



Actividades

1. Imagina que formas parte del departamento de innovación de una empresa de tu sector profesional que busca lanzar una línea de productos o servicios innovadores para introducirlos en el mercado. Habéis detectado que vuestro público objetivo está muy preocupado por el planeta, por lo que busca respuestas sostenibles y que disminuya la generación de residuos. Utilizando la técnica SCAMPER, genera una idea original sobre otra ya existente que resuelva esa tendencia:

a) ¿Cómo transformaste una idea inicial en una propuesta creativa y práctica?

b) ¿Qué obstáculos encontraste durante el proceso y cómo los superaste?

a) ¿Cómo transformaste una idea inicial en una propuesta creativa y práctica?

Tomando como base los contenedores de reciclaje tradicionales y, utilizando la técnica SCAMPER, se crea un contenedor inteligente que recompensa a los usuarios que reciclan correctamente. Este producto busca incentivar el reciclaje y reducir los residuos mal gestionados.

1. Sustituir: cambio de los materiales plásticos de los contenedores por materiales reciclados y más duraderos, como plásticos reciclados de alta resistencia y fibra de carbono reciclada.
2. Combinar: se añade sensores inteligentes para identificar automáticamente el tipo de residuo y una pantalla que muestra consejos educativos sobre reciclaje.
3. Adaptar: se incorpora un sistema de recompensas vinculado a una app móvil, donde los usuarios ganan puntos por cada reciclaje correcto, canjeables por descuentos en comercios locales.
4. Modificar/Magnificar: mejora del diseño haciéndolo más compacto y adecuado para espacios reducidos, como oficinas y hogares pequeños, a la vez que se amplía la capacidad de identificación de residuos.
5. Poner en otro uso: transformación del contenedor en un "centro de reciclaje interactivo" que también permite a las comunidades compartir datos sobre su impacto ambiental.
6. Eliminar: se elimina la necesidad de bolsas de plástico adicionales gracias a un diseño que compacta los residuos automáticamente.
7. Reorganizar: reorganización de las funciones del contenedor para incluir un sistema de notificaciones que avisa al usuario cuando está lleno o necesita limpieza.

El resultado es un producto innovador que no solo facilita el reciclaje, sino que también educa y motiva a los consumidores a reducir su huella ambiental.

b) ¿Qué obstáculos encontraste durante el proceso y cómo los superaste?

- Obstáculo: diseñar sensores precisos para clasificar diferentes tipos de residuos.
Solución: colaboración con empresas tecnológicas especializadas en reconocimiento de materiales y probé prototipos hasta encontrar una solución viable.
- Obstáculo: convencer a los comercios locales para participar en el sistema de recompensas.
Solución: plan de beneficios que incluye publicidad gratuita para los comercios asociados y una mayor visibilidad de su compromiso con la sostenibilidad.
- Obstáculo: reducir el coste inicial del producto para hacerlo accesible al público general.
Solución: diseño de una versión básica sin algunas funciones avanzadas para introducir el producto al mercado y generar ingresos para futuras versiones más completas.

2. La empresa EcoPack es un negocio que se dedica a la logística y mensajería. Se ha propuesto como reto el desarrollo de embalajes sostenibles, buscando



La idea de negocio

innovar en el mercado para reducir el impacto ambiental y captar nuevos mercados. En grupos, cada integrante asumirá uno de los roles de la dinámica 9 roles, 9 soluciones. A continuación, elaborad una tabla en la que aparezca una idea desde cada perspectiva y analizad cuáles tienen mayor potencial de ser implementadas.

a) ¿Qué rol fue más fácil o más difícil para buscar soluciones?

b) ¿Qué solución considerarías más viable y por qué?

ROL	IDEA PROPUESTA
EL SOÑADOR	Crear embalajes reutilizables y personalizables que los clientes puedan devolver para su reutilización.
EL CRÍTICO	Diseñar embalajes con etiquetas biodegradables, pero evaluar los posibles problemas de durabilidad.
EL CLIENTE	Ofrecer cajas fabricadas con materiales reciclados que incluyan un sistema de apertura fácil y seguro.
EL EXPERTO	Incorporar materiales innovadores como micelio (hongos) o algas marinas para crear embalajes compostables.
EL OPTIMISTA	Proponer alianzas con empresas ecológicas para distribuir embalajes reciclables a gran escala.
EL PESIMISTA	Identificar los posibles retos logísticos de los embalajes reutilizables, como costos y devoluciones.
EL ECONOMISTA	Diseñar embalajes sostenibles que se ensamblen fácilmente para reducir costos de transporte y almacenamiento.
EL INNOVADOR	Crear un embalaje que pueda transformarse en algo útil para el cliente, como un accesorio reutilizable.
EL LÍDER	Promover una línea premium de embalajes sostenibles que refleje la responsabilidad ambiental de la marca.

a) ¿Qué rol fue más fácil o más difícil para buscar soluciones?

- El rol más fácil fue el del soñador, ya que no requiere limitaciones prácticas o económicas, lo que permite proponer ideas sin restricciones.
- El rol más difícil fue el del pesimista, porque requiere centrarse en identificar obstáculos y limitaciones, lo que puede limitar la creatividad y resultar menos motivador.

b) ¿Qué solución consideran más viable y por qué?

- La solución más viable sería la propuesta del economista: embalajes sostenibles y de fácil ensamblaje. Esta idea equilibra sostenibilidad, reducción de costos y eficiencia logística, lo que facilita su implementación en el mercado y su aceptación por parte de los clientes.

3. Los economistas vascos Jean Pierre Seclen Luna y Jon Barrutia Güenaga, en su libro Gestión de la innovación empresarial: conceptos, modelos y sistemas (2019), dicen que la innovación organizacional «está dirigida a incrementar los resultados de la empresa a través de una mejor asignación de recursos dentro de ella, así como la considerable reducción de los costes administrativos y de transacción». Aplica esta premisa a una empresa de tu sector profesional e indica cómo han puesto en práctica esta innovación o cómo crees que podrían hacerlo.

Respuesta abierta dependiendo de la familia profesional. A modo de ejemplo se adjunta una respuesta



La idea de negocio

referida una productora audiovisual, de la familia profesional de imagen y sonido.

Para una empresa del sector de imagen, sonido y comunicación audiovisual, se pueden implementar innovaciones organizacionales que mejoren la asignación de recursos y reduzcan costos de transacción y administrativos. Estas son algunas propuestas:

1. Digitalización del flujo de trabajo de producción:

- **Qué se ha hecho:** Implantar un software de gestión integral para la producción audiovisual (como Frame.io, Monday o Adobe Workfront), que permita planificar proyectos, organizar equipos, compartir archivos y realizar revisiones en tiempo real.
- **Beneficios:** Centraliza la comunicación y las tareas, evita retrasos por malentendidos y reduce costos asociados a reuniones presenciales, envío de archivos físicos y errores en la producción.

