

## GUIA PARA EL APRENDIZAJE AGOSTO “Desarrollo Propuesta”

NOMBRE DE ALUMNO.....CURSO.....

ASIGNATURA.....NIVEL.....

**UNIDAD:** Oportunidades y desafíos de la tecnología en la actualidad

**CONTENIDO:** Análisis de referentes y modelo de negocios.

### **OBJETIVO DE APRENDIZAJE:**

**OA 2** Proponer soluciones que apunten a resolver necesidades de reducción de efectos perjudiciales relacionados con el uso de recursos energéticos y materiales en una perspectiva de sustentabilidad, utilizando herramientas TIC colaborativas de producción, edición, publicación y comunicación.

**OA 3** Evaluar las propuestas de soluciones que apunten a resolver necesidades de reducción de efectos perjudiciales relacionados con el uso de recursos energéticos y materiales considerando aspectos o dilemas éticos, legales, económicos, ambientales y sociales.

**Objetivo Guía:** “Analizar problemática identificada para desarrollar solución”

### **INTRODUCCIÓN:**

-Esta nueva guía tiene como objetivo poder empezar a visualizar que camino tomará el proyecto que se comenzó a realizar con el diseño de una investigación cuantitativa (la encuesta), para ello es que trabajaremos en primer lugar el concepto de “Referente”

-La idea de buscar y analizar referentes es abrir nuestra mente a nuevas opciones, explorar ejemplos y multiplicar nuestras posibles ideas.

Diseñar se trata de resolver problemas. Independientemente de la metodología que se utilice en la búsqueda de una solución, en el proceso se suele recurrir a referentes visuales o conceptuales. Algunas veces como una guía para comunicar mejor sus ideas o analizar la manera en que otros encontraron una solución a un problema similar al que nos enfrentamos.

Sobre los referentes y el diseño

medium.com

### **I. Desarrollo.**

En el trabajo anterior se finalizó anotando una conclusión que fue incluida lo que denominamos como “Proyección”, esto lo entendimos como la forma en que proyectábamos o veíamos posibles ideas para solucionar los problemas o necesidades detectados en la encuesta.

Es muy probable que hayamos detectado varias situaciones que nos parecen interesantes, pero deberemos seleccionar solo una. **Recordemos que lo principal es tener claro que situación, problema o necesidad deseamos solucionar o mejorar.**

Si ya tenemos claro el problema que queremos enfrentar para solucionar, ahora se debe comenzar a buscar referentes, pero *¿Qué es un referente?* Básicamente es un ejemplo a seguir, estos pueden ser referentes deportivos como en el fútbol esta para algunos Alexis Sánchez o Christiane Endler. Para otros, un referente puede ser un músico o un familiar. Incluso puede ser una imagen, dibujo o fotografía que nos inspira.

Generalmente cuando estamos haciendo un trabajo o una actividad que implica crear algo nuevo, lo primero que hacemos es buscar fuentes de inspiración. Esas fuentes de inspiración o ejemplos que usamos son lo que

entenderemos como referentes. Es muy común que se usen en proyectos de diseño, arquitectura o ingeniería. Nosotros lo haremos para este proyecto escolar.

## II. Pasos a seguir para realizar la actividad.

Para realizar este trabajo crearemos **un mapa conceptual** que llamaremos **“Mapa de Referentes”** (al final de la guía se muestra un ejemplo del formato del mapa)

