CREACIÓN DE VALOR EN LA INICIATIVA EMPRESARIAL INTELIGENTE

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ
ΙΚΥ

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Por qué estamos hoy aquí / Excepciones

- Incluso la visión empresarial en movimiento suele ir seguida de incertidumbre y escepticismo, o de un fuerte sentimiento emocional. La necesidad de una revisión y evaluación crítica y constructiva de la idea es el siguiente paso para crear y fundamentar un valor del negocio.
- El pensamiento crítico es el factor crucial para las innovaciones y se considera uno de los tipos de capital más significativos para obtener una ventaja competitiva sostenible y su importancia crece últimamente más que nunca.
- La creciente demanda de fomentar la creatividad para mejorar la creación de valor se ha convertido en una cuestión mundial. El pensamiento creativo es fundamental para la innovación que conduce a la creación de valor.
- La importancia de conocer el proceso de creación de valor, incluyendo los modelos de creación de valor para aprender las formas estructuradas del desarrollo de estrategias empresariales para aprovechar al máximo las ideas generadas de valor.
- Hay que tener en cuenta el valor de la asociación cuando hay que juzgar las ideas en función del valor que aportan desde la perspectiva de las empresas y los clientes.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

parte teórica

Lista de temas
(como en el programa de estudios/parte teórica)

- Pensamiento crítico en la empresa
- Pensamiento creativo en la empresa
- Pensamiento de diseño
- Socios para la creación de valor
- Tendencias básicas para la creación de valor
- Principales actividades de creación de valor:

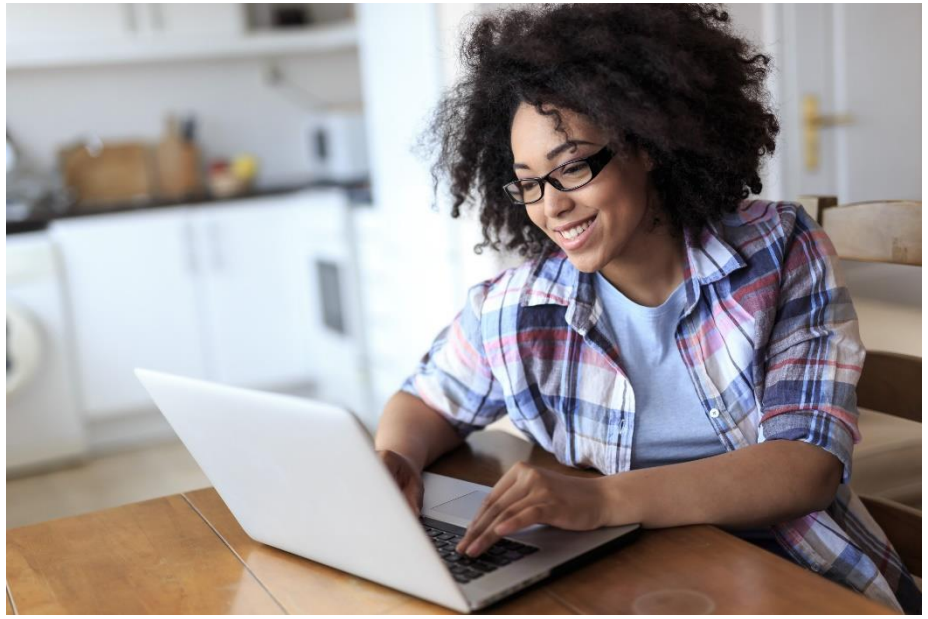
Modelo de rueda de creación de valor; modelo de bucle de creación de valor.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

parte teórica

Puntos de aprendizaje
(como en el programa de estudios/parte teórica)

- Utilizar el pensamiento crítico y creativo en el emprendimiento inteligente;
- Modelar/formular la creación de valor de una idea empresarial innovadora;
- Seleccionar las principales actividades de creación de valor para implementar una idea de negocio inteligente y sostenible.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