2. Implementación de almacenamiento en la nube:

- **Qué se ha hecho:** Sustituir los sistemas tradicionales de almacenamiento físico (como discos duros) por plataformas en la nube (Google Drive, Dropbox, AWS).
- **Beneficios:** Reduce costos de infraestructura, facilita la colaboración entre equipos en diferentes localizaciones y asegura la disponibilidad de los archivos en todo momento.

3. Uso de inteligencia artificial en edición y postproducción:

- **Qué se ha hecho:** Incorporar herramientas basadas en IA, como Descript (para edición automática de audio) o Runway (para edición de video con aprendizaje automático).
- **Beneficios:** Agiliza procesos repetitivos como la transcripción, la eliminación de ruido, la corrección de color y el montaje inicial, reduciendo el tiempo y los costos laborales asociados.

4. Alianzas con freelancers y creadores independientes:

- **Qué se ha hecho:** Establecer un modelo de colaboración con profesionales autónomos en lugar de contratar personal fijo para proyectos específicos (guionistas, editores, animadores, etc.).
- **Beneficios:** Permite ajustar el tamaño del equipo según las necesidades del proyecto, optimizando recursos y reduciendo costos fijos.

5. Implementación de rodajes virtuales y sets digitales:

- **Qué se ha hecho:** Sustituir rodajes en localizaciones físicas por sets virtuales con tecnología de pantallas LED (como las utilizadas en producciones como "The Mandalorian").
- **Beneficios:** Reduce costos de transporte, permisos y logística, además de agilizar los tiempos de producción.

6. Automatización de procesos de distribución:

- **Qué se ha hecho:** Utilizar plataformas como Vimeo OTT o YouTube Studio para automatizar la distribución de contenidos a múltiples plataformas de streaming.
- **Beneficios:** Minimiza los costos de distribución manual y asegura un alcance global con menor esfuerzo administrativo.

La innovación organizacional en el sector de imagen y sonido no solo reduce costos, sino que también optimiza los tiempos de entrega, mejora la colaboración y permite a la empresa adaptarse a un entorno competitivo y cambiante. Esto asegura una mayor rentabilidad y calidad en los proyectos audiovisuales.

4. Una empresa de restauración está buscando diferenciarse en un mercado saturado. Analiza su caso y propón una innovación de cada uno de los siguientes tipos: innovación de producto, de proceso y de marketing. Justifica cómo cada



La idea de negocio

una puede ayudar a la empresa a mejorar su competitividad e identifica sus ventajas y desventajas. ¿Qué recursos o habilidades consideras esenciales para implementar estas innovaciones?

a) ¿Qué propuesta de innovación sugeriste para cada tipo?

1. Innovación de producto: incorporar un menú completamente personalizable basado en tecnología de IA, donde los clientes puedan crear platos adaptados a sus preferencias, necesidades alimenticias (veganismo, intolerancias, etc.) y calorías deseadas a través de una app o pantalla interactiva en el restaurante.

Esto permite a los clientes vivir una experiencia única, aumentando la satisfacción y fidelización al ofrecerles algo exclusivo que resuelve necesidades específicas.

2. Innovación de proceso: automatizar las operaciones en la cocina mediante el uso de robots para tareas repetitivas (como cortar, freír o mezclar) y optimizar la cadena de suministro con algoritmos predictivos que reduzcan desperdicios de alimentos.

De este modo aumenta la eficiencia, reduce tiempos de espera y minimiza los costos operativos, lo que beneficia la competitividad en un mercado con márgenes ajustados.

3. Innovación de marketing: crear experiencias inmersivas utilizando realidad aumentada, donde los clientes puedan visualizar los platos en 3D antes de pedirlos y vivir una experiencia interactiva que conecte la gastronomía con el entretenimiento.

Con ello se persigue atraer a un público más joven y tecnológicamente conectado, diferenciando al restaurante de la competencia y aumentando la viralidad a través de redes sociales.

b) Identifica ventajas y desventajas de cada una de las propuestas

Tipo de innovación	Ventajas	Desventajas
Producto	- Mejora la satisfacción del cliente. - Aumenta la fidelización al ofrecer opciones únicas. - Puede atraer a nichos específicos de mercado.	- Requiere inversión en tecnología. - Los clientes podrían encontrar complejo el proceso inicial de personalización.
Proceso	- Reduce costos operativos. - Incrementa la rapidez en la atención. - Disminuye los desperdicios.	- Requiere una alta inversión inicial. - Necesidad de capacitar al personal para operar nuevas tecnologías.
Marketing	- Atrae a nuevos públicos. - Aumenta la visibilidad de la marca en redes sociales. - Crea experiencias memorables.	- Puede ser costoso desarrollar la tecnología de realidad aumentada. - Posible curva de aprendizaje para algunos clientes.

c) ¿Qué recursos o habilidades consideras esenciales para implementar estas innovaciones?

- **Recursos tecnológicos:**
 - Desarrollo de software para personalización de menús.
 - Equipos y robots de cocina automatizados.
 - Tecnología de realidad aumentada y pantallas interactivas.
- **Recursos humanos:**
 - Personal capacitado en tecnología y análisis de datos.
 - Chef o nutricionistas que diseñen los algoritmos para la personalización de menús.
 - Equipo de marketing creativo para integrar la tecnología con la experiencia del cliente.



La idea de negocio

- Recursos financieros:
 - Inversión inicial significativa para adquirir e implementar las tecnologías.
- Habilidades clave:
 - Innovación y creatividad en la experiencia del cliente.
 - Gestión eficiente del cambio organizacional.
 - Capacidad para analizar datos de consumo y tendencias del mercado.

5. En equipos, imaginad que sois un grupo de personas emprendedoras interesadas en innovar dentro del sector del ocio y el entretenimiento. vuestra tarea es diseñar una idea de negocio que responda a las nuevas demandas del público, como experiencias personalizadas, formatos digitales o actividades sostenibles. La propuesta debe incluir tres aspectos clave: el producto o servicio que ofreceréis, el elemento diferenciador que os hará destacar frente a la competencia y cómo generaréis beneficios a corto o medio plazo. Una vez definida vuestra idea, analizad si cumple con las características esenciales: originalidad e innovación, resolución de una necesidad del público objetivo y viabilidad económica.

Finalmente, cada equipo presentará su propuesta a la clase, explicando el problema que resuelve, su elemento diferenciador y cómo se garantizará la rentabilidad.

Producto o servicio: "MindfulEscape" es una red de espacios diseñados para promover la relajación y el bienestar mental en entornos urbanos y lugares concurridos como aeropuertos, centros comerciales y estaciones de tren. Estos espacios ofrecen experiencias personalizadas como:

- Cabinas individuales insonorizadas para meditación guiada.
- Sesiones de relajación con música inmersiva y aromaterapia.
- Ejercicios rápidos de mindfulness adaptados al tiempo disponible de cada cliente, accesibles mediante una app.

Elemento diferenciador:

- **Personalización total:** Los usuarios completan un breve cuestionario en la app para recibir una experiencia adaptada a su estado emocional y necesidades actuales.
- **Tecnología de biofeedback:** Las cabinas están equipadas con sensores que monitorean el nivel de estrés (pulso, respiración) y ajustan la experiencia en tiempo real (por ejemplo, cambiando la música o los aromas).
- **Accesibilidad y conveniencia:** Ubicación estratégica en áreas de alto tránsito para facilitar el acceso a quienes necesitan un momento de calma en sus días ocupados.

