

Rediseñar un negocio del barrio: el mismo local, otro modelo

Encargo de rediseño sobre un negocio real y cercano: mapear su modelo actual, detectar qué bloque es su punto débil y proponer tres modelos alternativos plausibles, presentados en una lámina que el propio dueño podría entender sin explicación.

DURACIÓN

2 sesiones de 55 min · diagnóstico + diseño

AGRUPACIÓN

grupos pequeños (3-4)

UNIDAD 5

Diseño creativo de modelos de negocio

MATERIALES

- Plantilla de Business Model Canvas impresa en A3, dos por grupo
- Notas adhesivas de tres colores
- Cartulina o herramienta de diseño para la lámina final
- Fotografías del negocio, tomadas previamente

ENCAJE CURRICULAR · Saberes C.2, C.3, C.4 · Comp. específicas CE3 · Comp. clave CE, CCEC, CCL, CPSAA

Planteamiento

Las técnicas de creatividad se practican casi siempre sobre casos lejanos: una app, una startup, una empresa de otro país. El problema es que sobre un caso lejano cualquier idea parece buena, porque nadie puede comprobarla.

Aquí el caso es de la esquina de abajo. Vuestro grupo elige **un negocio real del barrio** —una papelería, una peluquería, un bar, un taller, una tienda de ropa— y le hace lo que se le hace a un cliente de verdad: primero entender cómo funciona, después señalar dónde duele y solo entonces proponer.

El orden importa. Proponer antes de entender es lo que hace que el 90 % de las ideas de aula no sirvan para nada.

Objetivos didácticos

- Reconstruir el modelo de negocio de una empresa real a partir de observación directa.
- Diagnosticar qué bloque del canvas concentra la debilidad del modelo.
- Generar alternativas con técnicas de creatividad estructurada, no por ocurrencia.
- Presentar una propuesta a un destinatario no experto.

Pasos

Sesión 1 — Entender y diagnosticar (55 min)

- 1. Elección y observación previa (fuera del aula).** Cada grupo elige su negocio, lo fotografía, anota horarios, precios aproximados y tipo de clientela, y si es posible habla cinco minutos con quien atiende.
- 2. Canvas actual (25 min).** Rellenad la plantilla con el modelo **tal como es hoy**. Está prohibido escribir aquí lo que debería ser: ese es el error más común de esta actividad.
- 3. El bloque que duele (15 min).** Señalad **un solo bloque** como punto débil principal y justificadlo en tres líneas con lo que habéis observado. ¿Pocos segmentos de cliente? ¿Una propuesta de valor que

no se distingue de la del local de enfrente? ¿Costes fijos desproporcionados para las horas muertas?

4. Divergencia guiada (15 min). Aplicad SCAMPER **solo al bloque señalado**. Quince minutos generando, sin juzgar nada.

Sesión 2 — Proponer y presentar (55 min)

- 1. Tres modelos (25 min).** Quedaos con tres alternativas y describid cada una en un canvas abreviado: qué cambia, qué arrastra ese cambio y qué se mantiene igual.
- 2. La lámina (20 min).** Una sola lámina con el modelo actual, el bloque señalado y las tres propuestas. Regla dura: **tiene que entenderse sin que vosotros la expliquéis**, porque el destinatario es el dueño del negocio, no el profesor.
- 3. Exposición (10 min).** Dos minutos por grupo. Solo el diagnóstico y la propuesta que más defenderíais.

Preguntas de análisis

- ¿Qué bloque señalasteis y qué evidencia observada os llevó ahí? ¿Fue una observación o una suposición?
- Cambiar un bloque arrastra otros. Para vuestra propuesta favorita, nombrad **dos bloques que también tendrían que moverse**.
- ¿Cuál de vuestras tres propuestas es la más fácil de probar la semana que viene con poco dinero? Esa, y no la más brillante, suele ser la buena.
- ¿Qué le diría el dueño a vuestra propuesta? Anticipad su objeción más razonable y respondedla.
- Una de las tres ideas seguramente ya se le ocurrió a él y la descartó. ¿Cuál y por qué motivo?

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Canvas actual	Reconstruye el modelo real con observación, sin idealizarlo	30 %
Diagnóstico	Señala un bloque y lo justifica con evidencia	25 %
Propuestas	Tres alternativas plausibles, con sus arrastres identificados	25 %
Lámina	Se entiende sin explicación oral y está dirigida al destinatario	20 %

Variantes y extensiones

- **Con apoyo:** dar el canvas actual ya rellenado de un negocio conocido por todos y trabajar solo del paso 3 en adelante.
- **Con entrevista real:** concertar diez minutos con la persona que regenta el negocio y validar el canvas con ella antes de proponer. Cambia por completo la calidad del diagnóstico.
- **Para quien va sobrado:** estimar el impacto de la propuesta favorita sobre ingresos y costes, aunque sea con supuestos gruesos y declarados.
- **De cara a la prueba:** los enunciados de creatividad e innovación suelen pedir aplicar una técnica concreta a un caso dado. Haberla aplicado sobre un negocio real hace que la respuesta salga con ejemplos propios, que es lo que distingue una nota alta.