parte teórica

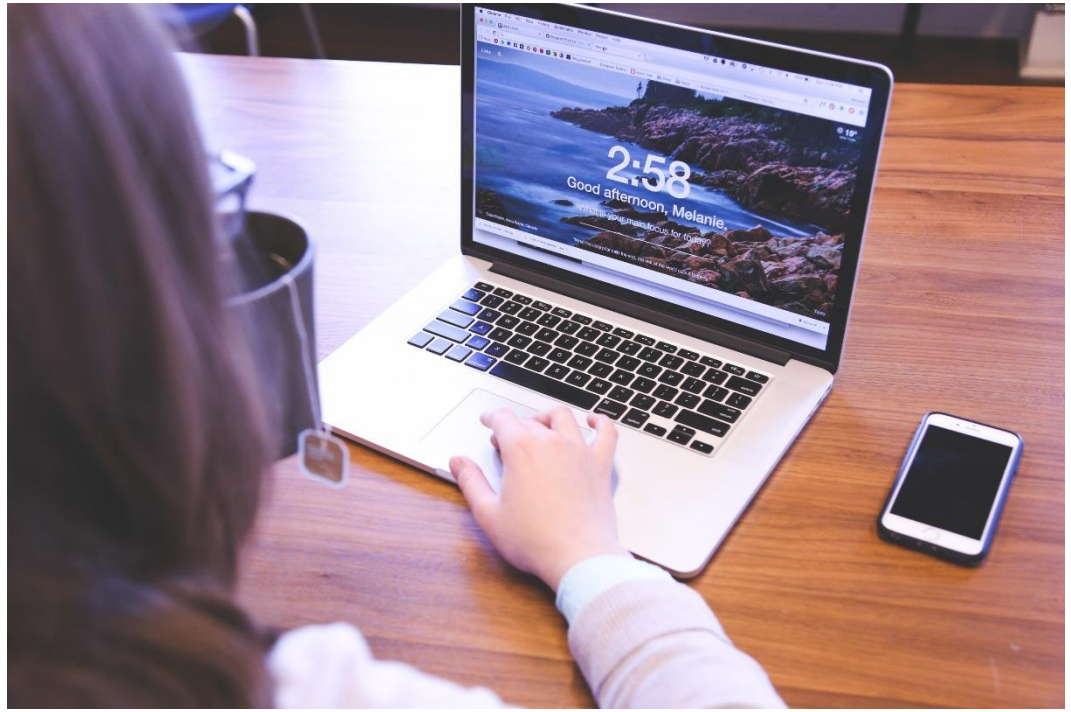
Principales actividades / estructura de la sesión (teórica, práctica,...)

- Presentación de la parte teórica, reflejando los principales aspectos de la teoría sobre las competencias y los modelos de creación de valor - 20 min.
- Respuestas a las preguntas-10 min.
- Actividad 1: Mi visión empresarial: investigación crítica- 30 min.
- Actividad 2: Proyecto en equipo "Enumeración de ideas creativas" - 60 min. en el taller, continuando con el trabajo en casa.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Qué se espera que produzca
(lista de resultados concretos)

- Haga una lista de argumentos verificados de su visión de negocio para estar claro de los temores y suposiciones.
- Hacer un modelo concreto de creación de valor de una idea de negocio sostenible.
- Hacer una selección de las principales actividades de creación de valor para poner en marcha una idea de negocio.



ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Resumen de la parte teórica

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Las características del pensador crítico ideal

https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02621711011046521/full/html

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Clasificaciones del comportamiento del pensamiento crítico

El pensamiento crítico es la capacidad
- para identificar los hechos relevantes,
- para identificar y analizar las opciones,
- y llegar a una decisión final adecuada.

Identificación del problema → Recogida de información → Exploración de opciones → Llegar a una decisión final

https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/26470/jeb-subir-critical.pdf?sequence=1

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Pensamiento crítico

Requiere intelecto, conocimiento, tiempo y práctica

Examina los supuestos, identifica los valores ocultos, evalúa las pruebas y valora las conclusiones

Incluye la capacidad de investigar un problema, una pregunta o una situación e integra toda la información disponible para llegar a una decisión o probar una hipótesis

Se trata de la sensación de libertad de pensar por uno mismo, independiente y consciente. Puramente individual, intransferible.

Se basa en argumentos razonables. Los buenos argumentos admiten que puede haber contraargumentos, puntos de vista diferentes.

Es pensar en sociedad. Las ideas se verifican y perfeccionan a medida que las compartimos con los demás.

Nota: La obtención de información es el punto de partida, no el objetivo del pensamiento crítico. La **capacidad de utilizar la información y la experiencia** adquirida es fundamental. El pensamiento crítico comienza con preguntas y problemas que hay que resolver. Se trata de la curiosidad, la capacidad de ver, percibir y resolver activamente los problemas.

Koukolík, 2013
https://czasopisma.ignatianum.edu.pl/pk/article/view/1794/1794

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Pensamiento creativo

El pensamiento creativo es fundamental para la innovación que conduce a la **creación de valor.**

El pensamiento creativo ayuda a implementar un nuevo conocimiento que apoya las prácticas de aprendizaje.

Hay muchas definiciones de creatividad, pero en el ámbito empresarial **se refiere a la búsqueda de ideas sobre los problemas.**

Cualquier persona que quiera promover los intereses de su organización tiene que ser capaz de pensar de forma creativa.