Generación de beneficios:

- **Corto plazo:** Tarifa por sesión y acceso a las cabinas.
- **Medio plazo:** Suscripciones que incluyen sesiones ilimitadas, acceso a contenido exclusivo de meditación y descuentos en productos de bienestar.

Análisis de la idea:

¿Cumple con las características esenciales?

1. Originalidad e innovación:

- Combina tecnología de biofeedback con espacios físicos accesibles, algo novedoso en el sector del bienestar urbano.



La idea de negocio

- Integra herramientas digitales para personalizar la experiencia y fomentar hábitos de salud mental.

2. Resolución de una necesidad del público objetivo:

- Responde al aumento de estrés en la población urbana, ofreciendo un escape rápido y efectivo del ajetreo diario.
- Apoya la promoción del bienestar emocional, alineándose con el ODS 3 (Salud y bienestar).

3. Viabilidad económica:

- **Fortalezas:** La creciente preocupación por la salud mental asegura una alta demanda. Ubicaciones estratégicas garantizan un flujo constante de usuarios.
- **Riesgos:** Requiere una inversión inicial significativa en tecnología y en la instalación de las cabinas, aunque puede mitigarse con alianzas estratégicas.

Presentación de la propuesta:

Problema que resuelve:

- El estrés y la ansiedad generados por los entornos urbanos y los estilos de vida acelerados, proporcionando un recurso accesible para cuidar la salud mental de forma rápida y efectiva.

Elemento diferenciador:

- Uso de tecnología de biofeedback y personalización en tiempo real para ofrecer experiencias adaptadas a cada usuario.

Garantía de rentabilidad:

- Modelo de ingresos mixto (tarifas por sesión y suscripciones).
- Posibilidad de alianzas con empresas y marcas relacionadas con el bienestar (yoga, alimentación saludable, etc.) para compartir costos y ampliar la red de usuarios.

6. Analiza el caso del fracaso de Kodak tras visionar el vídeo del siguiente enlace:

bit.ly/historia_Kodak. Responde a estas preguntas:

a) ¿Qué motivó a George Eastman a crear Kodak y cuál fue su impacto inicial en el mercado de las cámaras?

b) ¿Cuáles fueron los principales errores que cometió Kodak al no adoptar la tecnología de cámaras digitales en su momento?

c) ¿Qué lecciones se pueden aprender del fracaso de Kodak respecto a la fidelidad del cliente y la innovación en el mercado?

a) ¿Qué motivó a George Eastman a crear Kodak y cuál fue su impacto inicial en el mercado de las cámaras?

George Eastman fundó Kodak en 1892 con el objetivo de hacer la fotografía accesible para todas las personas. Su modelo de negocio permitía a cualquier usuario capturar momentos sin necesidad de conocimientos técnicos, popularizando el uso de cámaras. Su impacto inicial fue enorme, ya que revolucionó el mercado con cámaras de carrete fáciles de usar, lo que llevó a Kodak a convertirse en la empresa líder del sector.

b) ¿Cuáles fueron los principales errores que cometió Kodak al no adoptar la tecnología de



La idea de negocio

cámaras digitales en su momento?

- Resistencia al cambio: A pesar de haber desarrollado la primera cámara digital en 1975, Kodak no apostó por esta innovación por miedo a afectar su modelo de negocio basado en la venta de carretes y revelado de fotos.
- Subestimar la competencia: Kodak no tomó en serio la amenaza de empresas como Fujifilm, que sí diversificaron su negocio y apostaron por la digitalización.
- Confiar en la fidelidad del cliente: Creyeron que su base de clientes seguiría comprando cámaras analógicas, sin considerar que el mercado siempre busca innovación y comodidad.

c) ¿Qué lecciones se pueden aprender del fracaso de Kodak respecto a la fidelidad del cliente y la innovación en el mercado?

Ejemplo de respuesta:

- El éxito pasado no garantiza el éxito futuro: Las empresas deben innovar constantemente y adaptarse a los cambios tecnológicos.
- No confiar en la lealtad del cliente: Los consumidores buscan mejores opciones y no se quedan con una marca solo por su prestigio.
- Las empresas deben arriesgarse: La competencia siempre está evolucionando, y quienes no se adaptan pueden quedar obsoletos.
- El liderazgo en el mercado no es eterno: Empresas en segundo o tercer lugar pueden aprender de los errores de la líder y aprovechar oportunidades para reinventarse.

7. En equipos, partiendo de la idea seleccionada en el Caso práctico 2, incorporad alguna estrategia de diferenciación que permita distinguirla de otros negocios similares del sector.

Respuesta abierta. La estrategia de diferenciación propuesta para la idea de negocio "Retiro Romántico 360°" podría consistir en:

1. Experiencia completamente personalizada:

- Cada pareja completa un cuestionario previo a su llegada para identificar sus preferencias y expectativas (relajación, aventura, gastronomía, etc.).
- El itinerario y los servicios del alojamiento se personalizan en base a esta información: desde la decoración de la habitación hasta el diseño de las excursiones.

2. Incorporación de tecnología inmersiva:

- Uso de realidad aumentada (AR) en las excursiones: las parejas pueden escanear puntos clave del entorno con sus smartphones para descubrir historias locales, fauna autóctona o curiosidades del lugar.
- Aplicación móvil del alojamiento para gestionar reservas, itinerarios y recibir recomendaciones en tiempo real (lugares románticos para ver el atardecer, mejores rutas según el clima, etc.).

3. Enfoque sostenible y "eco-chic":

- Todo el alojamiento funciona con energía renovable y los productos utilizados (cosmética, textiles, alimentos) son locales y sostenibles.
- Las parejas pueden participar en actividades ecológicas, como reforestación o limpieza de senderos, y recibir recompensas, como descuentos para futuras estancias.

4. Elementos exclusivos:

- Cenas temáticas en lugares únicos (como un bosque iluminado con lámparas solares o junto a un lago).
- Habitaciones con jacuzzi exterior privado y vistas panorámicas.
- Un "kit romántico de bienvenida" que incluye productos locales como vino artesanal, velas naturales y una guía personalizada del entorno.



La idea de negocio

8. Traslada la información del caso práctico anterior a una ilustración basada en la técnica de prototipado Customer Journey Map.

Respuesta abierta.

9. En equipos, realizad un storyboard en el que, según una necesidad detectada en el sector productivo de vuestra familia profesional, desarrolléis una idea que dé respuesta a la clientela.

Respuesta abierta dependiendo de la familia profesional, la necesidad detectada y el producto diseñado. Se adjunta una propuesta de rúbrica para evaluar el trabajo del alumnado.