- 1.- Lo primero será anotar y delimitar qué vamos a trabajar, por lo que debemos tomar ciertas decisiones.
  - i.- **Cual es el problema**, necesidad o situación que buscamos solucionar y mejorar. Eso irá dentro del cuadro “Problema detectado”. Solo debemos elegir uno de nuestra conclusión en la encuesta.
  - ii.- **Proyección y funciones**: como imaginamos que sería nuestra idea y qué nos gustaría que hiciese. Por ejemplo *“ayudar a mejorar el transporte de las personas del barrio en una manera ecológica y sustentable”*
  - iii.- **Restricciones**: es importante saber que queremos lograr, pero igual de importante es saber qué no podemos hacer, poner límites y restringir el campo de acción de nuestra solución. Por ejemplo *“se limitará solo a la comuna de Puente Alto”*
- 2.- Buscaremos en internet, libros, revistas, redes sociales o en la vida cotidiana **3 referentes** que hayan de alguna forma solucionado un problema similar al que se seleccionó. Puede ser que el referente seleccionado no solucione el problema en sí, pero en su opinión sirve de experiencia e inspiración. Es importante que entienda y reflexione porqué lo eligió, ya que deberá explicarlo.

El referente debe llevar un título que usted le debe asignar. Obviamente también puede anotar el título original de ese producto o servicio que seleccionó como referente. **Y para mostrarlo es importante usar una imagen (puede ser un dibujo sencillo también).**

- 3.- Se deben anotar 3 atributos del referente seleccionado. **¿Pero qué es un atributo?** Un atributo siempre es un adjetivo, es decir una característica positiva. Una buena definición entregada por el Diccionario de Oxford es *“las propiedades, características o cualidades de un ser”*. Por ejemplo: *“el atributo de María es su sencillez”*.

Por lo que pueden ser; Rapidez, buen diseño, solución tecnológica, economía, etc. El atributo se debe explicar muy brevemente, casi en una sola línea.

- 4.-Luego debemos **anotar al menos 2 desventajas** del referente que seleccionamos. Puede ser algo malo que tengan, algo que no nos guste o creamos que pueda fallar. Simplemente, algo negativo que veamos en este referente.
- 5.- Deberemos para finalizar seleccionar un mínimo de 3 atributos que nos gustaría que tuviese la solución que nosotros queremos crear e idear. Pueden ser sacados de los referentes que elegimos o podemos anotar alguno nuevo. Eso es una decisión propia.