Sulaiman, Ibrahim & Hashim, Che & Sariah, Sharifah & Hassan, Syed & Burhan, Mohd.

Procter, T.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Pensamiento de diseño

- ***El pensamiento de diseño*** es un proceso sistemático de ***innovación creativa***. Se ha utilizado para resolver problemas y crear innovaciones a través de productos y servicios, consta de 3 componentes principales:

1) *Comprender el problema*: este proceso requiere tiempo para comprender el problema en profundidad, lo que desempeña un papel importante a la hora de determinar la dirección para resolver el problema.
2) *Pensar con originalidad*: generar ideas y evaluar la posibilidad,
3) *aprender a través de experimentos* creando prototipos para comunicar y generar conceptos claros.

http://www.ijtef.org/vol12/689-L1013.pdf

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Pensamiento de diseño

Nota: El proceso de pensamiento de diseño debe actuarse repetidamente hasta conseguir la mejor innovación antes de ponerla en práctica.

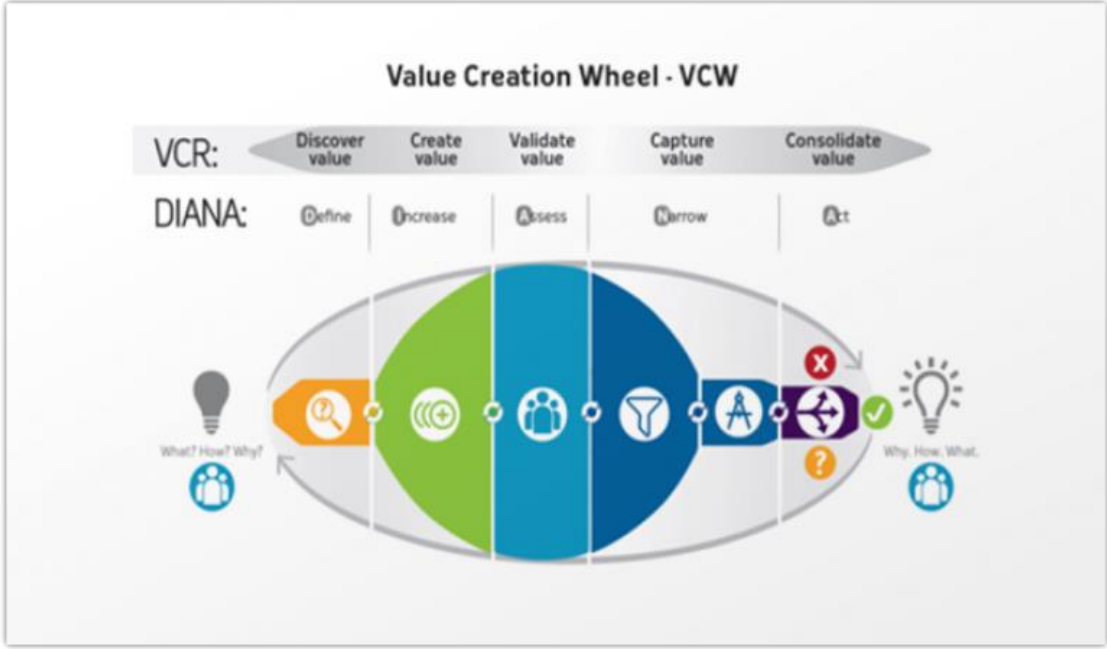
http://www.ijtef.org/vol12/689-L1013.pdf

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Rueda de creación de valor

La ***Rueda de la Creación de Valor*** **(**VCW) ayuda a identificar, analizar y resolver los problemas proporcionando un proceso dinámico paso a paso para crear valor para la sociedad y para todas las partes implicadas en la cadena de valor (por ejemplo, clientes, empleados, proveedores, distribuidores, inversores y accionistas).

VCW presenta un enfoque dinámico que ayuda a generar y seleccionar ideas, pasar de un reto abstracto a una propuesta de valor enfocada con un claro punto de venta único (USP), y generar modelos de negocio personalizados.

