

PENSAMIENTO VISUAL (VISUAL THINKING) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

OER: VISUAL THINKING TO FIND BUSINESS OPPORTUNITIES

Objetivo y alcance

A través de los principios y técnicas del Pensamiento Visual es posible mapear ideas y explorar soluciones. Trabajar creativamente con herramientas y metodologías de representación visual ayuda a los diseñadores a visualizar, explorar, identificar y materializar oportunidades de negocio para innovaciones textiles y más. El mapa de análisis de contexto tiene el objetivo de aportar información, conciencia y conocimiento que permita a una organización o grupo tomar decisiones de una idea de negocio. Materializar e implementar oportunidades de negocio implica poner las ideas en acción a través de un plan de negocios. El Business Model Canvas es una herramienta visual que estructura la información clave que debe tenerse en cuenta para describir, analizar y diseñar modelos de negocio.

Preguntas de la actividad

¿Entiendes el contexto de tu negocio/idea?
¿Conoces los pasos y actores necesarios para que funcione?

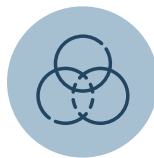
Objetivos del aprendizaje

- Capacidad para comunicarse y expresar ideas de negocio de forma visual con bocetos simples y gestos de dibujo
- Desarrolla reuniones con formato visual con herramientas visuales como plantillas y notas adhesivas para trabajar retos de negocio y resolver problemas de forma creativa y estructurada
- Aprenda formas creativas e innovadoras de visualizar nuevas oportunidades de negocio
- Adquirir habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas a través de material visual

Categorías



Negocios y marketing



Proceso de diseño

Referencias

- Arnheim, R. (1969/1997): Visual Thinking. University of California Press.
- IDEO (2009). Human Centered Design: Toolkit & Human Centered Design: Field Guide. 2nd ed.

Material de soporte

- Plantilla de mapa de análisis de contexto
- Plantilla de LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO
- [OER](#)
- [Summary presentation](#)

Equipamiento

- Marcadores negros y de color con diferente grosor de línea
- Hojas de esbozo, papel cuadrado o cuadernos de bocetos
- Plantillas de dibujo
- Notas adhesivas, pósits, bolígrafos y rotuladores
- Paredes móviles o pizarra donde pegar y mostrar todo el material
- Toda la colección de documentos y material que está relacionado con el análisis del entorno interno y externo (es decir, recortes de noticias, fotos de posibles clientes, informes de tendencias, sitios web de la competencia, estadísticas de la industria, regulaciones, revistas de la industria, etc.)
- Una tablet (opcional)

A.

MAPA DE ANÁLISIS DE CONTEXTO

Encontrar oportunidades de negocio comienza con la observación y comprensión del contexto empresarial. El Mapa de Análisis de Contexto ayuda a estudiar el contexto y analizarlo visualizando y mapeando el espacio de diseño empresarial con factores clave específicos y generales del entorno a tener en cuenta.

Paso 1. Visualiza tu idea de negocio

Piensa en una idea de negocio que se colocará en el centro de la plantilla. Si estás trabajando dentro de un proyecto que está desarrollando una oferta de innovación dentro de tu industria, este esfuerzo puede convertirse en una oportunidad de negocio. Si aún no tienes una idea de negocio, piensa en las últimas tendencias, desafíos o un problema que te encantaría resolver con toda tu pasión.

Paso 2: Explorar el Entorno General

El entorno externo se refiere a las fuerzas e instituciones de imagen fuera de la organización que afectan de forma potencial el rendimiento y la toma de decisiones de la organización. Esos factores son: políticos, ambientales, sociales, tecnológicos, legales y económicos.

Tarea 1: Anote en una nota póst: tendencias ambientales y ecológicas o aspectos como hacer negocios éticos como una empresa ética y sostenible, huella de carbono, cambio climático o cualquier restricción y regulación ambiental que pueda afectar a tu industria o tener un impacto en su oferta de innovación.

Tarea 2: Repetir el mismo procedimiento, continuar con las tendencias demográficas de la sociedad. Las normas y presiones sociales son clave para determinar el comportamiento del consumidor. Los factores a considerar son: Aspectos culturales y percepción / Conciencia de salud / Tasas de crecimiento de la población / Distribución por edades / Distribución del ingreso. Evaluar si hay alguna inspiración o una nueva visión sobre a quién desea considerar como cliente potencial. Discuta con sus compañeros.

