



Actividades

1. Visualizad el vídeo del siguiente enlace: bit.ly/necesidades_cliente. A continuación, en grupos de dos o tres personas, analizad un caso cercano o de vuestro sector productivo en el que el método tradicional haya supuesto un fracaso empresarial. Preparad una presentación para exponerla en clase.

Respuesta abierta.

Ejemplo de caso elegido: Nokia y el mercado de navegación en tiempo real

En 2007, Nokia invirtió más de 8.100 millones de dólares en desarrollar sensores de tráfico para dominar el mercado de la navegación en tiempo real. Sin embargo, fracasó al no lograr competir con la startup Waze, que revolucionó el mercado utilizando un enfoque completamente diferente.

Fallo del método tradicional:

1. Idea inicial: Nokia definió una solución costosa basada en sensores físicos para recopilar datos de tráfico en tiempo real.
2. Ejecución: se invirtió en una infraestructura tecnológica avanzada, sin evaluar si esta era realmente necesaria o adaptada a las necesidades del mercado.
3. Cliente final: Nokia no se centró en la experiencia del usuario ni en las alternativas más simples que ya estaban disponibles en el mercado.

Los usuarios optaron por Waze, que ofrecía una solución más accesible, innovadora y colaborativa, utilizando datos proporcionados directamente por los teléfonos móviles de los conductores.

De lo descrito se deduce que hubo tres errores fundamentales que se deben evitar:

1. Identificación incorrecta del problema: Nokia no definió con precisión la necesidad del cliente. La solución se centraba en sensores avanzados en lugar de buscar una alternativa económica y práctica.
2. Costes excesivos: la solución de Nokia requería una inversión económica desproporcionada para un mercado que estaba adoptando soluciones digitales más simples.
3. Rigidez frente al cambio: mientras Waze aplicó enfoques disruptivos como el pensamiento lateral (uso de teléfonos móviles como sensores), Nokia mantuvo un enfoque tradicional que no se adaptaba a la evolución tecnológica y de consumo.

Aplicación del pensamiento inverso:

Si Nokia hubiera utilizado el pensamiento inverso, el proceso habría sido:

1. Definir la necesidad: los usuarios necesitaban datos de tráfico en tiempo real de forma rápida, económica y accesible.
2. Proponer soluciones: utilizar la infraestructura ya existente (como los GPS de los teléfonos móviles) para crear un modelo colaborativo.
3. Evaluar viabilidad: Waze lo hizo combinando enfoques innovadores y tradicionales:



Aproximación al mundo laboral

- Viabilidad técnica y económica: Los usuarios mismos generaban datos, reduciendo costes.
- Impacto a largo plazo: Su solución escalaba fácilmente con el crecimiento de usuarios.
- Originalidad: Ofreció algo único que destacó frente a los sensores físicos de Nokia.

Sugerencia para la exposición en clase:

Título: "¿Por qué fracasó Nokia frente a Waze? Una lección de innovación"

Diapositivas clave:

- ✓ Introducción: Explicación breve del caso Nokia y el mercado de navegación en tiempo real.
- ✓ Método tradicional: Resumen del enfoque de Nokia (idea > ejecución > cliente).
- ✓ Pensamiento inverso: Cómo Waze identificó primero la necesidad antes de desarrollar su solución.
- ✓ Lecciones aprendidas: La importancia de adaptar la solución al cliente y al mercado.
- ✓ Conclusión: Reflexión sobre la relevancia del pensamiento inverso en proyectos empresariales.

2. Piensa en un problema o necesidad actual del mercado y aplícalo a tu sector profesional (por ejemplo, mejorar la sostenibilidad en el transporte urbano). Utiliza las fases del pensamiento inverso para proponer una solución innovadora y responde a las siguientes preguntas:

a) ¿Cuál es la necesidad o problema identificado?

b) Diseña un producto o servicio para solucionarlo.

c) Expón nuevas respuestas a la necesidad empleando alguna técnica de creatividad para mejorar tu idea.

d) Evalúa la viabilidad de tu propuesta: ¿es técnica y económicamente posible? ¿Cuál sería su impacto a largo plazo?

La respuesta es abierta, atendiendo a la situación de cada sector profesional. Se adjunta una posibilidad de respuesta aplicada al ejemplo propuesto en el enunciado de la actividad.

a) Problema identificado: mejorar la sostenibilidad en el transporte urbano. El transporte urbano actual enfrenta varios desafíos:

- Contaminación ambiental: Los vehículos tradicionales son responsables de una gran parte de las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Congestión del tráfico: Las grandes ciudades padecen atascos constantes, que aumentan el consumo de combustible y afectan la calidad de vida.
- Accesibilidad limitada: Muchas personas no tienen acceso a sistemas de transporte eficientes y sostenibles.



Aproximación al mundo laboral

b) Producto o servicio diseñado: El "Sistema de Transporte Compartido Eléctrico Autónomo" (TCEA) es un servicio innovador que utiliza flotas de vehículos eléctricos autónomos conectados a través de una app móvil. Los usuarios pueden reservar viajes individuales o compartidos en función de sus rutas, reduciendo la cantidad de vehículos en circulación. Sus características clave son:

- Energía sostenible: uso exclusivo de vehículos eléctricos.
- Autonomía: los vehículos son autónomos, eliminando la necesidad de conductores y mejorando la eficiencia operativa.
- Optimización de rutas: la inteligencia artificial diseña recorridos óptimos, reduciendo tiempos de viaje y emisiones.
- Acceso inclusivo: tarifas accesibles y estaciones en áreas periféricas.

c) Mejora empleando técnicas de creatividad:

- Método Walt Disney:
 - ✓ Soñador: un sistema de transporte sin emisiones que priorice la comodidad y accesibilidad para todos los ciudadanos.
 - ✓ Realista: crear alianzas público-privadas para financiar la implementación inicial y asegurar la expansión del sistema.
 - ✓ Crítico: identificar posibles riesgos como fallos tecnológicos, resistencia al cambio y altos costos iniciales.
- Pensamiento lateral:
 - ✓ Inspirarse en modelos como el "carpooling" de BlaBlaCar para fomentar el uso compartido.
 - ✓ Introducir "zonas verdes" exclusivas para el TCEA, incentivando a los usuarios mediante descuentos y bonificaciones.