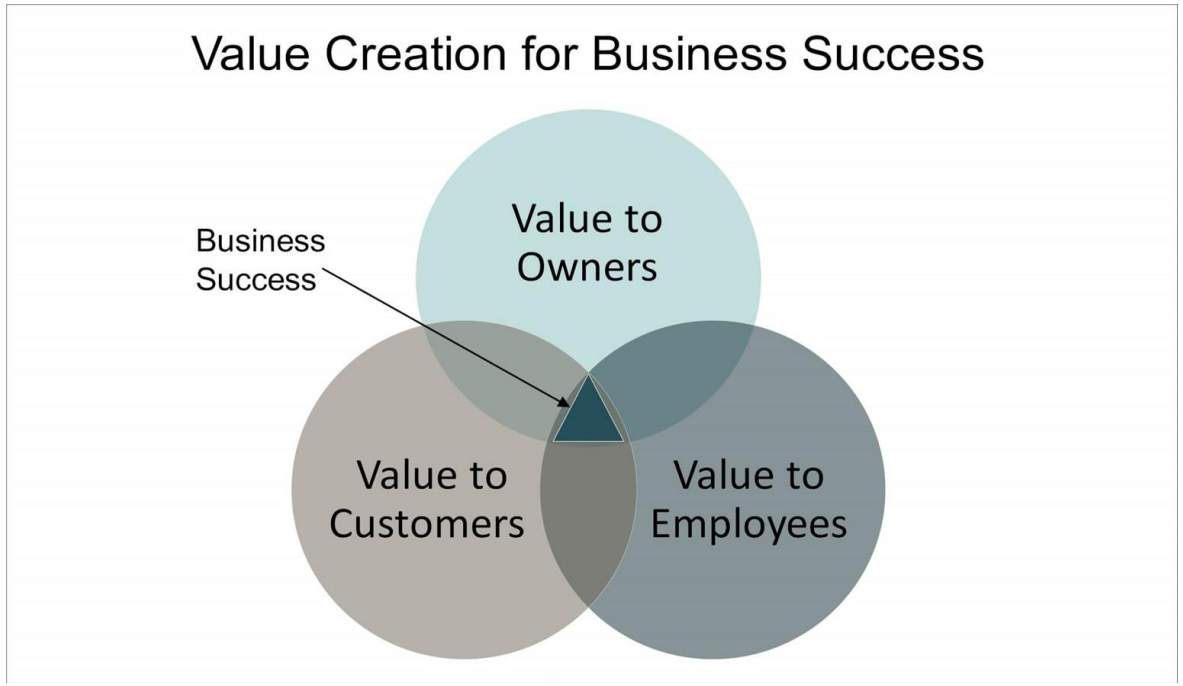


Lages, Luis Filipe (2016)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Asociación para la creación de valor

- Una acción crítica es incorporar las opiniones de las partes interesadas internas y externas sobre las soluciones, los filtros, las decisiones clave, la viabilidad del negocio, la viabilidad del producto, la conveniencia del cliente y las fuerzas del entorno.
- Las personas que contribuyen a la rueda de creación de valor deben ir desde los usuarios principales hasta los rezagados.



(Jahanmir y Lages, 2015; Jahanmir y Lages, 2016).

https://cfoperspective.com/how-does-value-creation-lead-to-business-success/

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Rueda de creación de valor

Fase	Acciones
Descubrir el valor (Definir/Tomar)	Los responsables de la toma de decisiones presentan un diagnóstico y el reto/problema.
Crear valor (aumentar/inducir)	Las partes interesadas generan numerosas ideas y criterios/filtros para resolver el reto.
Validar el valor (evaluar/analizar)	Los KDM seleccionan las ideas, seleccionan y clasifican los criterios/filtros para resolver el reto.
Valor de captura (estrecho/redondo)	Las ideas seleccionadas pasan por un embudo de filtros jerarquizados hasta encontrar la(s) solución(es) final(es), que luego se conceptualizará(n) y/o prototipará(n).
Consolidar el valor (actuar/operar)	Los KDMs validan las 3Ms (Manpower, Minute & Money) y el modelo de negocio, la implementación de la(s) solución(es) final(es), evalúan el rendimiento alcanzado, supervisan la ejecución y desarrollan un plan de sostenibilidad.

