

MOVE UP!

PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENEDORES



Training Day!



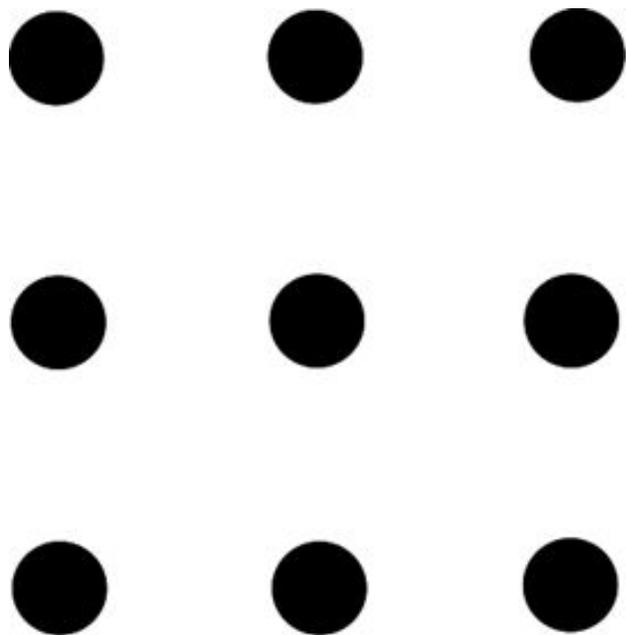
**MOVE
UP!**
EMPRENDE CON ÉXITO

Índice

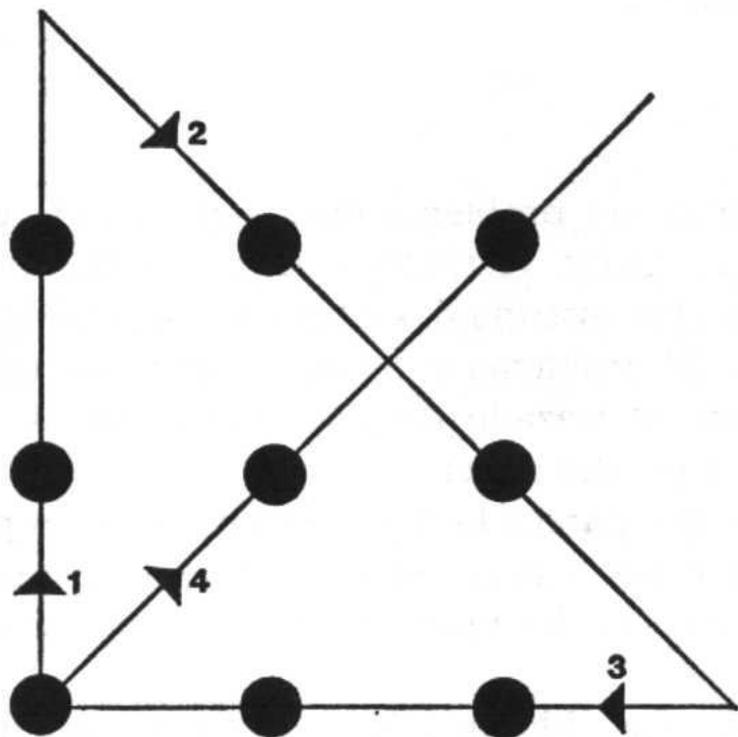
1. Nuestra forma de pensar
2. La idea, el origen del negocio
3. Generando nuevas ideas
4. Evaluación y validación
5. El consumidor de hoy



Une los nueve puntos mediante sólo 4 líneas rectas pero sin levantar el lápiz del papel



