

Unidad 9: Creando tu negocio

IES Número 1

Curso: 2024/2025

Materia: Economía y Emprendimiento

Profesor: Carlos Gómez Barge

Índice

1. Tu modelo de negocio
2. La idea de negocio
3. La creación de valor
4. Busca tu mercado
5. ¿Dónde está mi dinero?
6. Construyendo un prototipo
7. La protección de nuestras ideas

1. Tu modelo de negocio

Un **plan de empresa/plan de negocio** es un documento escrito que recoge una idea de negocio. En dicho documento se detallan los aspectos más relevantes para transformar esa idea en un proyecto empresarial en concreto.

El **modelo de negocio** es la forma en la que la empresa va a satisfacer las necesidades de los clientes a través de un producto o servicio (creación de valor), cómo será entregado a los clientes y cómo la empresa va a generar ingresos.

1. Tu modelo de negocio

Idea de negocio	Es un producto o servicio nuevo que satisface una necesidad social.
Valor	Representa la capacidad de nuestro producto o servicio de satisfacer mejor esa necesidad o de forma diferente a como lo hacen las demás empresas.
Monetización	Es nuestra capacidad de convertir el valor en dinero al conseguir que nos paguen por nuestro producto o servicio.
Modelo de negocio	Es la forma en la que, con nuestra idea , creamos valor y lo monetizamos.

1. Tu modelo de negocio

Tener un diseño de nuestra idea sobre el papel está bien, pero es fundamental ponerlo a prueba.

Necesitamos, por tanto, un **producto mínimo viable** o un **prototipo** de nuestro bien o servicio. No es más que versión sencilla del mismo que, en muchos casos, permitirá saber si tiene aceptación o no entre nuestro público objetivo.

1. Tu modelo de negocio

En definitiva, para crear un modelo de negocio hay que dar respuesta a estas siete preguntas:

Idea de negocio	1. ¿Qué producto o servicio vas a ofrecer? 2. ¿Qué necesidad satisface tu producto?
Creación de valor	3. ¿Quiénes son mis competidores y qué hacen? 4. ¿En qué es diferente mi producto al suyo?
Mercado y monetización	5. ¿Quién comprará mi producto? 6. ¿Por qué pagarán por él y cómo lo harán?
Poner a prueba nuestro modelo de negocio	7. ¿Cómo puedo hacer un prototipo y obtener retroalimentación de los clientes a quienes nos dirigimos?

2. La idea de negocio

2.1. ¿Cómo obtenerla?

Fuentes de ideas de negocio. ¿De dónde obtener ideas?



**identificar
necesidades**

1. Identificar necesidades no satisfechas.

Al observar nuestro alrededor podemos encontrar necesidades que puedan ser satisfechas a través de un producto



**Mejorar un
producto**

2. Mejorar un producto.

La oportunidad puede aparecer si vemos que hay un producto que puede ser mejorado o que un servicio está mal prestado



**Mejorar un
producto**

3. Observar una oportunidad de mercado.

La idea puede surgir de comprobar que hay un mercado concreto con pocos vendedores de un producto o servicio

2. La idea de negocio

2.1. ¿Cómo obtenerla?



identificar
necesidades

4. Aprovechar nuestras habilidades etc.

Otra opción es utilizar tus habilidades, experiencia y conocimientos para crear un negocio



Mejorar un
producto

5. Observar tendencias.

En el entorno vemos cambios sociales, demográfico, culturales, etc. que van creando nuevas necesidades en la sociedad



Mejorar un
producto

6. Estudio de otros mercados.

Podemos observar algún negocio que haya sido exitoso en otras ciudades y decidir implantarlo en la nuestra.



Mejorar un
producto

7. Partir de intereses personales y hobbies.

Podemos pensar en aquello que nos apasiona y montar un negocio a partir de ello.

3. La creación de valor

Cuando creamos un nuevo producto o servicio estamos buscando satisfacer una necesidad o resolviendo un problema que tiene el consumidor.

El **valor** de nuestro producto/servicio es su capacidad para satisfacer una necesidad.

3. La creación de valor

Una de las primeras acciones que tenemos que llevar a cabo antes de entrar en un mercado es estudiar, conocer a nuestros potenciales **competidores**.

Ello nos permitirá diferenciarnos (conseguir una ventaja competitiva) y ofrecerles valor a nuestros clientes.

