilización.

OBSTÁCULOS PARA EMPRENDER DE FORMA INCLUSIVA

El emprendimiento inclusivo se enfrenta diversos *obstáculos* que dificultan su implementación y desarrollo:

- Falta de conciencia y sensibilización sobre la importancia de la inclusión y la equidad.
- Limitaciones en el acceso a recursos financieros y capacitación especializada.
- Barreras físicas y técnicas que dificultan la participación plena de personas con diversidad funcional.
- Estereotipos y prejuicios que limitan las oportunidades para grupos minoritarios.
- Marco legal y normativo insuficiente o poco inclusivo.

¡Únete al movimiento del emprendimiento inclusivo!



Todas las personas pueden contribuir al emprendimiento inclusivo:

- Como emprendedor, considera la inclusión como un elemento clave en tu modelo de negocio.
- Como consumidor, apoya a empresas inclusivas y valora la diversidad en tus decisiones de compra.
- Como líder empresarial, promueve políticas y prácticas que fomenten la inclusión en tu organización.
- Como ciudadano, educa sobre la importancia de la inclusión y aboga por cambios positivos en la sociedad.



BIBLIOGRAFÍA



Alfaro Giménez, Josep; González Fernández, Clara y Pina Massachs, Montserrat. (2023). *Empresa y Diseño de Modelos de Negocio. 2º de Bachillerato*. Editorial: Mc Graw Hill.

Alfaro Giménez, Josep; González Fernández, Clara y Pina Massachs, Montserrat. (2016). *Economía de la empresa 2º de Bachillerato*. Editorial: Mc Graw Hill.

Cabrera Bautista, Andrés. (2016). *Economía de la empresa 2º de Bachillerato*. Editorial: SM.

García de León Sánchez, M.^a Carmen. (2016). *Economía de la empresa 2º de Bachillerato*. Editorial: Santillana.

Hitos Santos, Rubén. (2016). *Economía de la empresa 2º de Bachillerato*. Editorial: Edelvives.

Martínez Bueno, Javier. (2023). *Empresa y Diseño de Modelos de Negocio. 2º de Bachillerato*. Econosublime.

Torrecillas Lozano, Antonio. (2016). *Economía de la empresa 2º de Bachillerato*. Editorial: Bruño.