
Escuela de Innovación Socio Cultural

Modelos de Negocios En Las Industrias Creativas y Culturales



Sesión 2 del Módulo 2, del Diplomado de Innovación En Proyectos Creativos y Culturales

Creando Valor en las Industrias Creativas y Culturales

Sesión 2 del Segundo Módulo del Diplomado de Innovación en Proyectos Creativos y Culturales

La Sesión:

Para nuestro esquema de educación continuada, una sesión consiste en 8 horas de estudio, cinco sesiones conforman un módulo de capacitación (cuarenta horas) y tres módulos conforman un diplomado (ciento veinte horas). Esta sesión es la número dos del módulo dos que hace parte de nuestro diplomado de “Innovación en Proyectos Creativos y Culturales”. En esta sesión se estudian los modelos de negocio en las industrias creativas y culturales, la temática de estudio se divide de la siguiente manera:

- Identificación y validación de problemas
- Creación de propuestas de valor
- Análisis de Tipos de Modelo De Negocio Validados

Objetivo General:

Vamos tanto ha aprender a crear propuestas de valor para el mundo de las industrias creativas y culturales, tanto como analizar existentes.

Metas:

Quien tome esta sesión podrá:

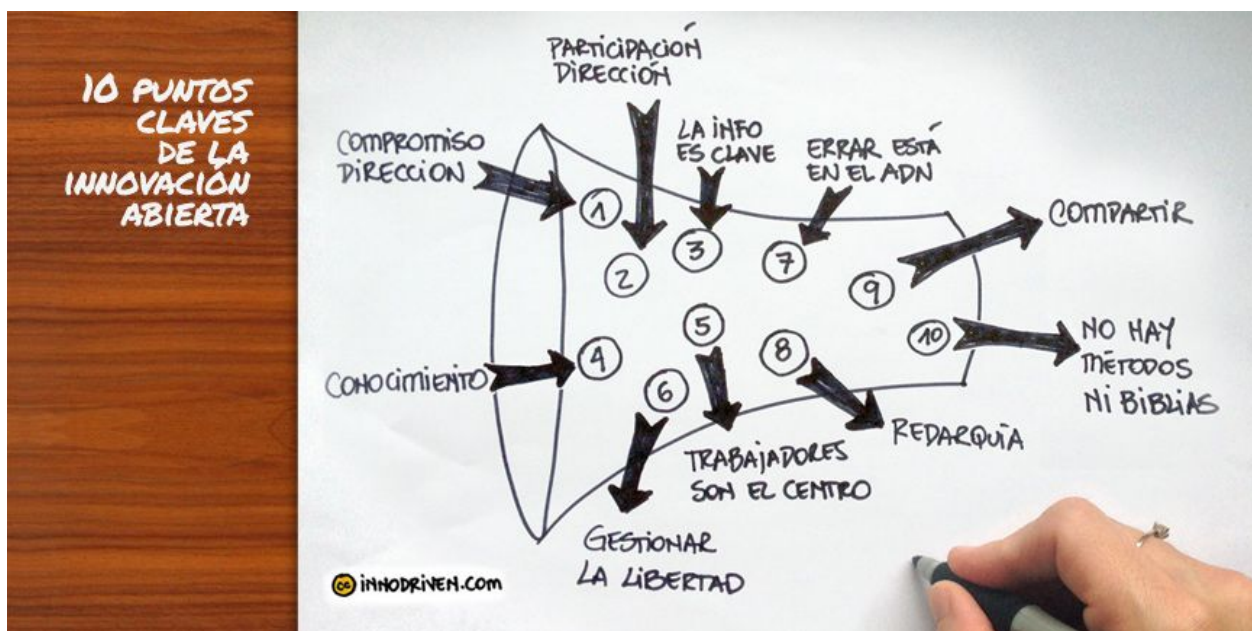
- Identificar y validar problemas en el mercado
- Entender las interacciones en un modelo de negocio
- Crear una propuesta de valor
- Crear un premisa para generación de un piloto efectivo

Metodología:

Vamos a trabajar con varias metodologías novedosas, estamos tratando de activar a las personas que forman los ecosistemas y a los entes que coordinan, por esta razón debemos acudir mecanismos con alto componente de innovación.

El Concepto de innovación Abierta

La innovación abierta (en inglés Open Innovation) es un término acuñado por el profesor Henry Chesbrough con el que se propone una nueva estrategia de innovación mediante la cual las empresas van más allá de sus límites y desarrollan la cooperación con organizaciones o profesionales externos. Esto significa combinar su conocimiento interno con el externo para sacar adelante los proyectos de estrategia y de I+D. En este contexto universidades y centros de investigación cobran especial relevancia dentro del ecosistema de agentes con los que se relaciona la organización. En cierto sentido



la innovación abierta incorpora inteligencia colectiva.