Nuestra forma de pensar



La revisión de supuestos

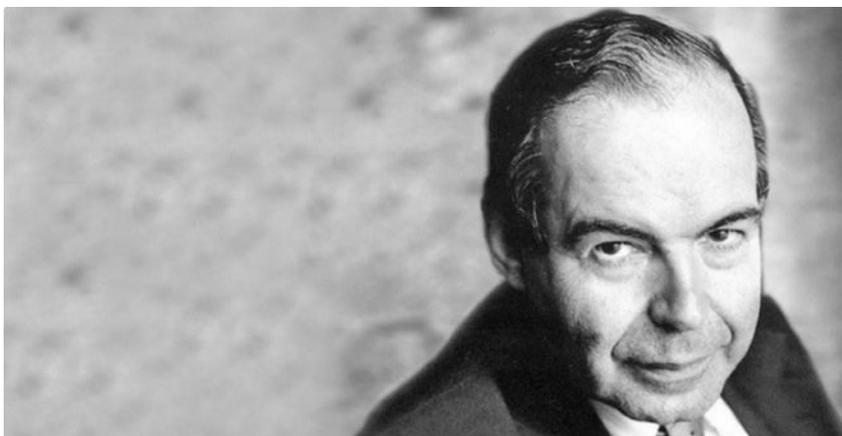
El factor que bloquea la solución es que las líneas rectas han de unir los puntos sin exceder los límites de los propios puntos.

Quando te bloques:
¡Baraja y da de nuevo!



Nuestra forma de pensar

Pensamiento vertical	Pensamiento lateral
Selectivo	Creador
Se mueve si hay una dirección	Se mueve para crear una dirección
Sigue un orden lógico	Admite saltos
Sigue los caminos más evidentes	Sigue los caminos menos evidentes
Bloquea las bifurcaciones	No rechaza ningún camino

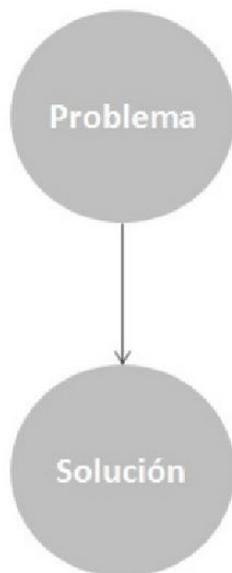


El concepto de pensamiento lateral es una idea original de Edward de Bono

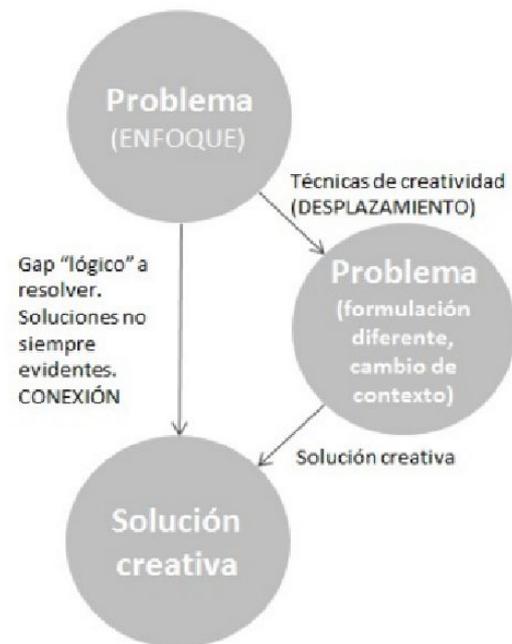


Nuestra forma de pensar

Pensamiento vertical

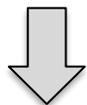


Pensamiento lateral



La idea, el origen del negocio

Para tener una idea no es necesario ser inventor, basta con observar las **necesidades** que se producen en la sociedad y utilizar la **CREATIVIDAD**.



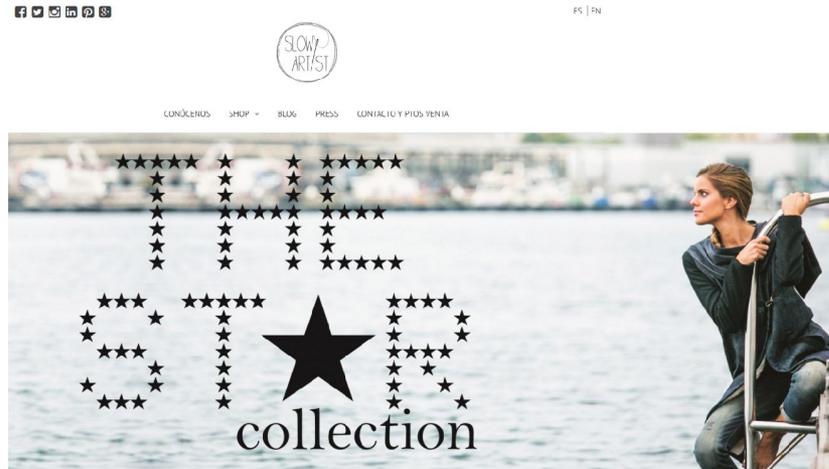
Una persona creativa ve las mismas cosas que el resto y tiene a su disposición la misma información, pero produce algo distinto porque utiliza otras formas de pensamiento.