Evaluación de viabilidad:

- Técnica:
 - ✓ Tecnologías como vehículos autónomos y eléctricos ya están desarrolladas, aunque requieren adaptaciones para uso masivo.
 - ✓ La optimización de rutas mediante IA es factible con herramientas existentes.
- Económica:
 - ✓ Los costos iniciales son elevados, pero se amortizan a largo plazo gracias a menores gastos operativos (energía y mantenimiento).
 - ✓ Posibilidad de financiación mediante subvenciones gubernamentales y alianzas con empresas tecnológicas.
- Impacto a largo plazo:
 - ✓ Desde un punto de vista ambiental se reduce de forma significativa las emisiones de CO2 y mejora de la calidad del aire urbano.



Aproximación al mundo laboral

- ✓ Socialmente, se produce una mejora de la movilidad, reducción de la dependencia de vehículos privados y creación de empleos asociados al mantenimiento y operación del sistema.

3. Investiga y elige un negocio destacado dentro del sector profesional de tu formación en el que te gustaría trabajar o emprender. Describe brevemente su cultura empresarial contestando a las siguientes preguntas:

a) ¿Qué valores o principios lo definen?

b) ¿Cómo influyen en su forma de trabajar y en la percepción que tienen sus clientes?

Para presentar una propuesta de respuesta se ha elegido una empresa real que ha sido tratada en este manual: Patagonia (marca de ropa y equipo para actividades al aire libre).

Cultura empresarial:

Valores y principios: Patagonia basa su estrategia en la sostenibilidad ambiental, la justicia social y la transparencia. Promueve valores como:

- ✓ Sostenibilidad: fabricación de productos duraderos con materiales reciclados y prácticas responsables.
- ✓ Justicia social: equidad salarial, condiciones laborales justas y apoyo a comunidades locales.
- ✓ Transparencia: publicación de informes sobre impacto ambiental y social.

Influencia en su forma de trabajar:

- ✓ Las personas empleadas en la empresa son embajadores de la sostenibilidad. La empresa fomenta un entorno inclusivo y participativo.
- ✓ Incentiva el trabajo remoto y el equilibrio entre vida laboral y personal.
- ✓ Destina un porcentaje de sus ganancias a proyectos medioambientales, mostrando un compromiso real más allá del marketing.

Percepción de los clientes:

- ✓ La clientela percibe a Patagonia como una marca responsable, innovadora y ética.
- ✓ Su postura en temas sociales y ambientales refuerza su conexión emocional con los clientes.

4. Piensa en tu propio futuro profesional o en una idea de negocio que tengas en mente. Reflexiona sobre lo siguiente:

a) ¿Cuáles son los valores que quieres que definan tu marca personal o empresa?

b) ¿Cómo te gustaría que tus clientes, compañeros y compañeras o colaboradores te percibieran?



Aproximación al mundo laboral

c) ¿Qué aspectos consideras esenciales para crear un entorno de trabajo atractivo y motivador?

Tomando como ejemplo una idea de negocio "EcoHome Solutions", una empresa que ofrece productos ecológicos para el hogar, incluyendo detergentes biodegradables, envoltorios compostables y utensilios reutilizables. El objetivo principal es mejorar la sostenibilidad en las tareas domésticas y ofrecer alternativas prácticas y asequibles que reduzcan el impacto ambiental.

a) ¿Cuáles son los valores que quieres que definan tu marca personal o empresa?

La esencia de "EcoHome Solutions" gira en torno a los siguientes valores fundamentales:

Sostenibilidad:

- ✓ Cada producto debe ser diseñado para minimizar el impacto ambiental, desde la selección de materiales hasta el embalaje y distribución.
- ✓ Los procesos productivos se alinearán con prácticas responsables, como el uso de energía renovable y la reducción de residuos.

Innovación:

- ✓ Desarrollo constante de soluciones novedosas, como detergentes que se disuelven completamente en agua sin generar microplásticos o envoltorios reutilizables hechos de materiales reciclados.

Transparencia:

- ✓ Compartir información clara sobre el origen de los materiales, el impacto ambiental de los productos y las certificaciones que avalen la calidad ecológica.
- ✓ Los clientes podrán conocer el ciclo de vida de cada producto, fomentando una relación de confianza.

Compromiso social:

- ✓ Integrar en la cadena de valor a pequeños productores locales y generar empleos en comunidades vulnerables.
- ✓ Destinar un porcentaje de los ingresos a proyectos de reforestación y educación ambiental.

b) ¿Cómo te gustaría que tus clientes, compañeros o colaboradores te percibieran?

Clientes:

- ✓ Como una empresa ética y confiable, que no solo vende productos, sino que también educa sobre el impacto ambiental y fomenta hábitos responsables.
- ✓ Una marca cercana, accesible y con un propósito claro de generar un cambio positivo.

Compañeros o colaboradores:

- ✓ Como un líder que promueve la colaboración, la creatividad y el respeto mutuo.
- ✓ Alguien que fomenta la participación activa en las decisiones de la empresa, incentivando el desarrollo profesional de cada miembro del equipo.

Sociedad en general:



Aproximación al mundo laboral

- ✓ Como un referente de sostenibilidad y responsabilidad empresarial, que demuestra que es posible combinar éxito económico con impacto positivo.

c) ¿Qué aspectos consideras esenciales para crear un entorno de trabajo atractivo y motivador?

Cultura laboral inclusiva:

- ✓ Diseñar un entorno donde todas las voces sean escuchadas y valoradas.
- ✓ Implementar políticas que garanticen igualdad de oportunidades y diversidad en el equipo.

Flexibilidad laboral:

- ✓ Ofrecer horarios adaptables y opciones de teletrabajo para que los empleados puedan equilibrar su vida personal y profesional.
- ✓ Establecer un modelo híbrido que permita combinar la colaboración presencial con la comodidad del trabajo remoto.

Formación y desarrollo profesional:

- ✓ Invertir en programas de formación continua sobre sostenibilidad, innovación y desarrollo personal.
- ✓ Proveer acceso a talleres, conferencias y certificaciones que beneficien tanto a los empleados como a la empresa.