Criterio	Excelente (4)	Bueno (3)	Satisfactorio (2)	Necesita Mejorar (1)
Identificación de la necesidad	La necesidad del sector productivo está claramente identificada y explicada, con un análisis profundo y relevante.	La necesidad del sector productivo está identificada, pero falta un análisis detallado.	La necesidad está identificada, pero el análisis es superficial o poco claro.	No se identifica claramente la necesidad del sector productivo.
Desarrollo de la Idea	La idea presentada responde de manera innovadora y eficaz a la necesidad identificada, con detalles precisos.	La idea presentada responde adecuadamente a la necesidad, pero carece de algunos detalles.	La idea es adecuada, pero no responde completamente a la necesidad o es poco innovadora.	La idea no responde adecuadamente a la necesidad identificada.
Viabilidad de la Solución	La solución es completamente viable y está justificada con datos o análisis concretos.	La solución es viable en su mayoría, aunque faltan algunos elementos de justificación.	La viabilidad de la solución es discutible y no está claramente justificada.	La solución no parece viable, y no se presentan justificaciones.
Claridad y Organización	El storyboard está perfectamente organizado, con una narrativa clara y lógica.	El storyboard tiene una estructura coherente, pero podría mejorar en algunos aspectos organizativos.	El storyboard es algo confuso y la narrativa no está del todo clara.	El storyboard está desorganizado y es difícil de seguir.
Relación con la Clientela	La idea presentada responde perfectamente a las expectativas y necesidades de la clientela.	La idea está dirigida a la clientela, pero podría haber un mayor enfoque en sus necesidades.	La relación con la clientela es débil o poco desarrollada.	No se muestra una relación clara con la clientela.
Creatividad y Originalidad	La idea es altamente creativa y muestra un enfoque original para	La idea tiene creatividad, pero no es	La idea es algo común y carece de elementos	La idea es muy básica o imita soluciones ya



La idea de negocio

	abordar la necesidad.	completamente original.	innovadores.	existentes sin agregar valor.
<i>Presentación Visual del Storyboard</i>	La presentación visual es profesional, clara y atractiva, facilitando la comprensión de la idea.	La presentación es clara, aunque podría mejorarse en aspectos visuales.	La presentación es comprensible, pero carece de aspectos visuales atractivos.	La presentación es desordenada o difícil de entender visualmente.

10. Identifica un problema o necesidad que tengas como cliente y propón tres soluciones que lo resuelvan. A continuación, valora el encaje problema-solución determinando el proceso que haya que seguir.

Respuesta abierta. Una propuesta sería la que se adjunta, Problema o necesidad identificada como CLIENTE: la persona usuaria de plataformas de streaming, encuentran frustrante no poder descubrir fácilmente contenido nuevo que se adapte a mis intereses. Los algoritmos actuales recomiendan opciones basadas en tendencias generales o en un historial limitado de visualización, lo que a veces no refleja las preferencias reales.

Tres soluciones PROPUESTAS:

- Plataforma de streaming con inteligencia artificial avanzada que analice preferencias detalladas, incluyendo géneros, actores favoritos, ritmo narrativo e incluso estados de ánimo de la persona usuaria, para ofrecer recomendaciones más precisas.
- Modo exploración personalizada con una sección especial dentro de la plataforma donde se pueda elegir criterios específicos para recibir sugerencias, como "series con finales inesperados", "documentales de impacto social" o "comedias cortas para ver en 30 minutos".
- Conexión con redes sociales y comunidad de usuarios que incorpore una función que permita ver recomendaciones basadas en lo que ven y valoran amistades o personas con gustos similares, favoreciendo la exploración colaborativa.

La información se reflejará en el lienzo propuesta valor, teniendo en cuenta la situación del cliente y su entorno, respetando el siguiente orden:

- 1st. CLIENTE: esta parte, se compone de tres elementos:
 - Ganancias o alegrías
 - Frustraciones o problemas
 - Tareas o actividades del cliente
- 2nd. PROPUESTA: se compone de tres elementos principales:
 - Productos y servicios
 - Generadores de alegrías o beneficios
 - Solución de problemas o frustraciones:

11. Elabora un moodboard donde se represente de forma visual la idea de negocio que te gustaría desarrollar. El objetivo es plasmar, en una serie de imágenes, colores, tipografías y elementos visuales, las emociones, los valores y el ambiente que se desea transmitir con el producto o servicio. Selecciona previamente aquellos elementos que representen la visión, el público objetivo y propuesta de valor.



La idea de negocio

Respuesta abierta. Ejemplos posibles:

EcoDrive: Un servicio de carsharing de coches eléctricos para desplazamientos en ciudades pequeñas.

SaveMyFood: Una app que conecta a personas con restaurantes y supermercados para comprar excedentes de comida a precios reducidos.

PetCare+: Una suscripción mensual que incluye un kit de productos esenciales y un servicio de consultas veterinarias online para mascotas.

MindBreak: Espacios temporales de relajación y mindfulness en lugares de alta actividad como centros comerciales o aeropuertos.

Recycle2Go: Una plataforma que premia con descuentos y recompensas a los usuarios que reciclan en puntos específicos

Criterio	Nivel 1 (Insuficiente)	Nivel 2 (Aceptable)	Nivel 3 (Notable)	Nivel 4 (Excelente)
Claridad del mensaje	El mensaje es confuso y no se entiende bien la idea principal.	Se entiende la idea, pero falta precisión o coherencia.	El mensaje es claro y relevante para el público objetivo.	Mensaje muy bien estructurado, claro y con impacto.
Estructura narrativa (Inicio, Nudo y Desenlace)	No sigue una estructura definida; falta alguna parte clave.	Presenta las tres partes, pero de forma poco conectada.	Estructura clara con transiciones adecuadas entre las partes.	Historia bien organizada y fluida, generando interés y emoción.
Identificación del problema y la solución	No se identifica claramente el problema ni la solución.	Se menciona el problema y la solución, pero de manera superficial.	El problema y la solución están bien planteados y conectados.	Problema y solución expuestos con profundidad y relevancia.
Personajes y contexto	No hay personajes o contexto claro.	Hay personajes, pero con poca conexión con la historia.	Personajes bien definidos y con un contexto adecuado.	Personajes desarrollados con detalles que generan empatía.
Impacto emocional y creatividad	No genera emoción ni interés.	Algún elemento creativo, pero poco impacto emocional.	Historia atractiva y con cierto nivel de emoción.	Capta la atención del público y genera una conexión emocional.
Adecuación al público objetivo	No se adapta al público meta.	Se ajusta parcialmente al público objetivo.	Se adapta bien al público, con lenguaje y enfoque adecuado.	Totalmente alineado con las necesidades e intereses del público.
Uso de recursos visuales o formato	No hay soporte visual o es poco	Usa algún recurso visual, pero sin	Usa imágenes o formatos	Formato creativo y bien diseñado



La idea de negocio

(si aplica)

Originalidad e innovación

adecuado.	mucho impacto.	adecuados para reforzar la historia.	que enriquece la historia.
Historia poco original, sin elementos diferenciadores.	Alguna idea original, pero sin mucho desarrollo.	Propone un enfoque interesante y novedoso.	Historia completamente innovadora, diferenciadora y única.

12. En grupos, diseñad una infografía donde se recojan las herramientas de validación encaje problema-solución analizados.