La idea, el origen del negocio

1. Ventajas competitivas personales

Son ventajas propias de nuestra persona, relacionadas con los conocimientos, experiencias, habilidades, destrezas, personalidad o actitudes que uno pueda tener.



La idea, el origen del negocio

2. Problema/ solución



Blablacar

Busca tu viaje
¡ahorra dinero
ya!

Regístrate GRATIS ahora:

Conéctate con Facebook

Tu Email

Únete ahora

¿Ya tienes una cuenta? [Iniciar sesión](#)

¿Vas a viajar en Coche?
ofrece tus plazas



Inicio Ver video

Sencillo 3 simples pasos

Eficiente Ahorra dinero

Garantiza Tu tranquilidad

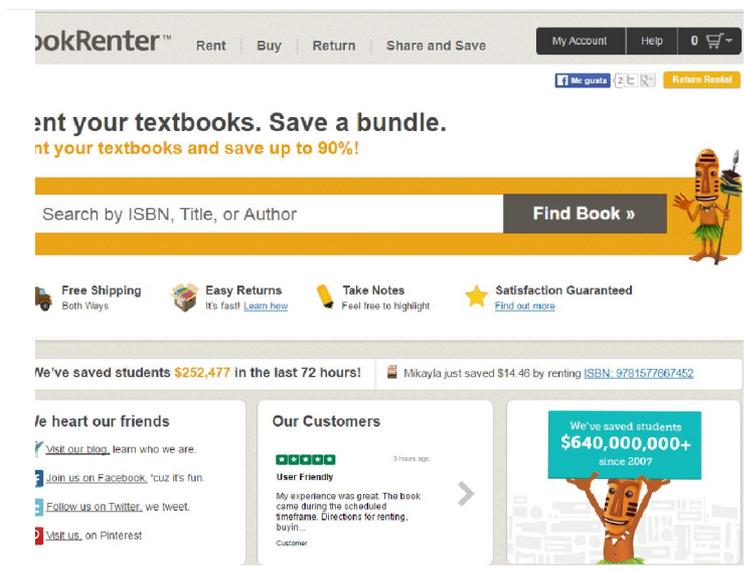
¿Cómo Compartir Coche?

¡Mira nuestro video!

Los Mejores Precios

SEVILLA GRANADA desde 12€

Hablan de nosotros EL MUNDO EL PAÍS tve



BookRenter™ Rent Buy Return Share and Save My Account Help 0

Rent your textbooks. Save a bundle.
Rent your textbooks and save up to 90%!

Search by ISBN, Title, or Author **Find Book »**

Free Shipping Both Ways Easy Returns It's fast! Learn how Take Notes Feel free to highlight Satisfaction Guaranteed Find out more

We've saved students \$252,477 in the last 72 hours! Mikayla just saved \$14.46 by renting ISBN: 9781677667452

We heart our friends Visit our blog, learn who we are. Join us on Facebook, 'cuz it's fun. Follow us on Twitter, we tweet. Visit us on Pinterest

Our Customers User Friendly My experience was great. The book came during the scheduled timeframe. Directions for renting, buyin... Customer

We've saved students \$640,000,000+ since 2007



Generando nuevas ideas

– El Brainstorming–

*Los miembros del grupo aportan, durante un tiempo previamente establecido el **mayor número de ideas posibles** sobre un tema o problema determinado.*

Interesa:

- Generar gran cantidad de ideas.
- La brevedad.
- Eliminar la crítica o la autocrítica



Generando nuevas ideas

FASE 1

- ✓ *Formar grupos de 5 personas*
- ✓ *Duración 5 minutos*
- ✓ *Cada miembro de un grupo, y a título individual, anota todas las ideas que le vienen a la cabeza relacionadas con el problema expuesto. Da igual la calidad de las ideas, en esta fase...*

¿Qué podemos hacer para mejorar los problemas de tráfico urbano?

