

Tormenta de ideas.

La tormenta de ideas estará formada por un máximo de cinco ideas (cada componente del grupo propondrá una), debiendo efectuarse una breve descripción de cada una de ellas (en 6 ó 7 líneas).

Para elaborar esta tormenta de ideas, tenéis que recopilar información sobre negocios que os resulten atractivos y, sobre todo, que sean **innovadores**.

Cuando hablo de innovación, me refiero a que vuestra propuesta de valor se debe basar en satisfacer una necesidad de una forma diferente a los demás competidores y por la que vuestros potenciales clientes estén dispuestos a pagar.

Esta información la podéis extraer de revistas, informes, [cuestionarios pasados a empresas](#), internet, etc.

En cualquier caso, debéis valorar la conveniencia de optar o no por un negocio en régimen de [franquicia](#).

Criterios de valoración de las ideas de negocio.

En este apartado, hay que fijar los criterios que se consideren importantes a la hora de elegir un negocio, explicando el por qué.

Algunos de estos criterios podrían ser los siguientes:

- Idea novedosa o innovadora.
- Idea atractiva para el mercado.
- Competencia directa o indirecta.
- Complejidad del negocio.
- Conocimientos y experiencia de los promotores en el negocio.
- Necesidad de recursos humanos.
- Necesidad de recursos materiales y tecnológicos.
- Ubicación física.
- Financiación y subvenciones.
- Repercusión social y/o medioambiental.
- Legislación aplicable.

Valoración de las ideas.

En base a los criterios fijados anteriormente, se valoran las distintas ideas, y se elige una de ellas.

Para entender cómo hay que valorar las ideas, os propongo el siguiente ejemplo:

Un promotor desea montar un negocio, y tiene tres ideas: A, B y C. Decide valorarlas en base a unos criterios, para determinar cuál de ellas pondrá en marcha. Los criterios son los siguientes: idea atractiva para el mercado; competencia y complejidad del negocio.

LA IDEA DE NEGOCIO Y PRIMERAS DECISIONES - EL INFORME PASO A PASO

Escrito por DAVID ESPINOSA

Domingo, 17 de Agosto de 2008 17:09 - Última actualización Miércoles, 18 de Septiembre de 2013 09:35

Antes de dar una puntuación a cada idea según los distintos criterios, el emprendedor tiene que plantearse si estos criterios son igualmente importantes para él, o si por el contrario, hay alguno que es más importante que los demás. En definitiva, tiene que fijar el peso de los distintos criterios.

Imaginemos que para este promotor lo más importante es la competencia, asignándole un 60% de peso en la valoración de las ideas (del total del 100% que correspondería a todos los criterios). Al hecho de que la idea sea atractiva le concede un 20% y a la complejidad del negocio le concede otro 20%.

Una vez fijados los distintos pesos de los criterios, deberá dar una puntuación a cada idea en función de dichos criterios.

Para puntuar las ideas en base a un determinado criterio, se ordenarán las mismas, asignando un 10 a aquella idea en la que más predomine ese criterio y un 0 a aquella idea en la que menos predomine el criterio.

LA IDEA DE NEGOCIO Y PRIMERAS DECISIONES - EL INFORME PASO A PASO

Escrito por DAVID ESPINOSA

Domingo, 17 de Agosto de 2008 17:09 - Última actualización Miércoles, 18 de Septiembre de 2013 09:35

Idea atractiva: 10 (idea C); 5 (idea A); 0 (idea B). La idea más atractiva sería la C.

Competencia: 10 (idea B); 5 (idea C); 0 (idea A). La idea con menos competencia sería la B.

Complejidad: 10 (idea C); 5 (idea A); 0 (idea B). La idea menos compleja sería la C.

IDEA ATRACTIVA

COMPETENCIA

COMPLEJIDAD

IDEA A

5

LA IDEA DE NEGOCIO Y PRIMERAS DECISIONES - EL INFORME PASO A PASO

Escrito por DAVID ESPINOSA

Domingo, 17 de Agosto de 2008 17:09 - Última actualización Miércoles, 18 de Septiembre de 2013 09:35

0

5

IDEA B

0

10

0

IDEA C

10

5

10

LA IDEA DE NEGOCIO Y PRIMERAS DECISIONES - EL INFORME PASO A PASO

Escrito por DAVID ESPINOSA

Domingo, 17 de Agosto de 2008 17:09 - Última actualización Miércoles, 18 de Septiembre de 2013 09:35

A continuación, deberá valorar cada idea, teniendo en cuenta las puntuaciones anteriores y el peso o ponderación de los distintos criterios:

$$IDEA A: 5 \times 0,2 + 0 \times 0,6 + 5 \times 0,2 = 2$$

$$IDEA B: 0 \times 0,2 + 10 \times 0,6 + 0 \times 0,2 = 6$$

$$IDEA C: 10 \times 0,2 + 5 \times 0,6 + 10 \times 0,2 = 7$$

Por lo tanto, el emprendedor elegirá la idea C.

Elección de la idea de negocio.

a. Breve descripción de la actividad empresarial.

En este subapartado debéis efectuar una primera descripción de la actividad empresarial seleccionada, haciendo referencia especial, a las actividades clave de vuestro negocio, es decir, aquéllas que generan más valor.

Más adelante, se tendrá que definir con más rigor dicha actividad empresarial.

b. Objetivos previstos a corto, medio y largo plazo.

Debéis indicar cuáles son los objetivos de vuestro negocio a corto, medio y largo plazo.