Entorno físico inspirador:

- ✓ Crear oficinas con diseño eco-friendly, utilizando materiales sostenibles y priorizando el uso de luz natural y espacios abiertos.
- ✓ Incluir áreas de descanso, salas creativas para brainstorming y espacios al aire libre.

Reconocimiento y bienestar:

- ✓ Establecer un sistema de reconocimiento para premiar la innovación, el trabajo en equipo y los logros individuales.
- ✓ Ofrecer beneficios como acceso a servicios de bienestar, días libres adicionales y actividades de team building.

Propósito compartido:

- ✓ Cada miembro del equipo debe sentir que está contribuyendo a un objetivo más grande: proteger el medio ambiente y promover un estilo de vida sostenible.
- ✓ Esto se refuerza a través de reuniones periódicas donde se compartan avances y se celebren los logros de la empresa.

5. Señala qué factores del macroentorno entiendes que pueden afectar en el momento actual a la marcha de la empresa SolarTech, SL, que se dedica a la fabricación e instalación de paneles solares en España.

Respuesta abierta.



Aproximación al mundo laboral

6. Responde a las siguientes preguntas después de ver el siguiente vídeo acerca del análisis del entorno empresarial: bit.ly/PESTELyPorter.

a) ¿Qué es el análisis PESTEL y por qué es importante para las empresas?

b) Describe cómo el entorno interno de una empresa puede afectar su competitividad. Proporciona ejemplos de factores que pueden influir en este entorno.

c) Explica cómo la matriz DAFO integra la información obtenida de los análisis PESTEL y Porter. ¿Por qué es crucial priorizar las oportunidades y amenazas al construir un plan de marketing?

a. ¿Qué es el análisis PESTEL y por qué es importante para las empresas?

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica que examina los factores externos que afectan el entorno en el que opera una empresa. Se compone de seis dimensiones principales:

1. Factores políticos: Estabilidad política, intervencionismo gubernamental, regulaciones fiscales, y políticas comerciales.
2. Factores económicos: Crecimiento del PIB, tipos de interés, inflación, tasas de cambio, poder adquisitivo, etc.
3. Factores sociales: Cambios culturales, demográficos, estructuras familiares, y preferencias de consumo.
4. Factores tecnológicos: Desarrollo de nuevas patentes, inversión en I+D, y avances en infraestructura tecnológica.
5. Factores medioambientales: Regulaciones sobre reciclaje, derechos de los animales, y uso de materiales sostenibles.
6. Factores legales: Regulaciones laborales, competencia, derechos publicitarios, y normativas internacionales.

Importancia para las empresas:

- Ayuda a identificar oportunidades y amenazas externas que pueden influir en su estrategia y desempeño.
- Permite anticiparse a cambios en el mercado, como nuevas regulaciones o cambios tecnológicos.
- Facilita la toma de decisiones estratégicas basadas en una comprensión más amplia del contexto en el que opera la empresa.

Por ejemplo, para una empresa de televisión a la carta como Netflix, factores como el poder adquisitivo de las familias (económico) o las regulaciones sobre los contenidos audiovisuales (legal) pueden influir directamente en su expansión global

b. Describe cómo el entorno interno de una empresa puede afectar su competitividad. Proporciona ejemplos de factores que pueden influir en este entorno.

El entorno interno de una empresa se refiere a las fuerzas que afectan específicamente a los competidores dentro de un mismo sector. Estas fuerzas son analizadas mediante



Aproximación al mundo laboral

el modelo de las **5 fuerzas de Porter**, que evalúa los siguientes aspectos:

1. Rivalidad entre competidores:

- **Impacto:** Si muchas empresas compiten por el mismo mercado, la diferenciación se vuelve crucial.
- **Ejemplo:** En el mercado de smartphones, Apple y Samsung deben competir no solo por tecnología, sino también por fidelidad de marca.

2. Amenaza de nuevos entrantes:

- **Impacto:** La facilidad con la que nuevas empresas pueden entrar en el mercado depende de las barreras de entrada, como la inversión inicial o las patentes requeridas.
- **Ejemplo:** En el sector de automóviles eléctricos, Tesla enfrenta una amenaza constante de startups que buscan innovar con menores costes.

3. Amenaza de productos sustitutivos:

- **Impacto:** Productos alternativos pueden satisfacer la misma necesidad, desviando a los clientes.
- **Ejemplo:** Una empresa de refrescos como Coca-Cola enfrenta competencia de bebidas como té helado o café frío.

4. Poder de negociación de los proveedores:

- **Impacto:** Si los proveedores son pocos o tienen materiales exclusivos, pueden elevar precios y reducir márgenes.
- **Ejemplo:** Los fabricantes de coches eléctricos dependen de proveedores de baterías, que tienen un alto poder de negociación.

5. Poder de negociación de los clientes:

- **Impacto:** Los clientes buscan productos más económicos o personalizados, y su influencia es mayor cuando los productos están poco diferenciados.
- **Ejemplo:** En la moda low-cost, los consumidores pueden cambiar fácilmente entre marcas como Zara, Mango o Primark, ejerciendo presión sobre los precios.

En conjunto, el entorno interno determina la competitividad de la empresa y su capacidad para diferenciarse en el mercado.

C. Explica cómo la matriz SWOT integra la información obtenida de los análisis PESTEL y Porter. ¿Por qué es crucial priorizar las oportunidades y amenazas al construir un plan de marketing?

La matriz SWOT (DAFO) es una herramienta estratégica que organiza la información obtenida de los análisis PESTEL y Porter en cuatro cuadrantes:

1. Fortalezas: Factores internos positivos que diferencian a la empresa.

- Ejemplo: una empresa que posee patentes exclusivas.

2. Debilidades: Factores internos negativos que pueden limitar su desempeño.

- Ejemplo: alta dependencia de un único proveedor clave.

3. Oportunidades: Factores externos identificados en el análisis PESTEL que pueden ser aprovechados.



Aproximación al mundo laboral

- Ejemplo: tendencias hacia el consumo de productos sostenibles.
- 4. **Amenazas:** Factores externos que representan riesgos, detectados en los análisis PESTEL y Porter.
 - Ejemplo: la entrada de nuevos competidores con tecnologías disruptivas.