Por ejemplo: restringir los días de circulación o no salir de casa...



Generando nuevas ideas

FASE 2

En esta fase se ponen en común todas las ideas generadas por cada miembro del grupo. Estas ideas harán que surjan nuevas.

Duración 5 minutos.

Hay que anotarlas todas.

¡Recordad! Todavía no es hora de valorar las ideas

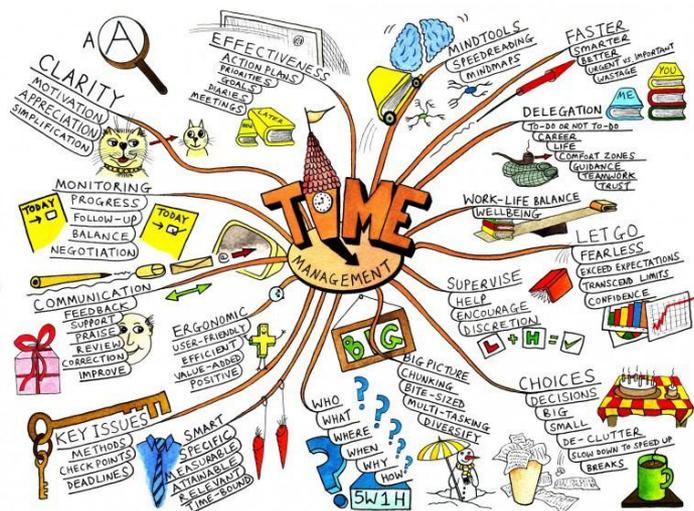


Generando nuevas ideas

– Mind mapping–

FASE 3

Consiste en la agrupación de las ideas de forma gráfica, mediante mapas mentales. Duración 10 minutos.



Resultado esperado:

3 agrupaciones interesantes

<http://www.xmind.net/>



Generando nuevas ideas

FASE 4

Utilizamos la técnica de los 6 sombreros para pensar de forma simplificada:

- ✓ *Todo el equipo se pone el sombrero del mismo color.*
- ✓ *Habrán solo 3 sombreros.*
- ✓ *Se repite con cada una de las 3 ideas previamente seleccionadas.*



Generando nuevas ideas

El sombrero rojo, el de las emociones

Este sombrero te hace ver las cosas desde el plano emocional, es decir, cómo te sientes con esa idea, si te produce buenas o malas sensaciones. Puesto que es la parte emocional, no conviene pensar demasiado, si no que la respuesta con este sombrero debe ser rápida.

El sombrero negro, el negativo.

Este sombrero es con el que vemos la parte negativa de la idea, qué puntos flacos tiene o por qué puede no funcionar. Generalmente, suele ser bastante fácil ver lo negativo de las cosas, así que el diálogo suele fluir con bastante rapidez.

El sombrero amarillo, el positivo.

Con este sombrero, vemos la parte positiva de la idea, por qué puede funcionar, si tiene un mercado potencial amplio, si el tiempo necesario para llevarlo al mercado es corto, en resumen todas las partes positivas que puede tener la idea para generar después un modelo de negocio rentable o al menos que merezca la pena iniciar un negocio a partir de ella.



La idea, el origen del negocio

Aprovechando tendencias

- *Economía colaborativa*
- *Productos inteligentes y conectados.*
- *Consumo libre de culpa*



Descubre tendencias



Futuros posibles

(Todos los que podemos imaginar)