Tarea 3: Continuar mapeando el entorno general mediante la identificación de Tendencias Tecnológicas e Influencias Internacionales como parte del análisis de factores tecnológicos. Estos factores están relacionados con las innovaciones y la automatización de la industria. Además, incluye lo siguiente: Actividad de I+D/Automatización/ Incentivos Tecnológicos/Transferencia Tecnológica. Pensar en los factores tecnológicos como un recurso para la innovación y las nuevas oportunidades de negocio.

Tarea 4: Siguiendo el orden de la plantilla, analice los factores legales que incluyen cualquier fuerza legal que defina lo que una empresa puede o no puede hacer, como las siguientes: Regulaciones de la Industria / Leyes Regionales / Licencias y Permisos / Propiedad Intelectual. Interprete cómo las leyes y regulaciones locales afectan su oferta de innovación. ¿Cómo están impactando? ¿Trayendo nuevas oportunidades o creando restricciones a nuevas ideas de negocio?

Tarea 5: Interpretar los factores económicos para encontrar oportunidades que impulsen las ideas de negocio. Anote

en póst los diversos indicadores económicos que pueden generar datos tangibles. Los factores económicos incluyen los siguientes: Tasas de crecimiento económico / Tasas de interés / Tipos de cambio / Inflación / Tasas de desempleo. Evalúe si la nueva idea de negocio puede ser comprada por sus consumidores o podría cambiar los modelos de demanda / oferta en la economía. Esta información también afectará el proceso de fijación de precios para nuevos productos y servicios.

Tarea 6: Los factores políticos a veces se cruzan con los factores legales. Estos factores están relacionados con la forma en que las políticas y acciones gubernamentales afectan a la economía y afectan a las empresas. Estos incluyen: Estabilidad del gobierno / Política fiscal / Restricciones comerciales / Aranceles / Burocracia. Al igual que otros factores, evalúa si existen políticas que puedan afectar negativamente cualquier operación comercial o lanzamiento de nuevos negocios. Ahora que se ha completado el Análisis General del Entorno, toma un momento y discute la imagen general con sus compañeros.

Paso 3: Evalúa el entorno específico para su idea de negocio

El Análisis De Entorno Específico ayuda a estudiar cómo se desempeña en el mercado una oferta de innovación que existe o podría existir y a tener en cuenta elementos como clientes existentes o potenciales, proveedores y competidores.

Tarea 1: Teniendo en cuenta la idea de negocio inicial o la oferta de innovación, involucre a los miembros del equipo para discutir y definir quiénes son los clientes potenciales, clientes o compradores en su industria. Escríbelo en una nota adhesiva y, si te sientes seguro, represéntalo con un dibujo. Pregunta cuánto control tienen los clientes para dictar los tipos de productos y servicios disponibles en la industria. ¿Cuánta influencia tienen los clientes en los precios u otros atributos de la oferta?

Tarea 2: Investiga quiénes son o quiénes pueden ser tus competidores. ¿Hay otro emprendedor o empresa que tenga la misma o similar oferta de innovación? ¿Cuántos competidores estimas que hay? Busca en sus sitios web e investiga cómo presentan su oferta de innovación a clientes potenciales. Mostrar información clave en la plantilla.

Tarea 3: Piense en quiénes son los proveedores clave en su industria. ¿Cómo necesita o necesitará su idea de negocio sus servicios y asociación estratégica para ofrecer su oferta de innovación? ¿Qué grado de control tienen los proveedores para determinar los tipos de productos y servicios que produce la industria? Anota los hallazgos. Realiza una descripción general del mapa de análisis de contexto. Evalúa la oferta de innovación, replantea la declaración inicial de ideas de negocio, si es necesario, o piensa en cuáles son las oportunidades de negocio innovadoras que tiene y el nuevo papel que desea desempeñar como empresario u organización.



Menos de una hora



Grupo pequeño
Discusión



Definir

B.

LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

Materializar e implementar oportunidades de negocio implica poner las ideas en acción a través de un plan de negocios. Para simplificar este proceso, el Business Model Canvas (Lienzo de modelo de Negocio) es una herramienta visual que estructura la información clave que debe tenerse en cuenta para describir, analizar y diseñar modelos de negocio.

Las 4 preguntas principales ayudarán a vincular los bloques de una manera que podamos considerar simultáneamente cuál es la propuesta de valor, para quién está diseñando y preparando una oferta de innovación, cómo la va a producir y cuánto costará para obtener flujos de ingresos y ganar dinero.

Paso 1: Segmentos de clientes

Enumera los tres segmentos principales. Busque los segmentos que proporcionan la mayor cantidad de ingresos. ¿Para quién estás creando valor? ¿Quiénes son tus clientes más importantes?