Es importante integrar los análisis PESTEL y Porter en la matriz SWOT, ya que:

- El análisis PESTEL proporciona datos sobre factores externos (oportunidades y amenazas).
- El análisis Porter profundiza en las dinámicas internas del sector (rivalidad, productos sustitutivos, barreras de entrada, etc.), que afectan las fortalezas y debilidades.

La importancia de priorizar oportunidades y amenazas en el plan de marketing se centra en los siguientes puntos:

1. **Optimización de recursos:** permite enfocar los esfuerzos en las áreas con mayor impacto.
2. **Gestión de riesgos:** identificar y priorizar amenazas ayuda a prevenir posibles problemas.
3. **Aprovechamiento estratégico:** maximizar las oportunidades puede generar ventajas competitivas.

Ejemplo práctico: para una empresa de productos ecológicos:

- **Oportunidad:** una tendencia creciente hacia el consumo sostenible.
- **Amenaza:** entrada de nuevos competidores en el mismo sector.

Un plan de marketing podría centrarse en destacar los valores de sostenibilidad del producto, diferenciándolo de la competencia.

7. Elige uno de los principios de la economía del bien común (como la sostenibilidad ecológica o la justicia social) y escribe un breve texto explicando cómo lo aplicarías en una empresa o proyecto que te gustaría emprender.

Principio elegido: Sostenibilidad ecológica

La sostenibilidad ecológica es un pilar fundamental de la economía del bien común. En un proyecto empresarial, este principio puede aplicarse desde el diseño de productos hasta la logística y operación diaria. Un ejemplo sería la creación de una empresa llamada **"EcoBuild Solutions"**, dedicada a la fabricación de materiales de construcción ecológicos y sostenibles.

Estas serían algunas ideas de aplicación del principio:

1. **Producción sostenible:**
 - Utilizar materiales reciclados como plástico reciclado o escombros de construcción para fabricar ladrillos, paneles y pavimentos.
 - Implementar procesos de producción que reduzcan el consumo de agua y energía, apoyándose en tecnologías de eficiencia energética y energías renovables.



Aproximación al mundo laboral

2. Diseño de producto:

- Ofrecer materiales de larga durabilidad, fáciles de reciclar o reutilizar al final de su vida útil.
- Diseñar productos modulares que permitan una construcción más eficiente, reduciendo los desperdicios.

3. Logística y distribución:

- Minimizar la huella de carbono en el transporte mediante la localización estratégica de fábricas cerca de los puntos de distribución.
- Asociarse con proveedores que compartan los mismos valores de sostenibilidad.

4. Impacto social y ambiental:

- Por cada producto vendido, invertir en la reforestación de zonas degradadas o en proyectos de recuperación de ecosistemas.
- Educar a los clientes sobre prácticas sostenibles en la construcción y el mantenimiento de edificaciones.

Para concluir, EcoBuild Solutions no solo busca ser una empresa rentable, sino también contribuir significativamente a la transición hacia un sector de la construcción más sostenible, promoviendo prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente.

8. A continuación, formad equipos en los que cada uno de los miembros haya elegido un principio diferente y diseñad un modelo de negocio que cumpla con los principios de la economía social y solidaria elegidos.

Tomamos como modelo de negocio la "Cooperativa EcoCultura", una iniciativa dedicada a la producción y distribución de alimentos ecológicos mediante un modelo cooperativo. Este modelo integra los principios de la economía del bien común seleccionados por los miembros del equipo:

1. Principios elegidos por los miembros del equipo:

- Sostenibilidad ecológica: promover una agricultura regenerativa que no degrade los suelos, empleando prácticas como la rotación de cultivos, el compostaje y la reducción del uso de pesticidas químicos.
- Justicia social: garantizar salarios dignos y condiciones laborales justas para todos los trabajadores, incluyendo pequeños agricultores y recolectores.
- Cooperación: establecer una estructura organizativa donde todos los miembros de la cooperativa participen activamente en las decisiones y compartan los beneficios de manera equitativa.
- Reparto justo de la riqueza: reinvertir parte de los beneficios en proyectos sociales y educativos en las comunidades locales, como talleres sobre alimentación saludable y formación en prácticas sostenibles.

2. Funcionamiento del modelo de negocio:

- Producción local y sostenible: la cooperativa trabaja con agricultores locales que producen frutas, verduras y cereales ecológicos siguiendo prácticas respetuosas con el medio ambiente.



Aproximación al mundo laboral

- Venta directa: se comercializan los productos a través de mercados locales, tiendas propias y plataformas digitales, eliminando intermediarios para garantizar precios justos tanto para los productores como para los consumidores.
- Educación y sensibilización: la cooperativa organiza actividades comunitarias, como charlas, talleres y visitas a las granjas, para concienciar sobre la importancia de consumir productos ecológicos y de proximidad.
- Círculos de decisión participativos: las decisiones estratégicas se toman de forma democrática, en asambleas donde cada miembro tiene voz y voto.

3. Beneficios esperados:

- Ambientales: reducción de la huella ecológica al apostar por una producción local y sostenible.
- Sociales: empoderamiento de agricultores y trabajadores locales, mejorando su calidad de vida.
- Económicos: generación de empleo y reinversión de los beneficios en las comunidades.

En la práctica, en una región rural con altos índices de despoblación, la Cooperativa EcoCultura podría revitalizar la economía local creando empleos en las granjas, fortaleciendo el comercio local y preservando el entorno natural.



Test de repaso

1. ¿Cuál es el objetivo principal del pensamiento inverso en las empresas?

- a) Seguir un enfoque tradicional de desarrollo empresarial.
- b) Optimizar los procesos productivos para reducir costes.
- c) Partir del resultado deseado para definir los pasos necesarios.
- d) Aplicar únicamente métodos convencionales de resolución de problemas.

2. Según el pensamiento inverso, ¿qué debe hacerse antes de construir un producto?

- a) Identificar el problema o la necesidad del mercado.
- b) Buscar clientes potenciales.
- c) Evaluar las ideas generadas.
- d) Realizar una inversión inicial.

3. ¿Qué caracteriza a los productos sustitutivos en un análisis de competencia?

- a) Son idénticos a los productos existentes.
- b) Cumplen una misma función o satisfacen una necesidad similar.
- c) Ofrecen mayores beneficios que los productos originales.
- d) Son más costosos, pero de mejor calidad.