**Futuros plausibles**

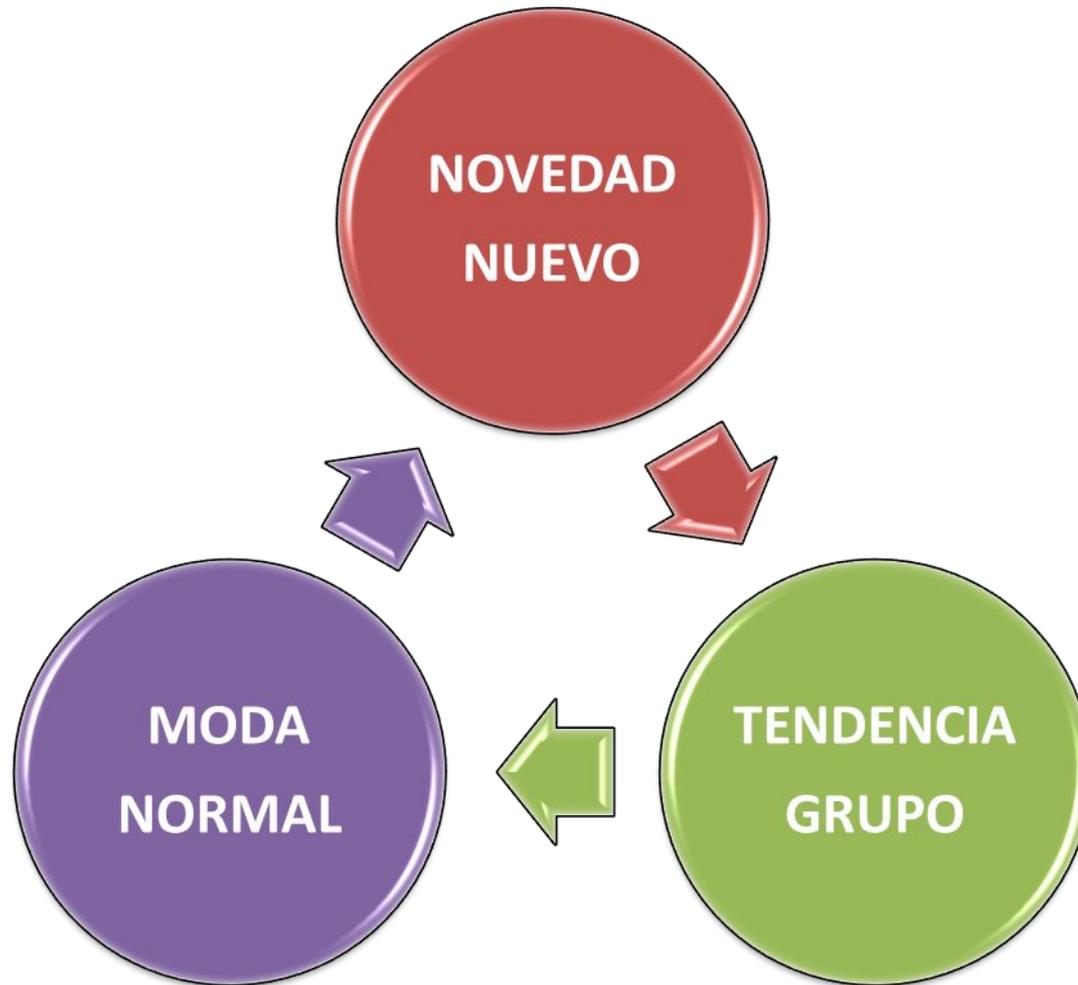
(Todos aquellos que tienen alguna posibilidad)