Se realizará una infografía con un diseño atractivo, para lo que se puede utilizar alguna plantilla de plataformas como Canvas, en la que se incluirá la siguiente información:

A. Storytelling: Contar una Historia para Validar una Idea

Mostrar nuestra idea al público y recibir su feedback es esencial para asegurar que se está atendiendo de forma adecuada a la necesidad germen del proyecto. La persona emprendedora debe mantener la mente flexible para ajustar y mejorar su idea según la respuesta del mercado meta.

- ¿Por qué es importante el storytelling?
 - Permite que la audiencia se identifique con la historia.
 - No solo informa, sino que también inspira y crea vínculos duraderos.
 - No es una campaña publicitaria, sino una narrativa con significado.
- Pasos para Construir un Storytelling Efectivo
 - 1st. Definir la audiencia: Conocer sus necesidades, intereses y emociones.
 - 2nd. Identificar el mensaje: Explicar cómo el producto resuelve un problema.
 - 3rd. Repartir roles: Protagonista (cliente) y demás personajes clave.
 - 4th. Diseñar el conflicto y la solución: Plantear un reto y cómo se resuelve.
- Estructurar la historia:
 - Inicio: Presentación del protagonista y su situación inicial.
 - Nudo: Desarrollo del problema y su impacto.
 - Desenlace: Solución del conflicto y beneficios del producto.
- Elegir el formato y canal: Video, redes sociales, infografía, anuncio, etc.
 - Usar un moodboard: herramienta visual para plasmar ideas.

B. Testing en Redes Sociales

El "testing" en redes sociales permite probar ideas a través de anuncios, publicaciones o encuestas y medir la reacción del mercado meta.

- Ventajas del Testing en Redes Sociales
 - Evalúa el interés del mercado antes de invertir en el desarrollo completo.
 - Identifica segmentos de mercado receptivos y ajusta la estrategia.



Test de repaso

1. ¿Qué es una idea de negocio desde la perspectiva emprendedora?

- a) La inspiración que guía al emprendedor a crear su empresa.
- b) La visión que tiene una persona emprendedora de su proyecto empresarial.
- c) Un prototipo de producto innovador.
- d) Un análisis del mercado competitivo.

2. ¿Qué característica no es esencial para una idea válida?

- a) Que sea rentable a corto o medio plazo.
- b) Que sea original e innovadora.
- c) Que cuente con un plan de marketing avanzado.
- d) Que esté enfocada en el cliente.

3. ¿Cuál de las siguientes características define una idea válida de negocio?

- a) Tener una estructura completamente acabada desde el inicio.
- b) Responder a una necesidad del cliente, ser innovadora y rentable.
- c) Tener la mayor cantidad de funcionalidades posibles.
- d) Generar ingresos en los primeros días de implementación.

4. ¿Qué herramienta se utiliza para representar el recorrido del cliente en la interacción con un producto o servicio?

- a) Role-playing.
- b) Customer Journey Map.
- c) Storytelling.
- d) Infografía.

5. ¿Qué se busca al utilizar la estrategia de diferenciación por calidad?

- a) Ofrecer el precio más bajo posible.
- b) Crear un producto exclusivo y duradero.
- c) Fomentar emociones positivas en el cliente.
- d) Diseñar productos dirigidos al lujo.

6. ¿Qué es el producto mínimo viable?

- a) Un prototipo finalizado listo para el mercado.
- b) Una versión con las funcionalidades mínimas necesarias para probar la idea en el mercado.



La idea de negocio

- c) Una maqueta visual del producto.
- d) Un producto diseñado únicamente para atraer inversores.

7. ¿Qué técnica de fomento de la creatividad consiste en descomponer un problema y reconstruirlo para obtener una solución innovadora?

- a) SCAMPER.
- b) Deconstrucción-construcción.
- c) Brainstorming.
- d) Role-playing.

8. ¿Qué herramienta nos ayuda a validar el encaje problema- solución?

- a) El mapa de valor.
- b) La matriz de ideas.
- c) UX Writing.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.



Reto profesional



RETO PROFESIONAL

¿Te imaginas ser el creador de un negocio que resuelva un problema real y deje huella en el mercado? Este reto te permitirá desarrollar tu creatividad e innovación mientras construyes una idea de negocio que podría ser el inicio de tu futuro profesional.

- El primer paso para generar una idea es investigar necesidades reales que no estén siendo atendidas y reflexionar sobre cómo podrías satisfacerlas. Por ejemplo, podrías centrarte en productos sostenibles, servicios digitales o experiencias personalizadas. Este análisis te ayudará a identificar un problema concreto que pueda resolverse con tu negocio.
- A continuación, utilizando técnicas como *brainstorming*, SCAMPER o deconstrucción-construcción, desarrolla varias ideas que respondan a la necesidad detectada. Analiza las ideas generadas y selecciona aquella que sea más original, viable y relevante para tu cliente objetivo.

- Una vez elegida la idea, estructura tu propuesta respondiendo a tres preguntas clave: ¿qué producto o servicio ofrecerás?, ¿qué te hace diferente de la competencia?, ¿cómo generarás beneficios? Tu idea debe ser clara, atractiva y estar alineada con las necesidades del cliente.
- Con la idea definida, pasa a la acción diseñando un prototipo o PMV, incluyendo solo las funcionalidades esenciales que permitan demostrar el valor de tu propuesta al cliente.
- Finalmente, desarrolla un *storytelling* que explique de forma emocional y persuasiva cómo tu negocio resuelve el problema identificado. Presenta tu idea a compañeros, compañeras o clientela potencial, recoge *feedback* sobre la propuesta y ajusta los aspectos necesarios.

Elabora un portfolio digital donde recojas todos los pasos. Utiliza las plantillas que te hemos facilitado a lo largo de la unidad.

La respuesta es libre y adecuada al sector profesional e idea del alumnado. A modo de ejemplo se adjunta el siguiente:

a) Identificación de una necesidad no atendida

Tras analizar tendencias de consumo y necesidades emergentes, detectamos una problemática en el sector del transporte sostenible: muchas personas en ciudades pequeñas y medianas necesitan opciones de movilidad ecológicas y flexibles sin asumir los costes de propiedad de un vehículo eléctrico.

Necesidad identificada: Un sistema de carsharing de coches eléctricos accesible, flexible y sin complicaciones, dirigido a personas que buscan una alternativa sostenible al transporte convencional.

b) Generación de ideas mediante técnicas creativas

Utilizamos la técnica SCAMPER para desarrollar soluciones innovadoras:

- Sustituir: Eliminamos la propiedad del vehículo y la sustituimos por un sistema de alquiler flexible.
- Combinar: Integramos un modelo de carsharing con una app móvil para facilitar la gestión de reservas.
- Adaptar: Aplicamos la experiencia de plataformas como el alquiler de patinetes eléctricos al uso de coches eléctricos compartidos.
- Modificar: Ofrecemos opciones de uso por minutos, horas o días para ajustarnos a diferentes necesidades.
- Eliminar: Suprimimos trámites complejos con un sistema de suscripción sin permanencia.
- Reorganizar: Creamos estaciones de recarga en puntos estratégicos para maximizar la accesibilidad.