### II.I Ejemplo

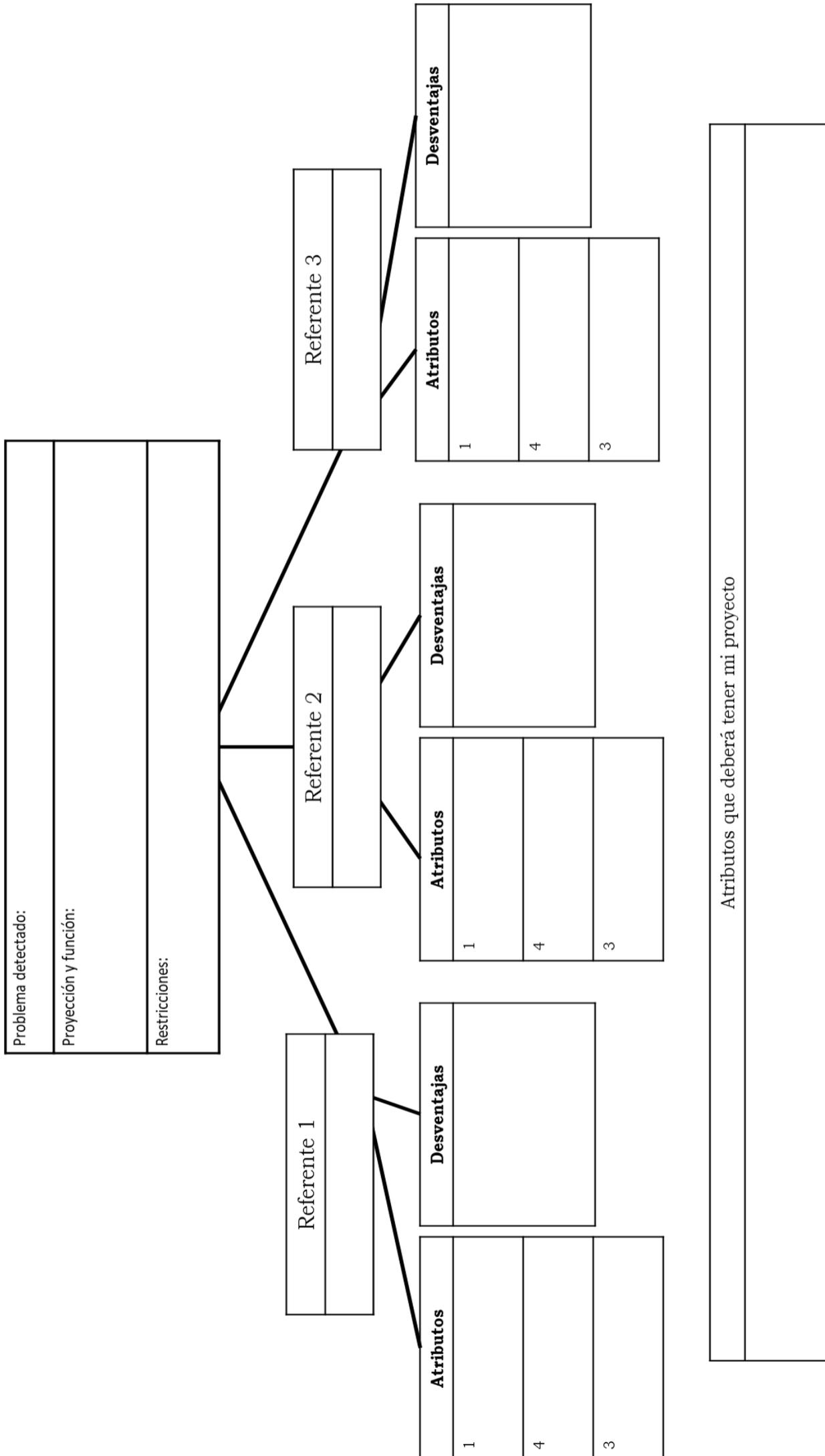
El siguiente ejemplo está en una tabla, se presenta así para entender como se organiza y complementa la información, **pero recuerde que usted deberá hacer un mapa conceptual**. El formato sugerido para el mapa conceptual se entrega en la siguiente página en el “Cierre”.

<b>Problema</b>	Falta de transporte publico en la comuna de Puente Alto
<b>Referente 1</b>	<p>Proyecto BiCycle, son bicis publicas que uno puede usar para moverse por la ciudad. Para usarlas hay que tener una cuenta y descargar una app.</p> 
<b>Atributos del referente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bicis “gratis” (hay que pagar suscripción)</li> <li>-Permite moverse fácilmente por la ciudad</li> <li>-Es un transporte ecológico</li> </ul>
<b>Atributos para mi proyecto</b>	Mi proyecto deberá ser ecológico y gratuito

## Ejemplo formato Mapa Conceptual de Referentes

-A continuación, se presenta un formato sugerido para crear el “Mapa de Referentes”. Este mapa puede variarlo en su forma, lo importante es que esté el contenido solicitado en él.

-Puede realizarlo en el formato que más le acomode, es decir puede ser digital como en un PowerPoint o Word, pero también lo puede hacer a mano en una hoja oficio, cuadernillo, block o croquera.



## Dándole forma a mi propuesta.

En este momento ya sabemos más o menos qué será nuestra propuesta o por lo menos hacia donde apuntamos. Por lo que ahora deberíamos comenzar a pensar y diseñar cómo será su funcionamiento.

### INTRODUCCIÓN MODELO DE NEGOCIOS:

-Toda organización y servicio tiene una estructura que la hace funcionar. Toda actividad u organización, ya sea con fines de lucro, es decir que su principal objetivo sea generar beneficio económico, o sin fines de lucro, es decir cuyo principal objetivo es obtener beneficios sociales, educativos, medioambientales, etc. Debe estructurarse y organizarse de alguna manera.