Futuro deseable

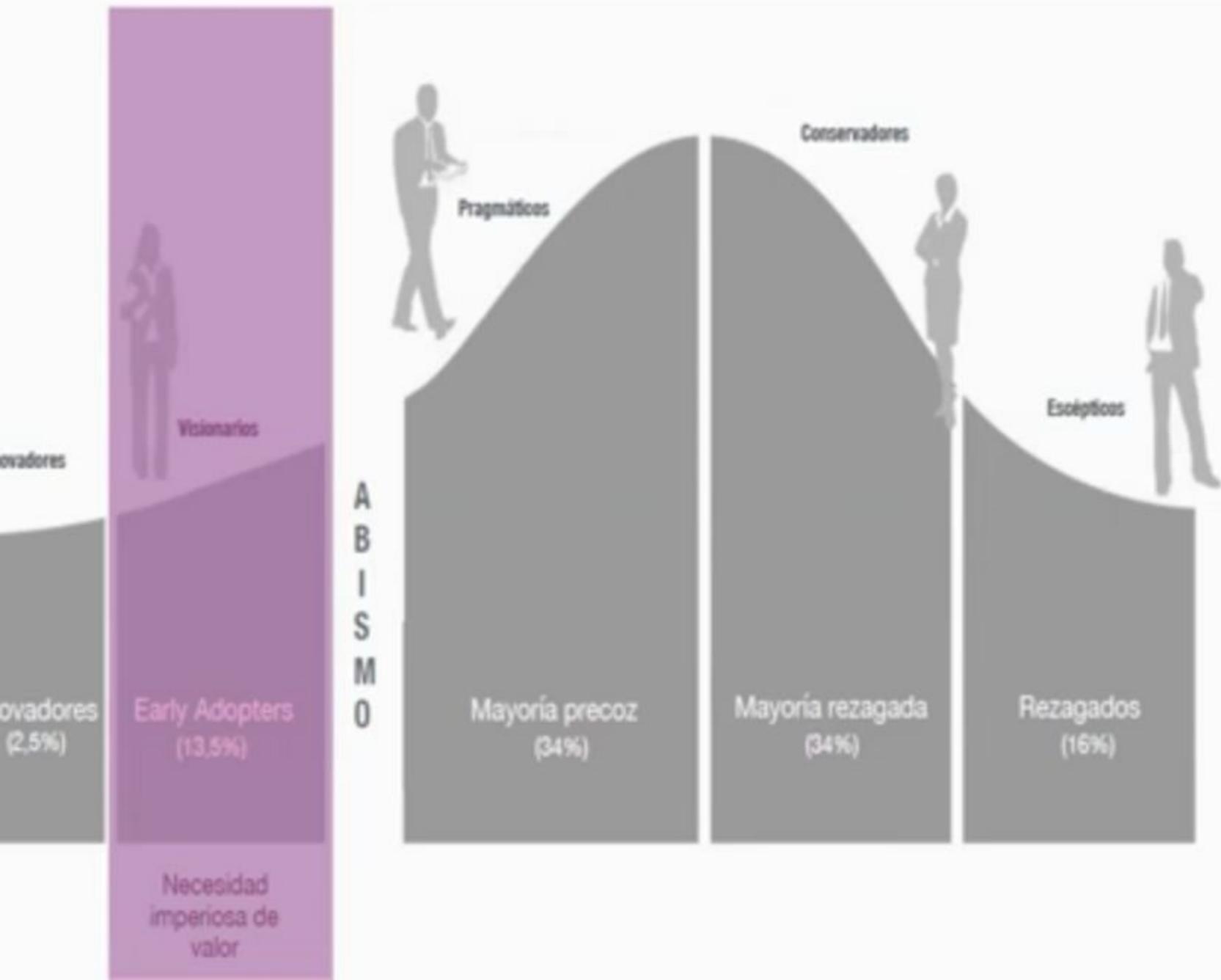
(El que deseamos que suceda)

Futuro probable

(El escenario más probable)



DETRÁS DE SU APARENTE EXCENTRICIDAD, CADA TENDENCIA ENCIERRA UNA OPORTUNIDAD



Evaluación y validación

<https://www.google.es/trends/>

Conocer la evolución en las búsquedas en Google. Cómo se han comportado en el pasado y cómo el buscador prevé que se comporten en el futuro.

<https://www.google.com/trends/correlate>

Comparación entre diferentes keywords.

<https://www.google.es/alerts>

Seguimiento de conceptos.

<http://betalist.com/>

Recopilación de startups que están actualmente en fase beta.

El consumidor de hoy

Inmediatez: aquí y ahora.



Confianza en las opiniones de otros consumidores.



Individualidad y ego personal.



El consumidor de hoy

Como afectaran los cambios en la era post COVID-19?

Como cambia mi modelo de negocio?

Surgirán nuevos modelos de negocio?

El camino a recorrer...



Organiza:



Colabora:



Otros colaboradores:



Gracias!

luismiguelbataalla@ceei-castellon.com

m