4. ¿Qué tipo de organigrama muestra varias líneas de autoridad?

- a) Organigrama vertical.
- b) Organigrama horizontal.
- c) Organigrama funcional.
- d) Organigrama matricial.

5. ¿Qué incluye el microentorno?

- a) Factores legales y tecnológicos.
- b) Clientes, proveedores y competencia.
- c) Normas socioculturales generales.
- d) Condiciones económicas internacionales.

6. ¿Qué ventaja tiene la estrategia inversa frente al modelo tradicional?

- a) Permite alcanzar objetivos más fácilmente.
- b) Fomenta el pensamiento lineal.
- c) Rompe esquemas tradicionales para generar innovación.
- d) Reduce la inversión inicial al mínimo.



Aproximación al mundo laboral

7. En la economía del bien común, ¿qué herramienta mide el impacto social y ambiental de las empresas?

- a) La matriz del bien común.
- b) El análisis DAFO.
- c) La curva de valor.
- d) El modelo de las cinco fuerzas de Porter.

8. ¿Cuál de los siguientes no es un principio de la economía social y solidaria?

- a) Trabajo digno.
- b) Cooperación.
- c) Reparto justo de la riqueza.
- d) Acumulación de capital.



Aproximación al mundo laboral

Reto profesional



RETO PROFESIONAL

Imagina que ya has terminado tu ciclo formativo y trabajas en una empresa o estás desarrollando un proyecto en tu sector profesional. El objetivo es aplicar conceptos clave como el pensamiento inverso, la organización interna de la empresa y los análisis del microentorno y macroentorno para crear, en equipo, una idea de negocio innovadora y sostenible. Además, deberéis evaluar su repercusión social utilizando la matriz del bien común.

- a) **Pensamiento inverso:** partiendo del resultado deseado (un producto o servicio que genere impacto positivo en su sector), trabajad hacia atrás para identificar las necesidades que cubrir y los pasos necesarios para alcanzarlas.
- b) **Organización interna:** diseñad un organigrama que represente la estructura de vuestra empresa o proyecto y explicad las funciones de cada área.

- c) **Análisis del entorno:** realizad un estudio del macroentorno (factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales) y del microentorno (competencia, clientes o usuarios, proveedores e intermediarios).

- d) **Impacto social:** utilizad la matriz del bien común para evaluar cómo vuestra idea contribuye a áreas clave como los derechos humanos, la sostenibilidad ecológica, la justicia social, la democracia y la solidaridad.

Utilizando una herramienta digital como Canva, elaborad una presentación donde expliquéis el desarrollo del proyecto y cómo cumple con estos objetivos, destacando su viabilidad, el impacto positivo en la sociedad y la alineación con los principios éticos y sostenibles.

Respuesta abierta dependiendo del proyecto del alumnado. En todo caso, se adjunta una propuesta.

Informe: Creación de una Idea de Negocio Innovadora y Sostenible

1. Introducción

En un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad y la eficiencia en el uso de los recursos, es fundamental desarrollar ideas de negocio que, además de ser rentables, generen un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente. En este informe, presentaremos el desarrollo de una idea innovadora utilizando el pensamiento inverso, diseñando la estructura organizativa de la empresa, analizando su entorno mediante herramientas estratégicas y evaluando su impacto social con la matriz del bien común.

2. Pensamiento inverso: construcción de la idea de negocio

- a) Identificación de la necesidad: el problema detectado es el desperdicio de alimentos en supermercados, restaurantes y panaderías. Se estima que, a nivel mundial, un tercio de los alimentos producidos se desperdicia, lo que genera un impacto ambiental y económico negativo.
- b) Creación del producto/servicio: nuestra propuesta es "RescueFood", una aplicación móvil que conecta a supermercados, restaurantes y panaderías con clientes interesados en comprar excedentes de comida a precios reducidos. De esta manera, se reduce el desperdicio de alimentos, se ofrecen productos accesibles a personas con menor poder adquisitivo y se fomenta una economía más circular.
- c) Aplicación de técnicas de creatividad: para mejorar la idea y buscar soluciones innovadoras, hemos utilizado diferentes técnicas de creatividad:
 - Pensamiento lateral: nos inspiramos en modelos de economía circular para proponer nuevas formas de aprovechamiento de alimentos.
 - Método Walt Disney: Evaluamos el proyecto desde tres perspectivas: soñadora (imaginamos un mundo sin desperdicio alimentario y con acceso equitativo a la comida.), realista (analizamos la viabilidad técnica y financiera de la aplicación) y crítica (identificamos posibles obstáculos, como la logística de distribución y la resistencia inicial de los negocios).



Aproximación al mundo laboral

- Analogías: Nos basamos en modelos exitosos como Too Good To Go y adaptamos nuestra propuesta al contexto local.

d) Evaluación de viabilidad

- Técnica: se puede desarrollar con la tecnología ya existente.
- Económica: genera ingresos mediante comisiones por transacciones y suscripciones de negocios.
- Impacto a largo plazo: contribuirá a reducir el desperdicio de alimentos, generará empleo y promoverá hábitos de consumo más responsables.

3. Organización Interna de la Empresa

- Dirección general: Responsable de la toma de decisiones estratégicas y el liderazgo del proyecto.
- Departamento de desarrollo tecnológico: Encargado de diseñar, mantener y mejorar la aplicación móvil y la plataforma web.
- Departamento de marketing y comunicación: Responsable de la promoción de la aplicación, gestión de redes sociales y campañas publicitarias.
- Departamento de operaciones y logística: Se encarga de coordinar a los negocios afiliados y garantizar la eficiencia en la entrega de los productos.
- Departamento de administración y finanzas: Gestiona los ingresos, pagos, control de costos y viabilidad económica del proyecto.

4. Análisis del Entorno

Para conocer los factores externos que pueden afectar el éxito de RescueFood, realizamos un análisis del entorno mediante herramientas estratégicas.

Macroentorno (Análisis PESTEL)

- Político: Existen normativas sobre el desperdicio alimentario y la donación de alimentos.
- Económico: La inflación y la crisis económica han aumentado la necesidad de ahorrar en alimentación.
- Social: La población está cada vez más concienciada sobre la reducción del desperdicio y el consumo responsable.
- Tecnológico: La digitalización ha impulsado el comercio electrónico y las aplicaciones móviles.
- Ecológico: Es urgente reducir la huella de carbono y mejorar la gestión de residuos.
- Legal: Existen leyes que regulan la venta de productos alimentarios próximos a su fecha de caducidad.

