

BACHILLERATO · PEB · UNIDAD 2

La idea de negocio y su entorno

Oportunidad, entorno, cliente, muestra y elección de la idea

2

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a…

- 🔍 Detectar necesidades y oportunidades a partir de la observación, la entrevista y los datos.
- 💡 Generar ideas con técnicas de creatividad y elegir una con una matriz de decisión.
- 🌐 Analizar el entorno de una idea con el PESTEL y las cinco fuerzas de Porter, y resumirlo en un DAFO.
- 🧑‍🤝‍🧑 Describir al cliente con un mapa de empatía, estimar el interés declarado con una muestra y un cuestionario digital y contrastarlo con una conducta de pago.
- 🎯 Redactar una propuesta de valor y comparar modelos de negocio.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Es octubre en el **CIFP Valdeluz**. Aldara ha aceptado probar la reposición programada, pero quiere saber una cosa más antes de comprometerse: si algún despacho contrataría y pagaría la reposición programada a un precio concreto. Itziar ha visitado diez despachos de la zona y seis han mostrado un interés verbal, pero todavía no hay ninguna evidencia de compra. Tiago ve en ello una señal de éxito; Nayara, una señal de que hay que seguir preguntando; Celso, una pregunta sin respuesta. Tú, mientras tanto, tienes que pasar de tres ideas vagas a una idea elegida con datos. Al terminar la unidad podrás decidir cuál merece tu tiempo y explicar por qué.

❓ Piensa en una necesidad que tengas cerca y que nadie cubra bien. ¿Cómo comprobarías que no eres la única persona que la tiene?

❓ Seis de cada diez personas dicen que un servicio «les interesa». ¿Cuántas crees que lo pagarían? ¿Cómo lo averiguarías?

❓ ¿Qué cosas de fuera de tu empresa, como las leyes, la economía o la tecnología, pueden hacer que una buena idea funcione o fracase?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

2.1 Creatividad y oportunidades de negocio

2.2 El entorno de la idea: PESTEL y cinco fuerzas de Porter

2.3 El cliente: mapa de empatía

2.4 Muestreo e investigación de mercados

2.5 DAFO, modelos de negocio y elección de la idea

Tres formas de detectar necesidades



Observación

Mirar qué hace la gente, sin datos identificativos.



Entrevista

Preguntar por los hechos: «¿qué hiciste la última vez?».



Datos

Dimensionan la necesidad; las entrevistas dicen las causas.

CLAVE

Una necesidad es oportunidad si **alguien puede pagarla**.

PESTEL: seis factores del entorno

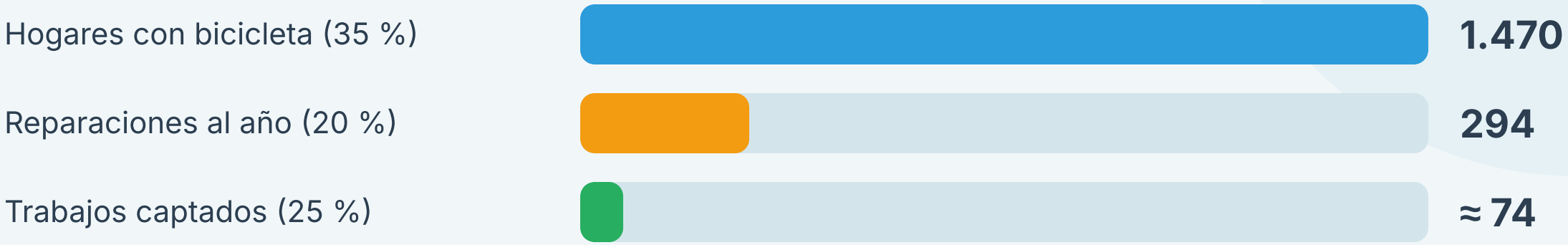
FACTOR	EJEMPLO	PREGUNTA
Político	Ayudas del ayuntamiento	¿Lo favorece o lo frena?
Económico	Renta, precios, intereses	¿Cuánto pueden gastar?
Social	Costumbres, edad	¿Quién lo quiere?
Tecnológico	Herramientas digitales	¿Qué permite o sustituye?
Ecológico	Residuos, energía	¿Qué impacto tiene?
Legal	Normas que obligan	¿Qué hay que cumplir?

CLAVE

Para cada factor, busca **un dato** y marca oportunidad o amenaza.

Un taller que ingresa 2.058 €

Gasto anual en reparaciones de un barrio de 4.200 hogares: ¿cuánto puede captar el taller?



Datos inventados del libro.

CLAVE

294 × 28 € = 8.232 € al año; el 25 % son **2.058 €**: no basta para un local.

Interés declarado y pago real



Lo que dicen

- 6 de 10 despachos dicen que les interesa
- 3 mencionan un precio
- Se pregunta y se responde fácilmente

VS



Lo que hacen

- 1 de 6 hace un adelanto simulado de 15 €
- 16,7 %, pero sin pago real
- La conducta es la evidencia

CLAVE

Interés no es pago: **cuenta la conducta**.

Matriz de decisión · tres ideas

CRITERIO (PESO)	A REPOSICIÓN	B KITS	C RECOGIDA
Necesidad real (30 %)	4	3	5
Se puede hacer con lo que hay (25 %)	4	5	2
Beneficio social y ambiental (20 %)	4	3	5
Ingresos posibles (25 %)	3	2	2
Puntuación	3,75	3,25	3,50

CLAVE

Los pesos se fijan **antes** de puntuar. Gana la A, pero la diferencia es pequeña.

La propuesta de valor en una frase

1 → 2 → 3 → 4 → 5

Ayudamos a...
un cliente concreto

que tiene...
un problema real

a conseguir...
un resultado

mediante...
lo que ofrecemos

a diferencia de...
la alternativa

CLAVE
Si no puedes completar la frase, **vuelve a las entrevistas**.

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

En una muestra aleatoria de 80 clientes, 52 dicen que sí. ¿Cuál es la proporción de «sí»?

A 52 %

B 65 %

C 80 %

✔️ 52 ÷ 80 = 65 %, con un margen de error orientativo de unos 10,5 puntos al 95 %.

REPASO

Ideas clave

- **Detectar oportunidades.** Necesidad y oportunidad, observación, entrevista y datos, creatividad y matriz de impacto y esfuerzo, fuentes de ideas: problemas, tendencias y recursos propios.
- **El entorno de la idea.** PESTEL, cinco fuerzas de porter, ventaja competitiva, factores externos que no controlas.
- **El cliente.** Persona cliente, mapa de empatía, segmentar: a quién sirves primero.
- **Investigación de mercados.** Población, muestra y muestreo, cuestionario digital y margen de error, fuentes secundarias y primarias.
- **Elegir la idea.** DAFO y modelos de negocio, matriz de decisión y propuesta de valor, pesos, sensibilidad y decisión justificada.

PARA TERMINAR

Para pensar

1 ¿Qué necesidad real has observado que alguien pagaría por cubrir? ¿Qué evidencia tienes, más allá del «me gusta»?

2 ¿Qué pregunta tendenciosa has hecho o te han hecho? ¿Cómo la reformularías para que preguntase por hechos?

3 ¿Qué pesos darías a los criterios de tu matriz y por qué los fijarías antes de puntuar?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**