Paso 2: Propuesta de valor

¿Qué valor entregan al cliente? ¿Cuáles son sus productos y servicios? ¿Cuál es el trabajo que haces para tu cliente? ¿Qué problema estás resolviendo con tu solución de idea de negocio u oferta de innovación? ¿Qué necesidades de los clientes estás satisfaciendo?

Paso 3: Relaciones con los clientes

¿Cómo aparece esto y cómo mantienes la relación? ¿Cómo se integran en el resto de tu modelo de negocio?

Paso 4: Canales

¿Cómo te comunicas con tu cliente? ¿Cómo se entrega la propuesta de valor? ¿Cómo se integran sus canales?

Las fases del canal son:

- 1) La concienciación está relacionada con cómo sensibilizar sobre sus productos y servicios;
- 2) Evaluación significa cómo ayuda a los clientes a evaluar su propuesta de valor;

3) La compra es la forma en que sus clientes adquieren los productos;

4) La entrega es cómo concedes la propuesta de valor

5) La posventa es la forma en que se proporciona atención al cliente posterior a la compra.

Paso 5: Actividades clave

Piensa en lo que tendrás que hacer a diario para ejecutar el modelo de negocio. ¿Qué actividades clave requiere la propuesta de valor? ¿Y los canales de distribución, relaciones con los clientes y flujos de ingresos?

Paso 6: Recursos clave

Enumera todos los activos que se pueden requerir para ofrecer y entrega la propuesta de valor. Haz una lista de las personas, el conocimiento y el dinero que necesitará como parte de su negocio. Incluye, si es necesario, recursos intelectuales, como patentes de marca, derechos de autor y datos clave.

Paso 7: Socios clave

Haz una lista de los socios sin los que no puedes hacer negocios. Algunas motivaciones para las asociaciones son: 1) Optimización y economía, 2) Reducción del riesgo y la incertidumbre y 3) La adquisición de recursos y actividades particulares.

Paso 8: Estructura de costos

Enumera sus principales costos mirando las actividades y recursos clave.

Paso 9: Flujos de ingresos

Indica sus tres principales fuentes de ingresos. Si haces cosas gratis, agréguelas aquí también. Para concluir, el objetivo principal del lienzo es ayudar a las empresas y emprendedores a ir más allá del pensamiento centrado en el producto hacia el pensamiento del modelo de negocio.



Less than or around an hour

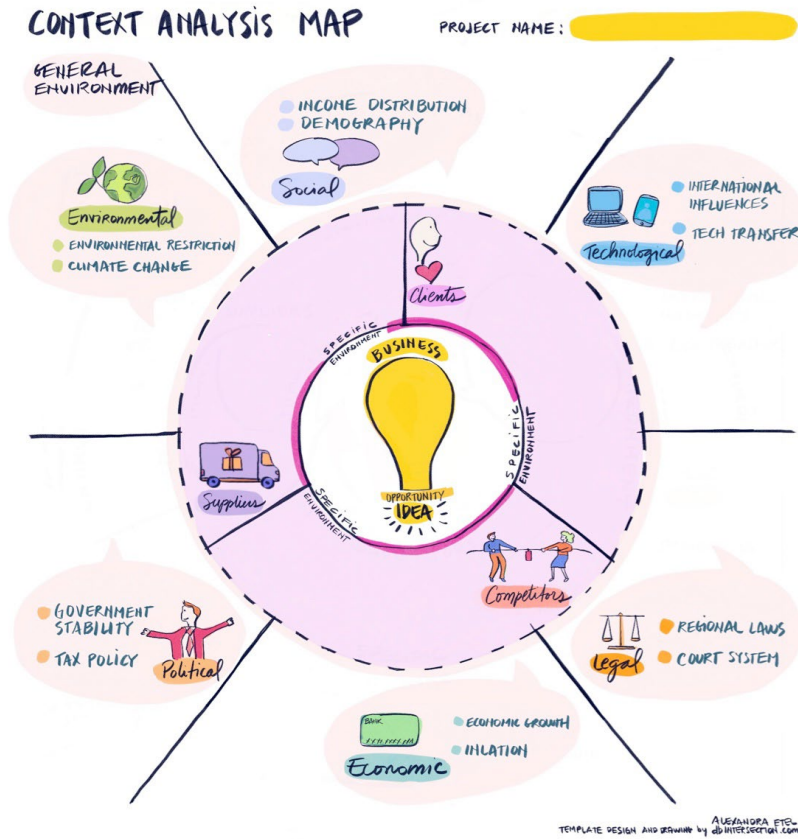


Small Group Discussion



Define

TEMPLATE: CONTEXT ANALYSIS MAP



TEMPLATE: BUSINESS MODEL CANVAS

