

Etapa 2: la idea de negocio



**Govern de les
Illes Balears**

Conselleria d'Empresa,
Ocupació i Energia



ibemp

Elegir el proyecto ¿Qué podemos tener en cuenta? En primer lugar:



“Pájaro en mano” ¿Con qué contamos?

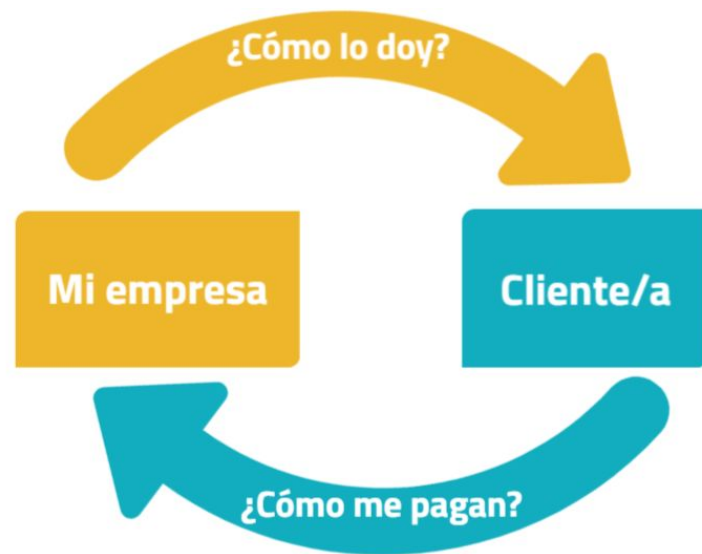
- Habilidades o intereses con los que dotar de contenido. Si sabemos del tema nos será más fácil.
- Contactos o grupos de interés al alcance. ¿Conocemos gente que sepa o se vea afectada por algo que nos interese?
- Recursos que queramos poner en juego (espacios, software, maquinaria...).

Innovar en ingresos y costes. La forma en la que se reciben los ingresos o se organizan los costes. ¿Si alquilamos/compartimos en lugar de comprar? ¿Cambiamos la forma de recibir el dinero de la clientela?

Innovar en canal. Las herramientas o formas en las que llega nuestro valor a la clientela ¿Y si usamos canales offline? ¿Dónde está la clientela? ¿Cómo hago para anunciarme ahí?

Innovar en recursos. Lo material, personal, intelectual o tecnológico necesario para las actividades clave. ¿Usamos solo recursos sostenibles? ¿Cómo podríamos integrar a otras personas o tecnologías en el proyecto?

Innovar en clientela. Pensar en quién está dispuesto/a a pagar por el proyecto ¿Cómo podríamos vender a otro segmento de cliente? ¿Es nuestra primera idea la mejor clientela?



Entrando en clientela es muy importante:



Cliente ideal NO es igual a
quién me puede comprar.

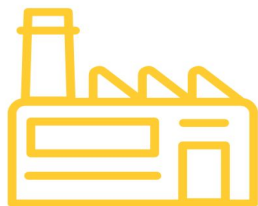
Es quiénes (personas o entidades), con las que tienes la relación comercial que hace viable tu negocio.

¿Cualquier persona puede comprarme? Probablemente sí.

¿Es viable hacer el negocio pensando en ese cliente? Esa es la pregunta.

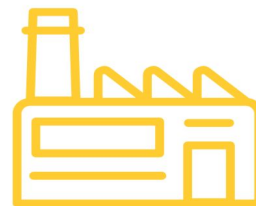
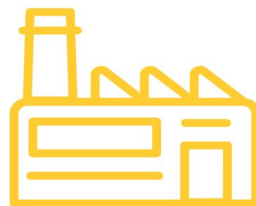


Primera clave a nivel de modelo de negocio, ¿vendemos a consumidores finales o a otras empresas? Dos modelos.



B2C

Empresa a consumición



B2B

Empresa a empresa

Un paso más:
¿Quién compra y
quién utiliza?



Empresa 1

¿Qué aporta a la otra empresa?



Empresa 2

¿Por qué la clientela le compra?



Cliente

¿Qué relación tiene con la persona beneficiaria?



Persona beneficiaria



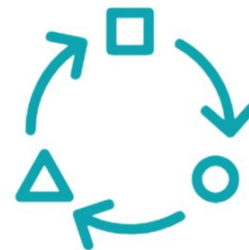
Una vez partimos del “pájaro en mano” y hemos analizado “qué tenemos”:



Lluvia de ideas.



Disparadores de
la creatividad.



Metaforización.



Un disparador de la creatividad es una herramienta que sirve para poner al cerebro a funcionar, evitar pensar sobre “un papel en blanco”, tener puntos de partida interesantes:

- Situaciones personales o casos de estudio interesantes.
- Herramientas específicas de “disparadores de la creatividad” (se aportan algunos en material adicional).
- Películas, vídeos, debates sobre temas clave y de interés.

Reglas para una correcta lluvia de ideas:

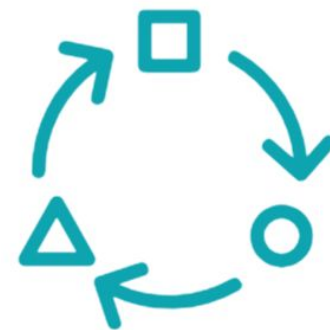
- Necesitamos tantas ideas como sea posible.
- Toda idea es bienvenida, aunque parezca absurda o imposible.
- Toda crítica no constructiva (que busque desmontar la idea) está prohibida.
- El desarrollo y asociación de las ideas es deseable. Las ideas absurdas e imposibles se tienen que mirar de convertir en ideas factibles.



La metaforización puede ser algo difícil, pero consiste en:

- Pensar en el “universo metáfora”, un sector que nos guste lejano a nuestras ideas de proyecto (por ejemplo, queremos hacer algo en sector restaurantes, pues pensamos en futbol o plantas como metáfora).
- Damos todas las características que se nos ocurran del “universo metáfora” (en el futbol hay equipos, un entrenador/a, hay goles... en las plantas hay crecimiento, hay flores, se pueden morir si no se riegan...).
- Ahora pensamos en nuestro sector/idea, qué sería cada una de esas características (El entrenador sería la persona responsable de sala, que coordina el restaurante... las flores podrían ser fiestas que se hagan en el restaurante, porque hacen que se transmita lo bueno que es el restaurante, como si de polinización se tratase...)

De este paso de universo metáfora a universo idea pueden surgir propuestas interesantes.



De estas herramientas y sus combinaciones pueden surgir multitud de propuestas, luego será clave **priorizarlas**, para ello se suelen usar matrices de toma de decisiones:

	Idea 1	Idea 2	Idea 3
Criterio 1			
Criterio 2			
Criterio 3			
Totales			

- Los criterios deben ser claros y relevantes para el grupo.
- Se deben de debatir criterio por criterio, de forma comparativa (qué idea más, cuál menos)
- Se ofrece una propuesta en el material adicional.