A continuación trabajaremos el cómo poder organizar y estructurar los servicios que nos encontramos desarrollando en este proyecto. **Y esto lo haremos estudiando el concepto de Modelo de Negocios.**

La **Planificación** es una herramienta de acción para **decidir que vamos hacer y porqué**, supone crear un plan. Crear un plan tiene muchos beneficios pero sobre todo clarifica muchas dudas acerca del trabajo a realizar: **Define necesidad de recursos para conseguir objetivos.**

Planificación, ¿Qué es y para qué sirve?  
networking.net

En la primera parte de esta guía de trabajo se buscaron y analizaron 3 referentes, los cuales ayudarían a entender y comenzar a imaginar la forma que tomaría nuestro proyecto. Ahora desarrollaremos un concepto llamado **“Modelo de Negocios”**, mediante el cual al igual que un rompecabezas, irá armando por partes la imagen completa de nuestro proyecto.

Seguramente alguien ya ha escuchado antes este concepto, sin embargo, es importante establecer una definición común para la asignatura.

Un modelo de negocio es **la planificación** que realiza una empresa respecto a cómo funcionará la actividad que desea realizar, ya sea vender y distribuir comida o preservar el medio ambiente. Toda actividad debe ser organizada, preparada y planificada para que efectivamente funcione de forma correcta y como se desea.

Por lo tanto, Modelo de Negocios: ***Es el plan que define qué se va a ofrecer al mercado, cómo se va a hacer, quién va a ser el público objetivo, cómo se va a vender el producto o servicio y cuál será el método para generar ingresos.***

Lo más importante antes de comenzar a desarrollar un modelo de negocios, es preguntarnos **¿Qué queremos ofrecer?, ¿En qué consiste nuestra propuesta? Y ¿Qué beneficios traerá a nuestro público objetivo o usuarios?**

Una vez definidas esas tres preguntas claves, podemos comenzar. Si se recuerda, al finalizar el análisis de referentes anotamos **“atributos que debiese tener mi proyecto”** por lo tanto ya tenemos al menos una idea de lo que queremos hacer u ofrecer.

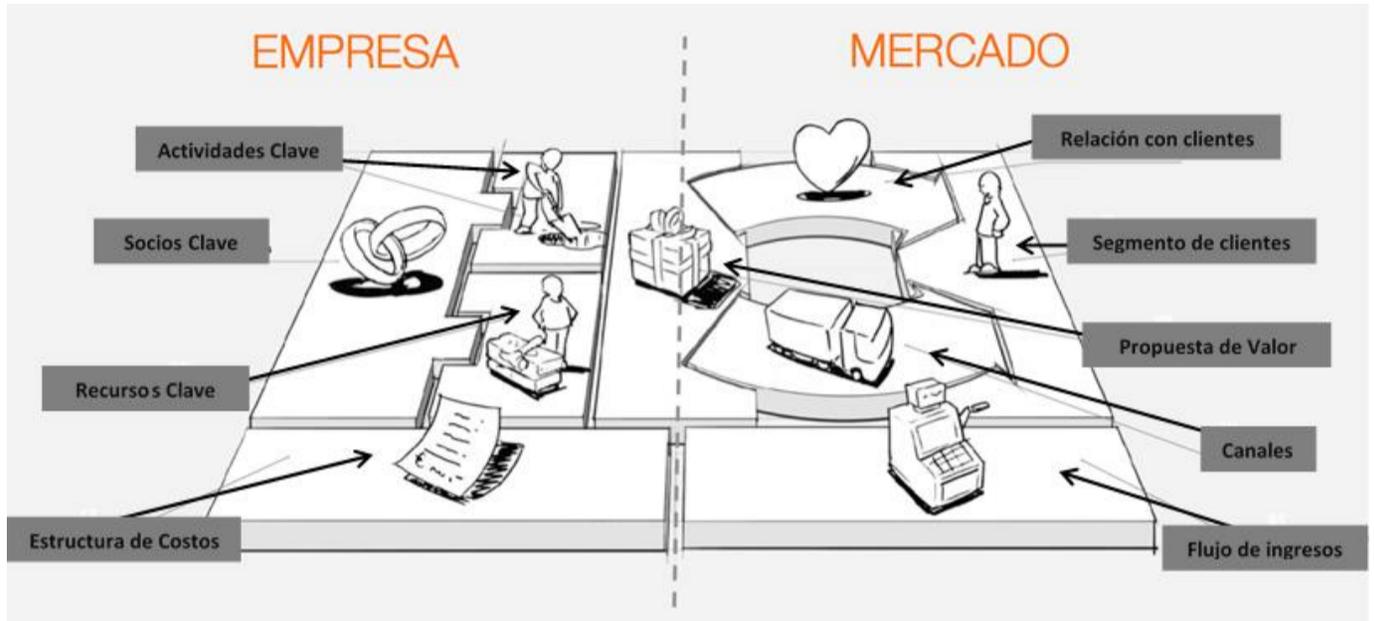
*Responde a modo de reflexión las siguientes tres preguntas:*