Conocida la competencia y detectado aquello que nos permitirá diferenciarnos, pasaremos a definir las características de nuestro producto y lograr así **posicionarnos**.

El posicionamiento es la imagen que se forma en la mente del consumidor y que nos permite distinguirnos de la competencia.

3. La creación de valor

Por lo general, el posicionamiento se basa en alguna de estas variables:

- ❖ **Coste:** Podemos satisfacer la necesidad de nuestros clientes a un menor coste.
- ❖ **Tecnología:** Nuestro producto es de mayor calidad que el de la competencia.
- ❖ **Servicio:** Podemos ofrecer nuestro producto de una manera diferente o con servicios adicionales.
- ❖ **Experiencia:** El “uso/consumo” del producto sea una experiencia.

4. Busca tu mercado

El mercado está formado por miles y miles de consumidores cada uno con unas necesidades, gustos, etc., diferentes.

Por ello, las empresas llevan a cabo un proceso de **segmentación del mercado**, que consiste en dividir el mercado en pequeños grupos de consumidores que tienen unas características similares.

Este proceso tiene como objetivo diseñar una estrategia diferenciada para cada uno de estos grupos.

Una vez que la empresa ha segmentado el mercado puede determinar cuál será su **público objetivo** (target) entre los diferentes segmentos.

5. ¿Dónde está mi dinero?

¿Tener un buen producto/servicio conlleva ganar dinero con él?

Desgraciadamente, esto no siempre pasa.

Puede ocurrir que:

- **No hay demanda:** Nadie lo necesita y nadie quiere pagar por él.
- **Demasiada competencia:** Producto no diferenciado.
- **Monetizamos de forma errónea:** No estamos cobrando a las personas adecuadas.
- **Sistema de precios mal diseñado:** No cobramos de la forma adecuada.

6. Construye un prototipo

¿Cómo se validaba/comprobaba antes que en un proyecto empresarial era viable?

1. Emprendedor tenía una idea de negocio
2. Elaboración del plan de negocio
3. Búsqueda de financiación
4. Creación de la empresa
5. Venta del producto/servicio
6. ¿Rentable?

6. Construye un prototipo

¿Cómo se valida/comprueba ahora que en un proyecto empresarial era viable?

En la actualidad, muchas empresas desarrollan una versión preliminar del producto/servicio para ponerla a prueba.

Las empresas presentan dicha versión a los potenciales clientes para que el *feedback* que se establece permita desarrollar un producto/servicio que satisfaga sus necesidades de manera óptima.

Una vez que las empresas tienen el producto y consiguen sus primeros clientes es el momento de constituir la empresa como tal.

El objetivo fundamental es ahorrar tiempo y dinero.

6. Construye un prototipo

Esta versión preliminar, en función del grado de finalización, es lo que llamamos **prototipo** y **producto mínimo viable**.

- ❖ Prototipo: Es un esquema o representación sencilla de nuestro producto que informa sobre sus funcionalidades. No es necesariamente el producto completo.
- ❖ Producto mínimo viable: Es una versión funcional y operativa de nuestro producto lo más sencilla posible. Está un grado por encima del prototipo.

6. Construye un prototipo

6.1. Herramientas para crear un producto mínimo viable

- ❖ Para el diseño de bienes físicos, cada vez son más las empresas que emplean **impresoras 3D**.
- ❖ En el caso de las aplicaciones para móvil, existen multitud de herramientas que permiten crear dichas aplicaciones sin saber programar.
- ❖ Para webs y servicios online, existen herramientas online que permiten crear webs “fantasmas” con las que puedes ofrecer el servicio y testarlo en caso de que lleguen visitantes interesados en contratarlo.

7. La protección de nuestras ideas

En algunas ocasiones podemos encontrarnos con la sorpresa de que otra persona ha desarrollado y sacado al mercado nuestra idea al mercado antes que nosotros.

Para evitar situaciones tan desagradables, para proteger nuestras ideas y evitar que otros se apoderen de ella de manera ilegítima, existen en España dos registros:

- Registro de la Propiedad Intelectual
- Oficina de Patentes y Marcas

7. La protección de nuestras ideas

Registro de la Propiedad Intelectual

- ❖ ¿Qué se puede registrar?: Ideas artísticas (canción) y creaciones intelectuales no artísticas (programa informático).

Oficina de Patentes y Marcas

- ❖ ¿Qué se puede registrar?: Los inventos, la marca y los diseños de la empresa.