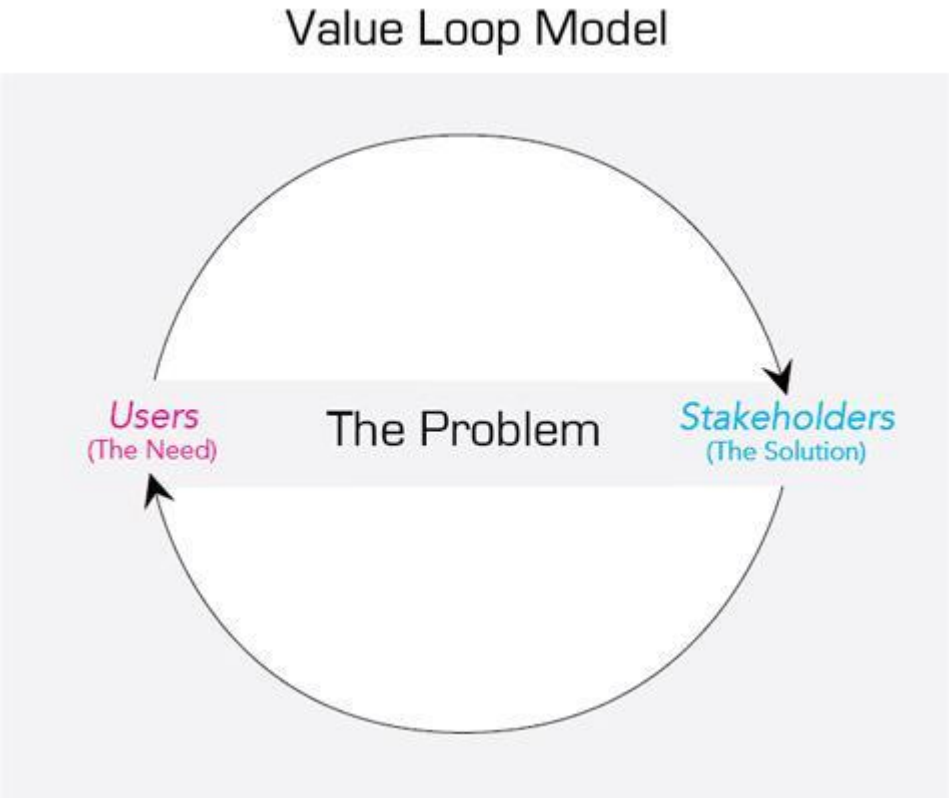
Nota: En cada fase de las actividades pueden participar diferentes partes interesadas.

https://run.unl.pt/bitstream/10362/82745/1/WP600.pdf

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El bucle de creación de valor

El ***Bucle de Creación de Valor*** **(**VCL) ayuda a identificar, analizar y resolver los problemas proporcionando un proceso dinámico paso a paso para crear valor para la sociedad y para todas las partes implicadas en la cadena de valor (por ejemplo, clientes, empleados, proveedores, distribuidores, inversores y accionistas).



Lages, Luis Filipe (2016), "VCW-Value Creation Wheel: Innovación, tecnología, empresa y sociedad", *Journal of Business Research*, 69(11)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Categorías de creación de valor de las actividades de prospectiva empresarial

Los autores proponen cinco categorías de creación de valor a partir de las actividades empresariales:

- supervivencia de la empresa que se enfrenta a un cambio disruptivo,
- crecimiento de la empresa,
- generación de ingresos adicionales,
- una ventaja competitiva y sostenida,
- aumento de los beneficios.

Rohrbeck, R.

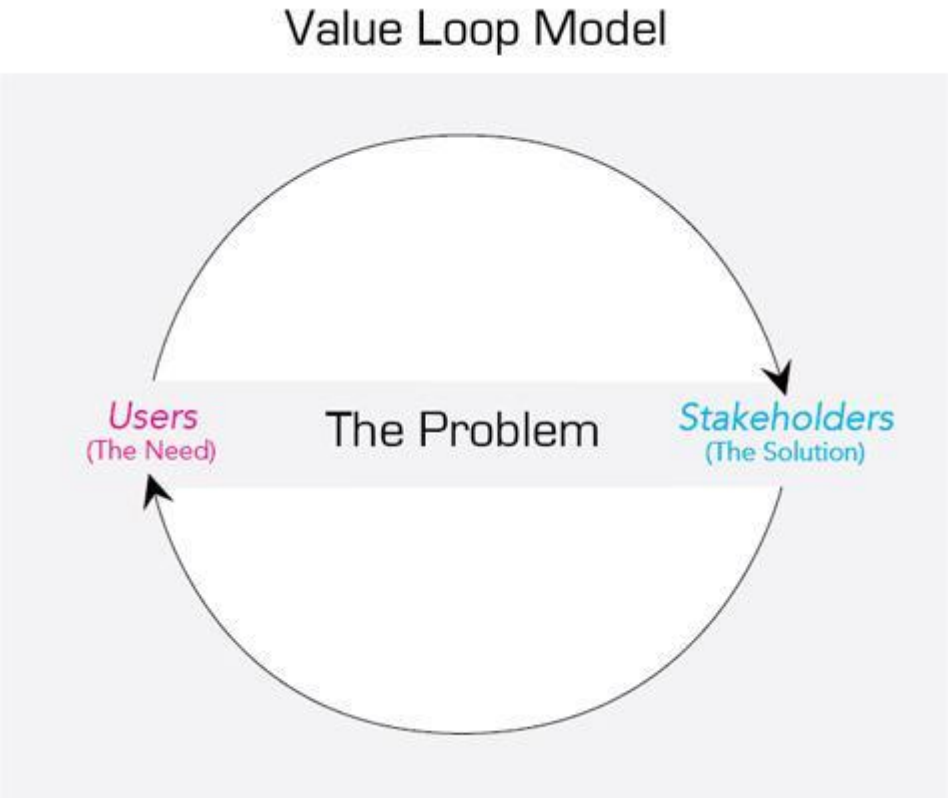
ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El bucle de creación de valor a partir de la previsión de la experiencia del usuario