¿Qué quiero ofrecer con mi propuesta?
¿Qué beneficios traerá a mis usuarios?
¿En qué consiste mi propuesta?

### III. Modelo de Negocios Canvas.

- 1) Existen muchas formas de elaborar y diseñar un modelo de negocios. Algunas siguen un método tradicional basado en informes, otros son más flexibles. Nosotros trabajaremos una metodología que se basa en desarrollos gráficos y definiciones conceptuales breves.

Este modelo funciona como un ecosistema, en donde 9 puntos se van relacionando entre sí para terminar conformando lo que será a grandes rasgos el servicio que usted diseñará.



Como dijimos en un comienzo, esta planificación se organiza casi como un puzzle o rompecabezas. En la imagen se ve dividido en 2 partes, “empresa” y “mercado”. Empresa lo entenderemos como una organización interna, donde generalmente están más involucrados los trabajadores del servicio, y el Mercado como la organización externa, es decir lo que ven y perciben nuestro público objetivo o usuarios.

**A continuación se definirá cada uno de estos 9 puntos:**

#### 1) Segmento de Clientes:

¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes? Esto lo podemos clasificar por ejemplo como *mercado de masas*, *mercado de nicho*, *segmentado*, *diversificado*, etc. Y a la vez especificar en sexo, rango etario y gustos. **Nosotros ya debiésemos tener claro este punto, por ejemplo “Mujeres futbolistas de 15 a 30 años”, “Estudiantes de enseñanza media”, “Gamers mayores de 25 años”, etc**

#### 2) Propuesta de Valor:

Básicamente qué producto o servicio se ofrecerá, preguntándose ¿qué valor (beneficio) entregamos al cliente?, ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver?, ¿qué ofreceremos a cada segmento de cliente?

La propuesta de valor se debe diferenciar de productos similares y de la competencia. Esto se puede hacer desde el rendimiento, la personalización, el diseño, el valor y estatus, etc. **Las tres preguntas iniciales ayudarán a contestar este punto.**

#### 3) Canales de distribución y comunicaciones

Como llega el producto hacia cada cliente. Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la **comunicación, la distribución y los puntos de venta**. Además, se puede dividir en tres nuevas etapas: **Compra**: ¿cómo permitimos a nuestros clientes comprar productos y servicios específicos? **Entrega**: ¿cómo llevamos la propuesta de valor a nuestros clientes? **Post-venta**: ¿cómo proporcionamos soporte postventa?