Microentorno (Modelo de las 5 fuerzas de Porter)

- Competencia: Existen empresas similares, pero nos diferenciamos por nuestra personalización del servicio.
- Clientes: Nuestro público objetivo son personas preocupadas por el desperdicio de alimentos y con interés en ahorrar en sus compras.
- Proveedores: Los principales proveedores serán supermercados, restaurantes, panaderías y cafeterías.
- Intermediarios: Distribuidores y plataformas digitales que faciliten la conexión entre negocios y clientes.

5. Impacto Social: Matriz del Bien Común

Para medir el impacto social de RescueFood, utilizamos la matriz del bien común, que evalúa cómo nuestra empresa contribuye a la sociedad en diferentes áreas.



Aproximación al mundo laboral

Valor	Aplicación en RescueFood	Evaluación
Derechos humanos	Garantiza condiciones justas para proveedores y trabajadores.	Alta
Justicia social	Fomenta el acceso equitativo a alimentos asequibles.	Alta
Sostenibilidad ecológica	Reduce el desperdicio de alimentos y su impacto ambiental.	Muy alta
Democracia y transparencia	Modelo colaborativo con retroalimentación de clientes y negocios.	Alta
Solidaridad y cooperación	Colabora con ONGs para donar excedentes a bancos de alimentos.	Muy alta

6. Presentación del Proyecto

Para presentar el proyecto, se utilizará una exposición que contendrá:

- El problema detectado y su impacto social.
- Cómo RescueFood resuelve este problema de manera innovadora.
- La estructura organizativa de la empresa.
- El análisis del entorno que respalda la viabilidad del negocio.
- La evaluación del impacto social con la matriz del bien común.

7. Conclusiones

RescueFood es una idea de negocio innovadora y sostenible que no solo tiene viabilidad económica, sino que también genera un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente. Gracias al pensamiento inverso, hemos desarrollado una solución efectiva para reducir el desperdicio de alimentos, mejorando la accesibilidad a productos asequibles y fomentando la economía circular.



Aproximación al mundo laboral

Comprueba tu aprendizaje

1. Completa en tu cuaderno los espacios en blanco utilizando alguna de las siguientes palabras:

soluciones equilibrio pensamiento costosa

- a) El ... inverso comienza identificando un problema o necesidad no satisfecha.
- b) Una de las ventajas del pensamiento inverso es que impulsa ... innovadoras.
- c) Nokia invirtió en sensores de tráfico, una solución que resultó ... y compleja.
- d) El ... de la oferta y la demanda determina el precio de equilibrio de los productos.

- a) pensamiento
- b) soluciones
- c) costosa
- d) equilibrio

2. Describe cómo el pensamiento inverso puede ayudar a superar un desafío empresarial.

El pensamiento inverso ayuda a superar desafíos empresariales al enfocarse en la meta deseada y trabajar hacia atrás, identificando pasos claros para alcanzar el éxito, lo que puede evitar inversiones innecesarias.

3. Analiza cómo el pensamiento inverso podría aplicarse para resolver el siguiente problema: una ciudad quiere reducir la contaminación en su centro urbano. Define el resultado deseado y trabaja hacia atrás para proponer una solución innovadora. Utiliza las fases del pensamiento inverso: identificar el problema, construir una solución, aplicar creatividad y evaluar la viabilidad.

- Resultado deseado: Un centro urbano con cero emisiones de carbono.
- Solución: Implementar transporte público eléctrico, limitar el acceso de vehículos contaminantes y fomentar el uso de bicicletas.
- Creatividad: Usar incentivos fiscales para quienes adopten soluciones sostenibles.
- Viabilidad: Técnica y económicamente viable con financiación pública y privada; impacto positivo en la salud pública y en el medio ambiente.



Aproximación al mundo laboral

4. Realiza un análisis PESTEL para una empresa que desee lanzar un nuevo producto tecnológico al mercado. Identifica un factor relevante para cada componente del análisis (político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal).

- Político: Regulaciones gubernamentales sobre privacidad de datos.
- Económico: Variaciones en el poder adquisitivo de los consumidores.
- Social: Mayor interés en dispositivos conectados a la salud.
- Tecnológico: Avances en inteligencia artificial.
- Ecológico: Preferencia por dispositivos fabricados con materiales reciclables.
- Legal: Leyes sobre protección de datos personales.

5. Juan es el propietario de Café Aurora, una pequeña cafetería en el centro de la ciudad que busca destacar en un mercado lleno de competidores. Juan sabe que las grandes franquicias están ganando terreno y que cada vez más personas optan por preparar café en casa. Quiere encontrar una estrategia que le permita diferenciarse y atraer a nuevos clientes.

Ayuda a Juan a analizar su competencia respondiendo a las siguientes preguntas:

a) ¿Quiénes son sus principales competidores actuales?

b) ¿Qué productos sustitutivos están afectando a su negocio?

c) ¿Qué estrategias podría usar para mantenerse competitivo frente a posibles nuevos competidores?

- Competencia actual: Otras cafeterías locales que ofrecen productos similares.
- Productos sustitutivos: Máquinas de café en casa y bebidas instantáneas.
- Nuevos competidores: Franquicias internacionales que podrían abrir sucursales en la zona.
- Estrategia: Diferenciación a través de café orgánico y un ambiente acogedor.

6. Dibuja un organigrama funcional para una empresa ficticia que cuente con los siguientes departamentos: producción, ventas, finanzas, recursos humanos y administración. Luego, explica brevemente las responsabilidades principales de cada departamento.

- Producción: es responsable de la fabricación o creación de los productos o servicios que ofrece la empresa. Asegura la calidad y la eficiencia en la producción, optimizando los recursos y los procesos. También se encarga del mantenimiento de las máquinas y equipos de producción.