Un ***bucle de valores*** es una simple ilustración que se esboza:

- el problema que está abordando;
- qué valor aportaría una solución a los usuarios;
- y qué valor recíproco devolvería el mercado a la organización que construye la solución.



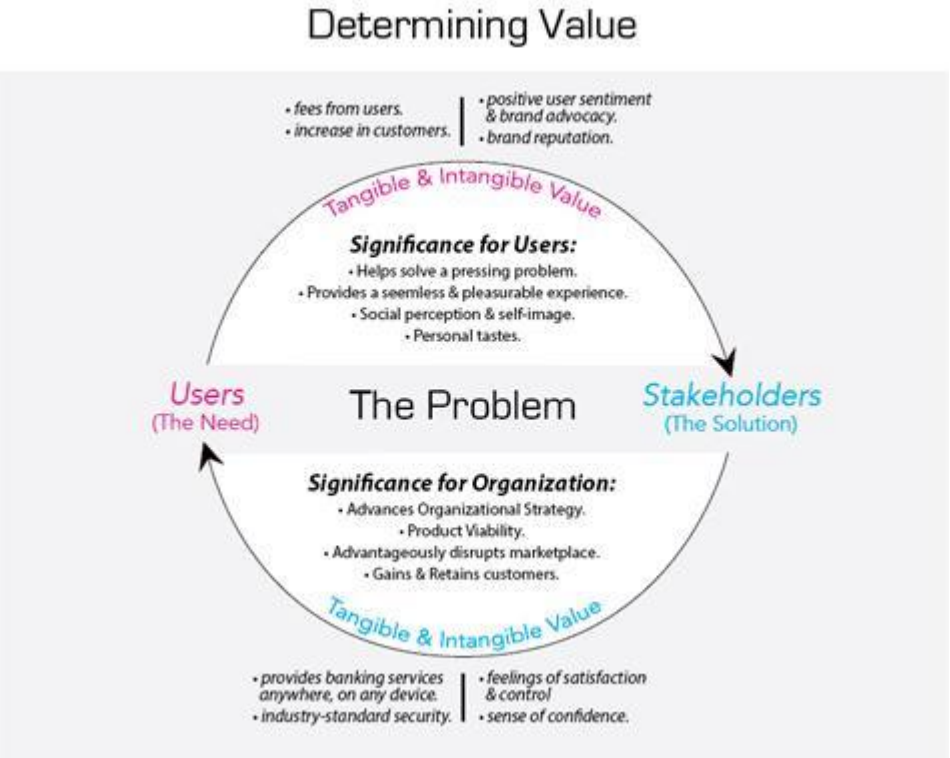
Servicio, D., 2016

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El bucle de creación de valor a partir de la previsión de la experiencia del usuario

El poder del proceso de diseño de la experiencia del usuario consiste en identificar un problema significativo que existe para los usuarios y determinar la importancia de resolver ese problema para las partes interesadas de su organización, y luego elaborar el valor que fluye desde la organización hasta los usuarios y viceversa.