De las ideas generadas, seleccionamos EcoDrive, un servicio de carsharing de coches eléctricos con reservas 100% digitales y estaciones de recarga en lugares clave de la ciudad.

c) Estructuración de la propuesta de valor

- Producto/servicio: Plataforma de carsharing eléctrico con estaciones en puntos estratégicos de la ciudad, disponible a través de una app móvil.



La idea de negocio

- 2) Diferenciación: Flexibilidad total (sin suscripción obligatoria), flota de vehículos 100% eléctricos, integración con transporte público para rutas optimizadas.
- 3) Modelo de negocio:
 - Tarifas por minutos, horas o días.
 - Descuentos por uso frecuente.
 - Acuerdos con empresas y ayuntamientos para fomentar su implantación.

d) Prototipo o Producto Mínimo Viable (PMV)

Para validar la idea, creamos un PMV con las funcionalidades esenciales:

- Una aplicación con opciones básicas de reserva y pago.
- Un grupo piloto con 5 coches eléctricos en una zona estratégica de la ciudad.
- Recogida de datos sobre uso, satisfacción y problemas técnicos.

e) Storytelling y presentación

Para conectar emocionalmente con el público, creamos un storytelling del estilo siguiente:

"María vive en una ciudad mediana y necesita un coche de vez en cuando, pero no quiere comprar uno porque los costos son altos y no lo usa a diario. Descubre EcoDrive, un servicio de carsharing eléctrico que le permite alquilar un coche cuando lo necesita con solo unos clics en su móvil. Gracias a EcoDrive, María contribuye al medio ambiente, ahorra dinero y se mueve con total flexibilidad."

Finalmente, el equipo presenta la idea, recoge feedback y ajusta la propuesta para mejorar su implementación. Para recoger esta retroalimentación, los retos se pueden evaluar y coevaluar empleando una rúbrica como la siguiente:

CRITERIO	NIVEL 1 (INSUFICIENTE)	NIVEL 2 (ACEPTABLE)	NIVEL 3 (NOTABLE)	NIVEL 4 (EXCELENTE)
IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD (20%)	La necesidad detectada no es clara ni relevante. No se justifica adecuadamente.	Se identifica una necesidad, pero la justificación es débil o poco convincente.	Se define claramente una necesidad real y se justifica con argumentos sólidos.	La necesidad está claramente definida, con un análisis profundo del problema y datos relevantes.
CREATIVIDAD Y GENERACIÓN DE IDEAS (20%)	Se presentan pocas ideas y con escasa originalidad. No se aplican técnicas creativas.	Se proponen varias ideas, pero sin suficiente innovación o sin aplicar correctamente técnicas creativas.	Se generan múltiples ideas innovadoras utilizando técnicas creativas de manera adecuada.	Se desarrollan ideas altamente innovadoras, con un uso excepcional de técnicas creativas como brainstorming o SCAMPER.
ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA (15%)	La propuesta no está bien organizada o no responde claramente a las preguntas clave.	Se responde a las preguntas clave, pero con explicaciones superficiales o poco estructuradas.	La propuesta está bien estructurada, con respuestas claras y detalladas.	La propuesta está perfectamente organizada, con una visión clara, detallada y convincente del negocio.
DESARROLLO DEL PMV (15%)	No se presenta un PMV o es incompleto y no permite evaluar la idea.	Se plantea un PMV básico, pero con poca aplicabilidad para validar la idea.	Se diseña un PMV funcional que permite una validación inicial con clientes.	El PMV está bien desarrollado, con elementos esenciales bien definidos y listo para una prueba de



La idea de negocio

STORYTELLING Y PRESENTACIÓN (15%)	La historia es poco atractiva o no transmite bien la idea del negocio. Presentación poco clara.	El storytelling transmite la idea, pero con poca emoción o conexión con la audiencia.	Se usa storytelling de manera efectiva, transmitiendo la propuesta de valor de forma clara y atractiva.	potenciales. mercado real. Storytelling muy bien elaborado, con una historia convincente, emocional y persuasiva que capta la atención.
RECOGIDA DE FEEDBACK Y AJUSTES (15%)	No se recoge feedback o no se realizan mejoras en la idea.	Se recibe feedback, pero los ajustes son mínimos o poco relevantes.	Se aplica el feedback recibido para mejorar la idea de forma efectiva.	Se hace un uso excelente del feedback, refinando la propuesta de manera significativa para su éxito.



Comprueba tu aprendizaje

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

historias básicas modificar
creatividad necesidad

- a) Una ... es el resultado del producto carencia por deseo, de manera que, si falta cualquiera de esos dos factores, sería nula.
- b) La ... es la capacidad de generar ideas nuevas y originales.
- c) La técnica SCAMPER se utiliza para ... un producto o idea existente.
- d) Deconstrucción-construcción consiste en descomponer un problema en sus partes más
- e) El storytelling es una técnica de comunicación que consiste en contar ... de forma estructurada.

- a) necesidad
b) creatividad
c) modificar
d) básicas
e) historias

2. Aplica la técnica SCAMPER para proponer una mejora a un producto existente. ¿Qué cambios implementarías y por qué?

Respuesta abierta según el producto elegido. A modo de ejemplo: aplicación a botella de agua reutilizable.

Producto inicial: Una botella reutilizable de plástico para transportar agua.

Aplicación de SCAMPER:

- Sustituir: Cambiar el plástico por materiales más sostenibles, como acero inoxidable o vidrio reciclado, para mejorar la durabilidad y reducir el impacto ambiental.
- Combinar: Integrar un filtro en la botella para que los usuarios puedan llenar la botella con agua de cualquier grifo o fuente.
- Adaptar: Incorporar un diseño modular con compartimentos para vitaminas o infusores de frutas, haciendo la botella más funcional.
- Modificar: Ampliar la capacidad y ofrecer diferentes tamaños según las necesidades del usuario



La idea de negocio

(deportiva, compacta, familiar).

- Poner en otro uso: Añadir una función de purificación UV para que la botella pueda utilizarse en actividades al aire libre o en lugares con acceso limitado a agua potable.
- Eliminar: Suprimir elementos innecesarios, como tapas poco funcionales, y optar por un cierre más práctico e higiénico.
- Reorganizar: Cambiar el diseño para hacerla más ergonómica, con un asa para facilitar su transporte o adaptarla para bicicletas y mochilas.

3. Eres parte de un equipo de emprendedores que ha generado tres ideas de negocio: una aplicación para compartir herramientas, una tienda online de productos ecológicos y un servicio de reparación de electrodomésticos a domicilio. Analiza cada idea según su viabilidad, originalidad y rentabilidad, y selecciona la más adecuada. Justifica tu elección.