Aproximación al mundo laboral

- Ventas: su función principal es promover y vender los productos o servicios de la empresa. Esto incluye la gestión de relaciones con clientes, la implementación de estrategias de marketing y ventas, y la negociación de acuerdos comerciales. También es responsable de alcanzar las metas de ventas establecidas.
- Finanzas: se encarga de la gestión del dinero de la empresa. Esto incluye la planificación financiera, la elaboración de presupuestos, el control de costos y la gestión de inversiones. También se ocupa de las relaciones con bancos, proveedores y la elaboración de informes financieros.
- Recursos Humanos: se ocupa de la contratación, formación y bienestar de los empleados. Administra las nóminas, gestiona los beneficios y las compensaciones, y se asegura de que la empresa cumpla con las leyes laborales. También promueve un ambiente de trabajo positivo y apoya el desarrollo profesional de los empleados.
- Administración: este departamento gestiona las tareas administrativas diarias, como la gestión de documentos, la organización de reuniones y la coordinación entre departamentos. También se encarga de la logística interna y de asegurar que todos los procesos se lleven a cabo de manera eficiente.

7. Marta es gerente de Verde-Raíz, una empresa de cosméticos naturales que quiere ir más allá de las ganancias económicas e implementar la matriz del bien común para mejorar su impacto social y ambiental. Su objetivo es que la empresa no solo sea rentable, sino que también contribuya al bienestar de sus personas empleadas, clientes y del medio ambiente.

Ayuda a Marta a evaluar cómo aplicar este enfoque en tres áreas clave:

- **Garantizar el respeto y la promoción de los derechos humanos tanto dentro de la empresa como en su cadena de suministro.**
 - **Adoptar prácticas que refuercen la sostenibilidad ecológica.**
 - **Fomentar la democracia y la transparencia en la toma de decisiones y en la comunicación con sus clientes y empleados.**
- Derechos humanos: Mejorar condiciones laborales y fomentar la igualdad.
 - Sostenibilidad ecológica: Adoptar prácticas sostenibles como el uso de energías renovables.
 - Democracia y transparencia: Involucrar a los empleados en la toma de decisiones importantes y publicar informes de sostenibilidad.

8. Imagina que trabajas en una empresa de tu sector profesional conocida por su compromiso con sus empleados y clientes. Tu tarea es investigar y describir los tres valores principales que guían su actividad. Estos valores deben reflejar



Aproximación al mundo laboral

cómo la empresa se relaciona con su equipo, satisface las necesidades de sus clientes y contribuye al cuidado del medio ambiente.

Explica cómo estos principios influyen en el día a día de la empresa. Por ejemplo, ¿cómo mejoran el bienestar de sus empleados? ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes? ¿De qué manera se compromete con prácticas sostenibles o responsables?

En la respuesta se debe abarcar cómo cada uno de los principios de la economía solidaria puede contribuir al bienestar de los empleados y a la fidelización de los clientes de una empresa comprometida con estos valores, aportando ideas tales como las siguientes:

1. Equidad

- Contribución al bienestar de los empleados:

La equidad en la empresa garantiza que todos los empleados tengan las mismas oportunidades para desarrollarse profesionalmente, sin discriminación. Esto fomenta un ambiente de trabajo justo y respetuoso, donde todos los empleados se sienten valorados, lo que incrementa su motivación, satisfacción y bienestar. Además, las políticas de igualdad salarial y de trato aseguran que todos reciban lo mismo por el mismo trabajo, lo que refuerza la justicia social dentro de la organización.

- Estrategias para fidelizar clientes:

Una empresa que promueve la equidad se asegura de que sus clientes reciban un trato justo, personalizado y sin discriminación. Esto puede reflejarse en la oferta de productos y servicios accesibles para una amplia gama de personas, incluyendo aquellas con necesidades especiales o de diferentes orígenes. Al garantizar una experiencia inclusiva, los clientes se sienten respetados, lo que fomenta la lealtad y la recomendación.

2. Trabajo digno

- Contribución al bienestar de los empleados:

El trabajo digno promueve un entorno laboral saludable, con salarios justos, beneficios adecuados y condiciones laborales que priorizan la seguridad y el bienestar físico y emocional de los empleados. La empresa fomenta la cooperación entre equipos, creando una cultura de apoyo mutuo y respeto, lo que resulta en un ambiente de trabajo más positivo y menos estresante. Esto reduce la rotación de personal, aumenta la motivación y contribuye a la salud mental de los trabajadores.

- Estrategias para fidelizar clientes:

Los empleados motivados y comprometidos proporcionan un servicio de mayor calidad, lo que se traduce directamente en la satisfacción del cliente. Una empresa que promueve el trabajo digno puede ofrecer productos y servicios de alta calidad, con una atención al cliente más humana y cercana. Los clientes perciben esta calidad y compromiso, lo que favorece su fidelización, ya que confían en la marca como una empresa que valora tanto a sus empleados como a sus clientes.

3. Sostenibilidad ecológica

- Contribución al bienestar de los empleados:



Aproximación al mundo laboral

El compromiso con la sostenibilidad ecológica crea un ambiente de trabajo más saludable al reducir la contaminación y promover prácticas respetuosas con el medio ambiente. Además, las iniciativas ecológicas de la empresa pueden involucrar a los empleados en proyectos que promuevan la conservación de los recursos naturales, lo que genera un sentido de propósito y pertenencia. Esto puede aumentar el bienestar y el sentido de satisfacción laboral.

- Estrategias para fidelizar clientes:

Los consumidores actuales valoran cada vez más a las empresas que toman medidas para proteger el medio ambiente. Al implementar prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados o la reducción de la huella de carbono, la empresa atrae a clientes conscientes del medio ambiente. Esta responsabilidad ecológica mejora la reputación de la marca y genera lealtad entre los clientes, quienes prefieren apoyar a empresas que comparten sus valores.

4. Cooperación

- Contribución al bienestar de los empleados:

La cooperación fomenta un ambiente de trabajo colaborativo, donde los empleados se apoyan mutuamente para alcanzar objetivos comunes. Esto contribuye al desarrollo de relaciones interpersonales saludables y a una cultura organizacional positiva, lo que mejora la satisfacción y el bienestar en general. La cooperación también fomenta la creatividad y la innovación, ya que los empleados pueden compartir ideas y resolver problemas de forma conjunta.