Servicio, D., 2016



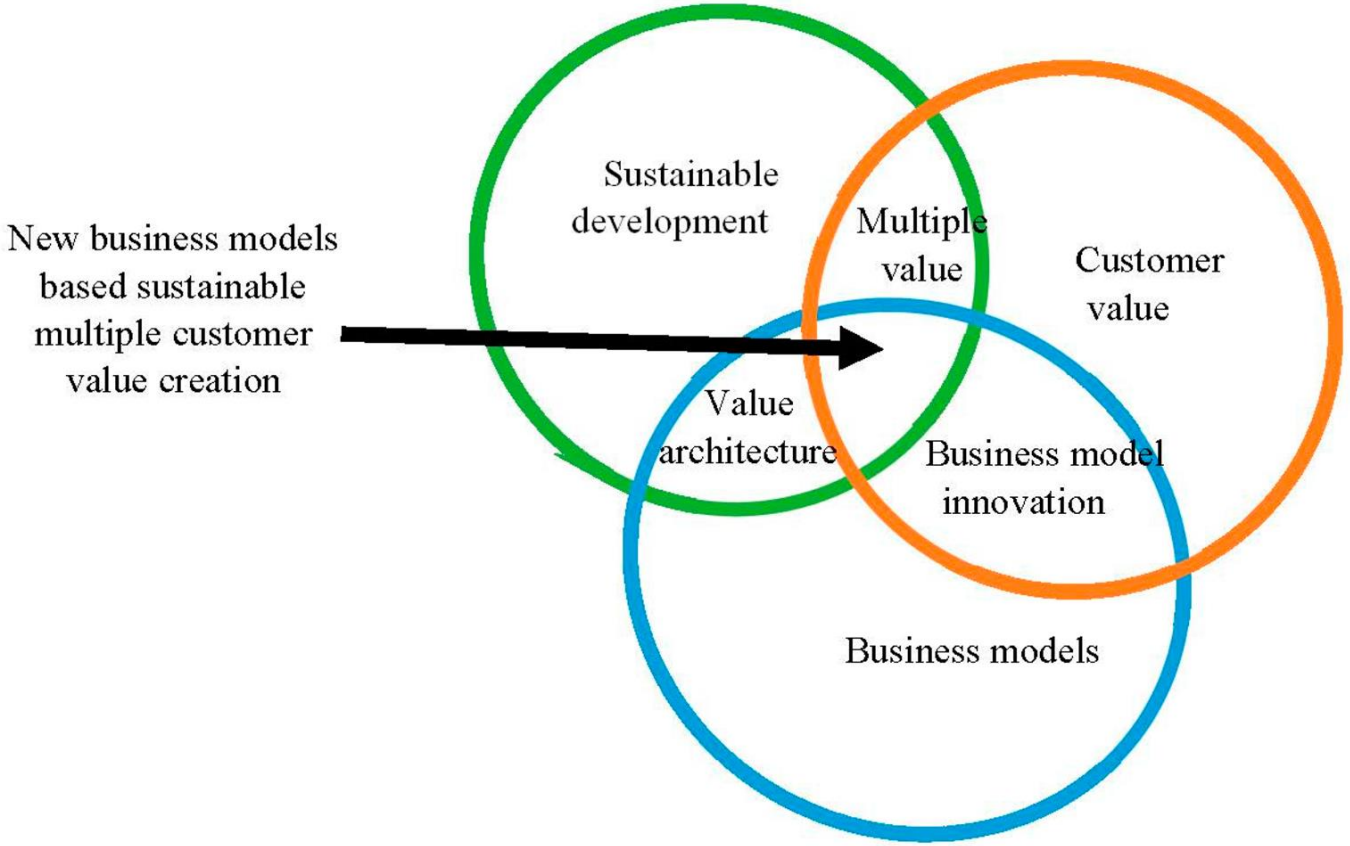
La determinación del valor depende de:

- Importancia;
- Valor para los usuarios;
- Valor para las partes interesadas de una organización.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

La formación de una red de valores

Nuevos modelos de negocio centrados en la creación sostenible de valor múltiple para el cliente desde una perspectiva más amplia.



https://www.mdpi.com/2071-1050/12/9/3932

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Creación de valor: las recomendaciones

Algunas recomendaciones generales sobre cómo aumentar el impacto de la creación de valor empresarial:

- Diseñar la actividad de prospectiva basándose en individuos comprometidos, haciendo especial hincapié en el uso de relaciones de intercambio mutuamente valiosas, como en la red de scouts, donde todas las partes se benefician de la actividad;
- Garantizar un alto nivel de comunicación y participación, como en el caso de la actividad de búsqueda de consumidores;
- Utilizar métodos que permitan modelar e interpretar el sistema de factores de influencia (como la técnica de escenarios), en lugar de basarse en métodos que se basan en la relación lineal causa-efecto;
- Experimente con métodos y procesos hasta encontrar una práctica que funcione en su empresa y tenga en cuenta los requisitos especiales de su contexto.

Rohrbeck, R.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Resumen de la parte práctica

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Lo que conseguiremos hoy

- Haremos la investigación de su visión empresarial creada en la sesión anterior. Aplicando las habilidades de pensamiento crítico, cuestionando los posibles problemas, identificando los argumentos y verificándolos por las autoridades.
- Practicaremos para utilizar el proceso de la Rueda de Creación de Valor para hacer un modelo del valor de su propia idea de negocio.
- Consideraremos el valor de la asociación para obtener una ventaja competitiva sostenible en el negocio.
- Haremos un esquema de las actividades clave que hay que llevar a cabo para ganar el valor del negocio.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Actividad 1: Mi visión empresarial: investigación crítica