Ahí va un ejemplo:

Un promotor que desea inaugurar una discoteca, podría plantearse los siguientes objetivos:

CORTO PLAZO:

- *Darse a conocer y empezar a crear fidelidad.*
- *Tener la suficiente liquidez para ir amortizando los préstamos bancarios y para pagar a los proveedores.*

MEDIO PLAZO:

- *Haber amortizado todos los préstamos bancarios.*
- *Incrementar las ventas y la plantilla.*

- *Mejorar las instalaciones.*

LARGO PLAZO:

- *Abrir nuevas discotecas en otras poblaciones.*

c. Factores que aconsejan la puesta en marcha.

En estrecha relación con los criterios mejor puntuados del apartado 2 de este informe, se deben comentar los [factores que aconsejan la puesta en marcha](#) de vuestro proyecto empresarial.

Se trata de hacer un [análisis DAFO](#) inicial, que se tendrá que completar tras realizar el estudio de mercado.

d. Modelo de negocio.

El modelo de negocio es el ADN del proyecto. Es una herramienta previa al plan de empresa que permite definir con claridad qué vais a ofrecer al mercado, cómo lo vais a hacer, quiénes serán vuestros clientes, de qué forma vais a generar ingresos.

Por lo tanto, la primera tarea que tenéis que realizar en este subapartado es fijar con claridad qué modelo o modelos de negocio vais a seguir.

No olvidéis hablar de los siguientes aspectos:

- ¿Cuál es vuestra propuesta de valor?.
- ¿Quiénes son vuestros potenciales clientes?.
- ¿Qué tipo de relación vais a tener con ellos?.
- ¿Cómo les haréis llegar vuestros productos y servicios?.
- ¿Cómo vais a obtener ingresos?.

Con estos datos (que podrán modificarse y completarse a lo largo del estudio) y con otros más que se irán obteniendo, debéis ser capaces de cumplimentar el MODELO CANVAS al final del curso.

Primeras decisiones.

a. Nombre comercial y logotipo.

La elección del nombre comercial (no confundir con la denominación social) y del logotipo de vuestra empresa tiene que ser el resultado final de un proceso de valoración de varias alternativas.

De una forma similar a la valoración de las ideas de negocio, tenéis que fijar distintos criterios (originalidad, diseño, representación de la actividad de la empresa, identificación con los promotores, etc.), establecer sus pesos (o ponderaciones) y puntuar las distintas propuestas.

También debéis determinar el coste anual del registro del nombre comercial y del logotipo, y describir el proceso de registro.

b. Forma jurídica.

La elaboración del plan de empresa exige partir de una determinada [forma jurídica](#) . De esta forma el análisis del negocio se puede efectuar con más detalle y rigor. Por ejemplo, si fijamos como forma jurídica la sociedad de responsabilidad limitada, podremos estimar con más precisión los gastos de constitución, qué tipo de financiación y ayudas podremos obtener, etc.

Una vez obtenida toda la información acerca de nuestra actividad y hechas las previsiones oportunas, podremos determinar si esa forma jurídica inicial era la más adecuada o no.

Una vez analizadas las distintas alternativas existentes, debéis comentar simplemente qué forma jurídica adoptará inicialmente vuestra empresa. Más adelante, tendréis oportunidad de

fijar definitivamente la forma jurídica y de hacer un estudio exhaustivo de la misma.

c. Localización geográfica y ámbito territorial de actuación.

Al igual que sucede con la forma jurídica, para elaborar el plan de empresa tenemos que partir de una localización geográfica inicial. El estudio de localización se realizará más adelante, por lo que, de momento, bastará con que comentéis en qué localidad se situará vuestra empresa (sin entrar en más detalles).

En este subapartado también tenéis que determinar cuál será el ámbito territorial de actuación de vuestra empresa (local, comarcal, provincial, autonómico, nacional o internacional).

Promotores.

a. Miembros.

Se trata de enumerar a los componentes del grupo.

b. Currículum vitae de cada miembro.

En este subapartado se debe incluir el [Currículum Vitae](#) de cada miembro, incidiendo en aquéllos aspectos académicos y profesionales que puedan respaldar vuestra futura gestión al mando de la empresa.

c. Actitudes emprendedoras de cada miembro.

Aquí, tenéis que hacer un resumen de vuestras principales actitudes emprendedoras. En las RECOMENDACIONES para confeccionar este informe, podréis encontrar enlaces que os permitirán realizar un autodiagnóstico.

Herramientas web 2.0

a. URL de la página web.

Se debe incluir la URL de la página web de la futura empresa. También debéis determinar el coste anual del dominio y del alojamiento web.

b. URL del blog.

Se debe incluir la URL del blog de vuestro grupo.

c. URL de la cuenta de Twitter, Facebook o Tuenti.

Se debe incluir las URL de las redes sociales en las que comentaréis el día a día de vuestro trabajo.

d. Otras herramientas web 2.0

Se deben comentar qué herramientas de la web 2.0 vais a utilizar en la elaboración y presentación del plan de empresa, explicando las razones.

Ficha resumen

Esta [ficha-resumen de la 1ª parte \(LA IDEA DE NEGOCIO Y PRIMERAS DECISIONES\)](#) se deberá incluir en el blog del proyecto empresarial, una vez corregido.

[ÍNDICE DEL INFORME](#)

[RECOMENDACIONES PARA REALIZAR EL INFORME](#)

[ALGO DE TEORÍA](#)

[ARTÍCULOS DE INTERÉS](#)

[ENLACES INTERESANTES](#)