App para compartir herramientas

- **Viabilidad:** Media. La idea requiere una inversión inicial alta para desarrollar la app, pero la infraestructura física es mínima. También dependerá de un buen alcance local para generar una base de usuarios.
- **Originalidad:** Alta. Pocas plataformas facilitan el acceso compartido a herramientas en comunidades locales, y responde a la tendencia de la economía colaborativa.
- **Rentabilidad:** Media. Los ingresos podrían generarse a través de suscripciones, comisiones por transacción o publicidad, pero dependerá de alcanzar una masa crítica de usuarios para ser sostenible.

Tienda online de productos ecológicos

- **Viabilidad:** Alta. La infraestructura tecnológica es relativamente sencilla de implementar, y los productos ecológicos tienen una demanda creciente debido al interés por la sostenibilidad.
- **Originalidad:** Baja. Hay mucha competencia en el mercado de productos ecológicos, por lo que sería necesario un elemento diferenciador para destacar.
- **Rentabilidad:** Media. Aunque hay margen de beneficios, los costos logísticos y el abastecimiento de productos pueden ser elevados al inicio.

Servicio de reparación de electrodomésticos a domicilio

- **Viabilidad:** Alta. Los costos iniciales son bajos, y la infraestructura necesaria se limita a un sistema de reservas y transporte. La demanda por servicios de reparación es constante.
- **Originalidad:** Media. Aunque el concepto no es innovador, pocos servicios actuales tienen una plataforma digital que facilite las reservas.
- **Rentabilidad:** Alta. La reparación suele tener márgenes de beneficio elevados, y este negocio puede crecer orgánicamente con una buena estrategia de marketing.

Elección de la idea más adecuada: Servicio de reparación de electrodomésticos a domicilio

- Es una idea **altamente viable**, ya que requiere poca inversión inicial y tiene una demanda estable.
- Aunque no es extremadamente original, se puede destacar incorporando una **plataforma digital intuitiva** que facilite reservas, horarios y pagos.
- Es **rentable** desde el inicio, con altos márgenes y bajos costos operativos. Además, se alinea con la sostenibilidad al promover la reparación en lugar de la compra de nuevos electrodomésticos.



La idea de negocio

4. Jaime trabaja en una cafetería ubicada en un barrio donde el nivel económico es medio-alto y hay mucha competencia. El gerente le explica que quiere diferenciarse. Identifica una estrategia de diferenciación basada en calidad, innovación y experiencia del cliente que pueda aplicarse al negocio, y explica cómo esta estrategia podría atraer a más clientes.

Diferenciación basada en calidad:

- a. **Propuesta:** Introducir productos exclusivos de alta calidad, como cafés de especialidad provenientes de fincas certificadas, con descripciones detalladas de su origen, proceso y notas de sabor. Complementarlo con opciones de repostería artesanal hecha con ingredientes locales y naturales.
- b. **Cómo atraería clientes:** Los consumidores del barrio, al tener un nivel económico medio-alto, probablemente valoren productos premium. Ofrecer calidad superior y una historia detrás de los productos genera fidelización y prestigio.

Diferenciación basada en innovación:

- a. **Propuesta:** Incorporar tecnología en el servicio, como una app de pedidos personalizados que permita a los clientes seleccionar ingredientes, niveles de tostado o tipos de leche. También se podría implementar una barra interactiva donde los baristas expliquen en vivo el proceso de preparación del café.
- b. **Cómo atraería clientes:** La experiencia innovadora y personalizada crea un valor añadido y mejora la percepción del negocio como moderno y exclusivo, atrayendo a un público joven y tecnológico.

Diferenciación basada en experiencia del cliente:

- a. **Propuesta:** Diseñar un ambiente único con decoración acogedora y espacios diferenciados (como áreas de coworking o zonas tranquilas para reuniones). Complementarlo con eventos temáticos, como catas de café o talleres para aprender a hacer latte art.
- b. **Cómo atraería clientes:** Ofrecer una experiencia que va más allá de un simple café invita a los clientes a quedarse más tiempo y a compartir su experiencia, tanto de forma presencial como en redes sociales, lo que genera publicidad orgánica.

Impacto de esta estrategia

Estas acciones combinan **calidad, innovación** y una **experiencia memorable**, posicionando la cafetería como un lugar exclusivo en el barrio. Esto no solo atrae a clientes nuevos, sino que también fomenta la lealtad de los actuales al ofrecer algo que la competencia no tiene.

5. Una empresa de calzado deportivo ha identificado que necesita innovar para atraer a nuevos clientes. Tu tarea es proponer tres tipos de innovación aplicables a su negocio: una relacionada con el producto, otra con el proceso de fabricación y una tercera con el marketing. Ten en cuenta que estas propuestas deben ser viables, originales y estar alineadas con las necesidades del mercado actual.

Respuesta posible:



La idea de negocio

- **Innovación de producto:** Diseñar un calzado deportivo con sensores inteligentes integrados en las plantillas que recopilen datos como pasos, calorías quemadas y patrones de pisada, permitiendo al usuario mejorar su rendimiento deportivo a través de una app conectada. Este producto combina tecnología y funcionalidad, algo muy valorado en el mercado actual.
- **Innovación de proceso de fabricación:** Implementar la impresión 3D en la fabricación de zapatillas personalizadas. Este método permite reducir tiempos de producción, minimizar residuos y ofrecer un calzado adaptado a las necesidades específicas de cada cliente, como tallas exactas o soporte extra en determinadas zonas del pie.
- **Innovación de marketing:** Crear campañas interactivas en redes sociales, como retos deportivos en los que los usuarios puedan participar registrando sus resultados con las zapatillas inteligentes. Estos retos no solo fomentan la actividad física, sino que también refuerzan el vínculo emocional con la marca.

6. Imagina que has desarrollado una idea de negocio: un servicio de suscripción para huertos urbanos en casa. Este servicio está dirigido a personas que quieren cultivar sus propios alimentos de forma sostenible, pero carecen de tiempo, conocimientos o espacio.

Diseña un storytelling que permita presentar esta idea de forma atractiva a posibles inversores, estructurándola en tres actos: inicio, nudo y desenlace. Asegúrate de destacar los valores del negocio, su impacto positivo en los clientes y el medio ambiente, y por qué sería una idea rentable.

Respuesta posible:

- **Inicio:** Presenta a un cliente típico, como una familia urbana preocupada por su alimentación y el impacto ambiental de los productos que consumen. Esta familia desea tener un estilo de vida más saludable y sostenible, pero se enfrenta a la falta de tiempo, espacio y conocimientos para cultivar sus propios alimentos.
- **Nudo:** El problema principal es que los métodos tradicionales de jardinería o cultivo urbano requieren habilidades técnicas y tiempo que la mayoría de las personas no poseen. Además, muchos viven en apartamentos pequeños donde no hay suficiente espacio para instalar huertos. Esto genera frustración y desmotivación en quienes quieren contribuir al medio ambiente y tener alimentos frescos.
- **Desenlace:** El servicio de suscripción de huertos urbanos ofrece una solución integral: kits de cultivo personalizados para pequeños espacios, con tierra, semillas y materiales orgánicos, junto con asesoramiento digital mediante vídeos y tutoriales en una app. Los clientes reciben todo lo que necesitan para empezar y mantener su huerto, simplificando el proceso y permitiéndoles disfrutar de una experiencia sostenible y gratificante. Esto no solo mejora su calidad de vida, sino que también fomenta la conexión con el medio ambiente. Además, al ser un modelo de suscripción, garantiza ingresos recurrentes para la empresa, lo que lo convierte en una idea rentable.