#### 4) Relación con clientes:

¿Qué tipo de relación se espera que se establezca y mantenga con cada uno de los segmentos de cliente? **Ejemplos**: *asistencia personal*, *asistencia personal dedicada*, *autoservicio*, *comunidades y redes sociales*, *tarjeta de socios y descuentos*, etc.

#### 5) Flujo de Ingresos

Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes. Qué hará obtener dinero y de qué forma. Es decir, de qué forma se obtendrán ingresos. Muchas empresas para organizar este punto crean líneas de productos o distintos planes de servicio (plan básico, plan normal, plan Premium). Lo podemos entender también como el valor o precio de lo que ofrecemos, o si se obtendrá dinero por campañas y donaciones, etc.

## 6) Recursos Clave

Corresponde a los elementos necesarios para ofrecer y entregar los puntos descritos anteriormente. Qué se necesita para que el servicio funcione. Los recursos pueden ser físicos como tiendas o canchas, humanos o técnicos, especialistas o alguno de los elementos ya mencionados como los canales de distribución o la relación con los clientes. Como las redes sociales o una app específica.

## 7) Actividades Clave

La realización de qué actividades harán que el servicio funcione correctamente. Por ejemplo, el despacho de la comida, la promoción, la creación de algún contenido, etc. **Una actividad clave siempre es una acción.**

## 8) Socios Clave

Otras empresas, personas o marcas que serán claves en el funcionamiento del negocio y que ayudan al funcionamiento del servicio. Supermercado líder necesita de productos alimenticios para vender y los productos necesitan un lugar donde ser vendidos. También puede ser proveedores, fabricas, otra empresa como Rappi es socio clave de muchos restaurantes.

## 9) Estructura de Costos

Básicamente es en qué se usará el dinero que ingresa. Desde pagar sueldos, arriendo de oficinas hasta invertir en publicidad, herramientas y maquinarias, etc.

Los costos los podemos dividir en dos grandes grupos: Costos fijos y Costos variables

**Costos fijos:** Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. Por ejemplo, arriendo y cuentas.

**Costos variables:** Son aquellos costos que varían de acuerdo con la producción que se desarrolla en una empresa. Por ejemplo, contratar más personal un mes que otro, compra de embalajes, materias primas, etc.

**A continuación, un ejemplo como el Modelo de Negocios como el que debemos realizar. Obsérvelo bien para entender cómo se estructura en conjunto cada punto de este modelo.**

**Se recomienda ver el ejemplo y releer los puntos anteriores:**



Por lo tanto, para concluir, lo que se deberá hacer más que nada es organizar mucha de la información que ya sabemos sobre nuestro propio proyecto, alguna que no tenemos irá surgiendo sola y otra tendremos que pensarla e ir tomando decisiones que finalmente serán las que darán forma a nuestro servicio en una manera mucho más concreta y cercana a la realidad.

## Actividad de trabajo.

Usando la plantilla de modelo de negocios que se encuentra al final de esta guía, desarrolle el modelo de negocios de su propuesta de servicio usando como base las conclusiones de su investigación cuantitativa (la encuesta) y el análisis de referentes que se trabajó al comienzo de esta guía.

-A continuación, se presenta un formato sugerido para crear el “Modelo de Negocios Canvas”.

-Este formato puede variarlo en sus dimensiones, lo importante es que esté el contenido solicitado en él.

-Puede realizarlo en el formato que más le acomode, es decir puede ser digital como en un PowerPoint o Word, pero también lo puede hacer a mano en una hoja oficio, cuadernillo, block o croquera.

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>
<p><b>Recursos clave</b> </p>		<p><b>Canales</b> </p>		
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>			<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>&lt;--10 cms--&gt;</p>	

Ejemplo de formato y medidas para quien lo desee hacer en Block ¼ de Mercurio

En el Classroom se compartió también un formato digital en PowerPoint para quien desee hacer el trabajo en computador, y en la página siguiente se deja un formato para quien desee hacer el trabajo impreso o en su cuaderno.