- La tarea se realiza para aplicar las habilidades de pensamiento crítico. El objetivo es tener una visión empresarial más fundamentada investigando las posibles cuestiones de autocrítica.
- La tarea requiere del participante un trabajo de autoinvestigación individual continuado por las acciones de verificación de los demás.
- El resultado de esta actividad es una serie de argumentaciones que hay que confirmar o negar.
- Las conclusiones de la investigación se esperan al final de la actividad.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Actividad 2: Proyecto en equipo "Listado de ideas creativas"

- El proyecto de equipo se da como tarea para practicar el modelo de proceso de la Rueda de Creación de Valor para aclarar la visión empresarial.
- Se solicitará la formulación de los valores concretos de la idea de negocio seleccionada.
- El valor de las distintas asociaciones debe determinarse para obtener una ventaja competitiva sostenible en la empresa.
- Al final del trabajo del proyecto, se seleccionarán las actividades clave que se llevarán a cabo para obtener el valor de la empresa.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Actividad 2:

- **Descubrir el valor (**definir/aprovechar**):** Los responsables de la toma de decisiones presentan un diagnóstico y el reto/problema. Definen las 3M disponibles para el proyecto VCW (mano de obra, minutos y dinero) y establecen los indicadores clave de rendimiento (KPI de referencia y KPI deseados);
- **2-Crear valor (**aumentar/inducir**):** Las partes interesadas generan numerosas ideas y criterios/filtros para resolver el reto; los KDM también podrían generar ideas/filtros. No deben influir en las opiniones de los diferentes interesados. En esta fase, no hay ideas y criterios/filtros buenos/malos.
- **3-Validar el valor (**evaluar/analizar**):** Los KDM seleccionan ideas, eligen y clasifican los criterios/filtros para resolver el reto; se puede invitar a diferentes partes interesadas a la discusión.
- **4-Capturar el valor (**estrecho/redondo**):** Las ideas seleccionadas pasan por un embudo de filtros jerarquizados (o MCDA) hasta encontrar la(s) solución(es) final(es), que será(n) conceptualizada(s) y/o prototipada(s); los KDMs y/o diferentes partes interesadas podrían participar en la discusión.
- **5-Consolidar el valor (**Actuar/Operar**):** Los KDMs validan las 3Ms y el modelo de negocio, la implementación de la(s) solución(es) final(es), evalúan los KPIs alcanzados, monitorizan la ejecución y desarrollan un plan de sostenibilidad. En el debate pueden participar distintas partes interesadas.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Referencias

- Ayad, A. Pensamiento crítico y proceso empresarial. Journal of Management Development, 2010. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02621711011046521/full/html).
- Bandyopadhyay, S., Szostek, J. Thinking critically about critical thinking: La evaluación del pensamiento crítico de los estudiantes de empresariales utilizando múltiples medidas. - Journal of Education of Business. https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/26470/jeb-subir-critical.pdf?sequence=1
- Lages, Luis Filipe (2016), "VCW-Value Creation Wheel: Innovación, tecnología, empresa y sociedad", Journal of Business Research, 69(11).
- Proctor, T. Absolute Essentials of Creative Thinking and Problems Solving. Routledge, 2021. https://www.researchgate.net/profile/Tony-Proctor/publication/350108630_Absolute_Essentials_of_Creative_Thinking_and_Problem_Solving/links/60b8ac74458515218f862da1/Absolute-Essentials-of-Creative-Thinking-and-Problem-Solving.pdf
- Rohrbeck, R. Exploring in Value Creation from Corporate Foresight Activities. https://www.researchgate.net/profile/Rene-Rohrbeck/publication/224953517_Exploring_the_Value_Creation_from_Corporate-Foresight_Activities/links/59e12a250f7e9b97fbe2b715/Exploring-the-Value-Creation-from-Corporate-Foresight-Activities.pdf
- Service, D. ¿De dónde provienen las ideas más potentes? Value Loops and UX Design Strategy.- https://www.uxmatters.com/mt/archives/2016/11/where-do-killer-ideas-come-from-value-loops-and-ux-design-strategy.php
- Sulaiman, Ibrahim & Hashim, Che & Sariah, Sharifah & Hassan, Syed & Burhan, Mohd. (2015). Innovación del pensamiento creativo para la creación de valor. 2. 1-12. https://www.researchgate.net/publication/344470105_Innovativeness_of_Creative_Thinking_for_Value_Creation/citation/download
- Šimberová, I.; Kita, P. New Business Models Based on Multiple Value Creation for the Customer: Un estudio de caso en la industria química. *Sustainability* 2020, *12*, 3932. https://doi.org/10.3390/su12093932

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union