- Estrategias para fidelizar clientes:

La cooperación se extiende a la relación con los clientes, donde la empresa actúa como un socio que trabaja en conjunto con ellos para ofrecer soluciones adaptadas a sus necesidades. Esta actitud de colaboración crea una relación de confianza, lo que ayuda a fidelizar a los clientes. Además, un modelo cooperativo permite a la empresa ofrecer un servicio más personalizado y eficiente, lo que mejora la experiencia del cliente y genera lealtad.

5. Reparto justo de la riqueza

- Contribución al bienestar de los empleados:

Este principio asegura que los beneficios de la empresa se distribuyan de manera justa entre todos los empleados. La remuneración equitativa, los bonos por desempeño y las oportunidades de crecimiento compartidas entre todos contribuyen a un sentido de justicia en el lugar de trabajo, lo que incrementa la satisfacción y la motivación de los empleados. Este enfoque reduce las tensiones laborales y fortalece el sentido de pertenencia.

- Estrategias para fidelizar clientes:

Un reparto justo de la riqueza también puede reflejarse en precios justos para los productos o servicios que la empresa ofrece, asegurando que sus clientes reciban un buen valor por su dinero. Además, las empresas que implementan esta práctica suelen ser vistas como éticas y responsables, lo que genera una mayor fidelidad entre los clientes que valoran estos principios. Los consumidores se sienten más inclinados a apoyar una marca que practica un reparto justo de los recursos, sabiendo que están contribuyendo a una causa más grande.



Aproximación al mundo laboral

6. Compromiso con el entorno

- Contribución al bienestar de los empleados:

El compromiso con el entorno implica que la empresa se involucra activamente con las comunidades locales, apoyando a grupos vulnerables o impulsando proyectos que benefician a la sociedad. Para los empleados, esto puede generar un fuerte sentido de orgullo y propósito, al saber que trabajan para una empresa que no solo se preocupa por el beneficio económico, sino también por el bienestar de la comunidad y el entorno. Esto mejora su compromiso y motivación, ya que se sienten parte de algo más grande.

- Estrategias para fidelizar clientes:

El compromiso con el entorno se refleja en la responsabilidad social corporativa, lo que puede incluir desde la creación de empleos locales hasta la implementación de proyectos de apoyo a la comunidad. Los clientes valoran cada vez más a las empresas que tienen un impacto positivo en su entorno, por lo que esta responsabilidad social puede ser una poderosa herramienta de fidelización. Los clientes que perciben que la empresa contribuye al bienestar social y económico de su comunidad se sienten más conectados con la marca, lo que promueve su lealtad.

En resumen, la aplicación de estos principios no solo mejora el bienestar de los empleados, sino que también establece relaciones más profundas y duraderas con los clientes. La clave está en que los valores sólidos de la empresa crean un entorno laboral y comercial basado en la confianza, el respeto y la responsabilidad, lo que aumenta la satisfacción, la motivación y la lealtad tanto de los empleados como de los clientes.

9. Te decides a ser emprendedor o emprendedora y te propones crear una empresa que siga los principios de la economía social y solidaria que se enfoque en la equidad, el trabajo digno y la sostenibilidad ecológica. Define una idea de negocio que responda a las necesidades de tu comunidad o sector profesional, y que, además, contribuya al bienestar colectivo y al cuidado del medio ambiente.

Describe cómo aplicarías cada uno de estos principios en tu empresa. Por ejemplo:

a) ¿Cómo garantizarías una distribución justa de beneficios entre las personas trabajadoras?

b) ¿Qué medidas implementarías para ofrecer condiciones laborales seguras y justas?

c) ¿De qué forma incorporarías prácticas sostenibles en la producción o prestación de servicios?

Reflexiona sobre el impacto positivo que esta idea podría generar en su entorno.

Respuesta abierta.



Aproximación al mundo laboral

Si me decidiera a emprender en el ámbito de la economía social y solidaria, mi idea de negocio sería una empresa de reciclaje y reutilización de materiales plásticos, enfocada en la creación de productos ecológicos útiles para la comunidad, como muebles, elementos de decoración y productos para el hogar. Se aplicarían los siguientes principios:

- **Equidad en la distribución de beneficios:** En lugar de un sistema tradicional de remuneración basado en jerarquías, implementaría un modelo de participación equitativa de los trabajadores en los beneficios de la empresa. Esto podría lograrse a través de un sistema cooperativo donde los empleados son también socios, lo que les otorga voz y voto en la toma de decisiones. Además, los beneficios generados por la empresa se distribuirían de manera proporcional a su tiempo de trabajo y nivel de responsabilidad, evitando grandes desigualdades salariales.
- **Trabajo digno:** Para garantizar condiciones laborales justas, adoptaría un enfoque transparente en la contratación y las condiciones laborales. Implementaría contratos que aseguren estabilidad y acceso a prestaciones de salud, formación continua y oportunidades de desarrollo profesional. Además, promovería la igualdad de género, la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo, asegurando que todos los trabajadores reciban el mismo trato y salario por un trabajo de igual valor.
- **Sostenibilidad ecológica:** Para incorporar prácticas sostenibles, la empresa se enfocaría en la recolección y el reciclaje de materiales plásticos, que luego se transformarían en productos reutilizables, reduciendo así el desperdicio de plástico en la comunidad. Además, las instalaciones de EcoCreando estarían equipadas con sistemas de energía renovable (como paneles solares y energía eólica) para minimizar el impacto ambiental de la producción. Asimismo, las materias primas utilizadas en los productos serían obtenidas de manera responsable, garantizando que todos los procesos sean ecológicos y con el menor impacto posible en el medio ambiente.

Impacto positivo: Este tipo de negocio no solo respondería a una necesidad social, como la gestión del reciclaje de plásticos, sino que también contribuiría al desarrollo económico de la comunidad mediante la creación de empleos sostenibles. Al promover la equidad y un trabajo digno, ayudaría a mejorar la calidad de vida de los trabajadores. Además, las prácticas sostenibles aplicadas en la producción no solo reducirían el impacto ambiental, sino que también servirían de ejemplo para otras empresas, fomentando un cambio positivo hacia una economía más responsable y consciente.

En resumen, no solo buscaría el beneficio económico, sino también el bienestar colectivo y el respeto por el medio ambiente, contribuyendo a una sociedad más justa y sostenible.