7. ¿Qué técnicas de prototipado son útiles cuando lo que ofrecemos a través de nuestro negocio es un servicio?

Las técnicas idóneas son dos:

- Customer Journey Map, que analiza la ruta del cliente por el servicio, detectando puntos de



La idea de negocio

contacto, emociones y dificultades.

- Role-playing, que permite simular la interacción del cliente con el servicio para valorar si se resuelve su problema de forma efectiva.

8. Alejandra y sus socias quieren montar un negocio en el sector de la moda sostenible, ya que tienen los conocimientos adecuados. Han generado tres posibles ideas de negocio:

- a) Una tienda online de ropa hecha con materiales reciclados.**
- b) Un servicio de personalización de prendas para alargar su vida útil.**
- c) Un taller de alquiler de ropa para eventos especiales.**

Para decidir cuál de estas ideas es la más adecuada, identifica al menos cinco variables que consideres claves para valorar su viabilidad. Analiza cada una para las tres ideas y selecciona la más prometedora. Justifica tu elección.

Respuesta libre. Pueden tener en cuenta variables como:

- Inversión inicial: ¿Cuánto dinero se necesita para poner en marcha el negocio?
- Demanda en el mercado: ¿Existe un público objetivo interesado en este producto o servicio?
- Originalidad y diferenciación: ¿En qué medida la idea destaca frente a la competencia?
- Sostenibilidad operativa: ¿Es viable mantener el negocio a largo plazo en términos de costos y recursos?
- Rentabilidad: ¿Qué tan rápido y con qué margen puede generar beneficios?

A la hora de analizar cada idea, podría ser:

a. Tienda online de ropa hecha con materiales reciclados

- **Inversión inicial**: Media. Requiere diseño y producción de ropa, así como el desarrollo de una tienda online.
- **Demanda en el mercado**: Alta. La moda sostenible está en auge, y los consumidores están dispuestos a pagar más por productos respetuosos con el medio ambiente.
- **Originalidad y diferenciación**: Media. Aunque hay competencia, se puede diferenciar a través de colecciones exclusivas o historias de impacto ambiental positivo.
- **Sostenibilidad operativa**: Alta. La venta online permite optimizar costos, aunque dependerá del abastecimiento constante de materiales reciclados.
- **Rentabilidad**: Media. Los márgenes pueden ser elevados si se logran economías de escala, pero la competencia y los costos logísticos pueden reducir beneficios.

b. Servicio de personalización de prendas para alargar su vida útil

- **Inversión inicial**: Baja. Solo requiere herramientas para personalización, un local pequeño (opcional) y plataformas digitales para captar clientes.
- **Demanda en el mercado**: Media. Aunque responde a la tendencia de sostenibilidad, requiere educar al cliente sobre la importancia de reutilizar prendas.
- **Originalidad y diferenciación**: Alta. Es un servicio innovador que ofrece valor emocional al consumidor al personalizar y reutilizar ropa existente.



La idea de negocio

- **Sostenibilidad operativa:** Alta. Los costos operativos son bajos y la actividad es altamente sostenible.
- **Rentabilidad:** Media. Aunque los ingresos por prenda personalizada son limitados, un volumen alto de clientes puede generar beneficios estables.

c. Taller de alquiler de ropa para eventos especiales

- **Inversión inicial:** Media-Alta. Necesita adquirir un inventario de prendas atractivas y mantenerlas en condiciones impecables.
- **Demanda en el mercado:** Alta. Existe un interés creciente por el alquiler de ropa como alternativa sostenible y económica.
- **Originalidad y diferenciación:** Media. Aunque es una tendencia emergente, hay competidores en grandes ciudades; la clave será diferenciarse.
- **Sostenibilidad operativa:** Media. Mantener las prendas en buen estado puede ser costoso y complicado.
- **Rentabilidad:** Alta. Los márgenes son altos porque las prendas se pueden alquilar varias veces, recuperando la inversión inicial rápidamente.

9. Elena tiene una idea para montar un negocio: abrir una cafetería ecológica con productos de proximidad. Sin embargo, aún no sabe si cumple con las características necesarias para ser una idea de negocio válida.

Identifica y explica las tres características principales que debe cumplir una idea de negocio y evalúa cómo podrían aplicarse a la suya.

Las tres características principales de una idea de negocio válida son:

- a) Originalidad e innovación: La idea debe aportar algo novedoso o diferente que la haga destacar en el mercado. La cafetería ecológica podría diferenciarse al enfocarse en productos locales y sostenibles.
- b) Enfoque en el cliente: La idea debe satisfacer una necesidad o resolver un problema real del público objetivo. En la actualidad hay un segmento de la población preocupado por el ambiente y que busca productos ecológicos y km 0.
- c) Rentabilidad: La idea debe ser económicamente viable y capaz de generar beneficios. Elena deberá valorar tanto los gastos iniciales como los que se generen en la marcha del negocio, y los ingresos que prevé para saber si es rentable económicamente.

10. Identifica y explica los tres tipos de innovación principales (producto, proceso y marketing) que podrían aplicarse a una empresa del sector tecnológico. Reflexiona sobre cómo cada tipo de innovación contribuye a mejorar la oferta de la empresa, optimizar recursos o conectar con los clientes.

Por último, relaciona estas ideas con algún caso real que conozcas que refleje cómo estas innovaciones pueden marcar la diferencia en el mercado.

Los tres tipos de innovación clave son innovación de producto, de proceso y de marketing. La innovación de producto se centra en crear o mejorar bienes y servicios; por ejemplo, un nuevo smartphone con cámaras de mayor calidad o funciones de inteligencia artificial puede captar más clientes. La innovación



La idea de negocio

de proceso busca optimizar cómo se producen o entregan los productos, como implementar automatización en una fábrica para reducir costos y tiempos de producción. Por último, la innovación de marketing se centra en estrategias para atraer clientes; un caso sería utilizar campañas personalizadas basadas en datos de comportamiento del consumidor.

11. Dividid la clase en cinco grupos. Cada uno elegirá una de las siguientes ideas para diseñar un storytelling:

EcoDrive	Un servicio de <i>carsharing</i> de coches eléctricos para desplazamientos en ciudades pequeñas.
SaveMyFood	Una aplicación que conecta a personas con restaurantes y supermercados para comprar excedentes de comida a precios reducidos.
PetCare+	Una suscripción mensual que incluye un kit de productos esenciales y un servicio de consultas veterinarias online para mascotas.
MindBreak	Espacios temporales de relajación y <i>mindfulness</i> en lugares de alta actividad como centros comerciales o aeropuertos.
Recycle2Go	Una plataforma que premia con descuentos y recompensas a las personas usuarias que reciclan en puntos específicos.

Presentad vuestra historia al resto de la clase.

Respuesta abierta.