Tradicionalmente las compañías han gestionado la innovación de forma cerrada (innovación cerrada o closed innovation), sistema a través del cual los proyectos de investigación se gestionan exclusivamente con el conocimiento y los medios de la propia organización. Bajo este modelo clásico, los proyectos solo pueden empezar en el interior de los entes que la desarrollan y terminar en su propio mercado. Sin embargo, bajo el modelo de innovación

abierta, los proyectos pueden originarse tanto dentro como fuera de ellas, pueden incorporarse tanto al principio como en fases intermedias del proceso de innovación, y pueden alcanzar el mercado a través del mismo ente o a través de otros (licencia de patentes, transferencia de tecnología, etc).

Rutas de Aprendizaje:

Las rutas de aprendizaje son esquemas de trabajo basados en líneas de mentoría.



Todo proyecto es en el fondo un esquema de capacitación y aprendizaje, es muy importante establecer una “ruta única” y creada específicamente para el caso, de manera que quienes trabajan el proyecto tengan una guía clara, del conocimiento que hace falta para cumplir el objetivo y la forma como se va a conseguir.

El Modelo SEI

Este es un modelo de desarrollo basado en tres principios básicos llamados “pilares” que son:

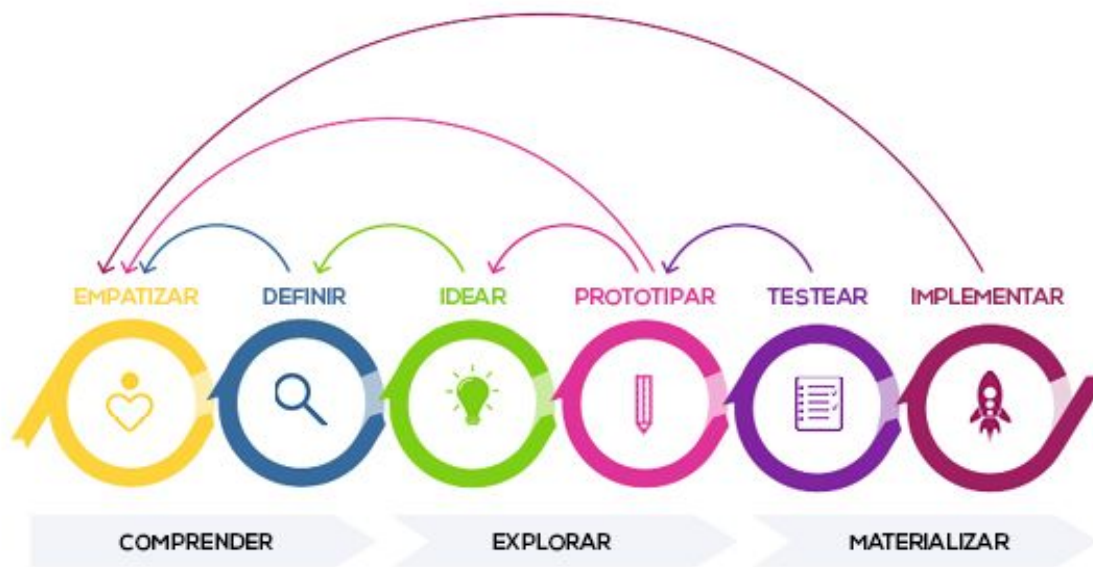
- Sostenibilidad.
- Emprendimiento.
- Innovación.

Además el modelo tiene tres ejes transversales a saber:

- Generación de Ecosistemas.
- Generación de Comunidades.
- Educación Integral.

Todos los proyectos que acometemos cumplen con este modelo, es la forma cómo garantizamos que más adelante todos se puedan conectar.

Pensamiento de Diseño



Pensamiento de diseño o “design thinking” se presenta como una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas, ofreciendo una lente a través de la cual se pueden observar los retos, detectar necesidades y, finalmente, solucionarlas. En otras palabras, el “design thinking” es un enfoque que se sirve de la sensibilidad del diseñador (visto como la persona que crea soluciones, no como una carrera) y su método de resolución de problemas para satisfacer las necesidades de las personas de una forma que sea tecnológicamente factible y comercialmente viable.

Adquirir conocimientos básicos sobre los usuarios del producto o solución, y sobre la situación o el problema que afrontan. Por lo tanto, pretende comprender al usuario.

Desarrollar empatía con los usuarios, mediante la observación de los mismos. Por lo tanto, es una metodología basada en observar al usuario.

Generar un usuario tipo para el cual se diseña la solución o producto, definiendo así el punto de vista a partir del cual se debe desarrollar el diseño.

Generar tantas ideas como sea posible. Por lo tanto, es necesario idear.

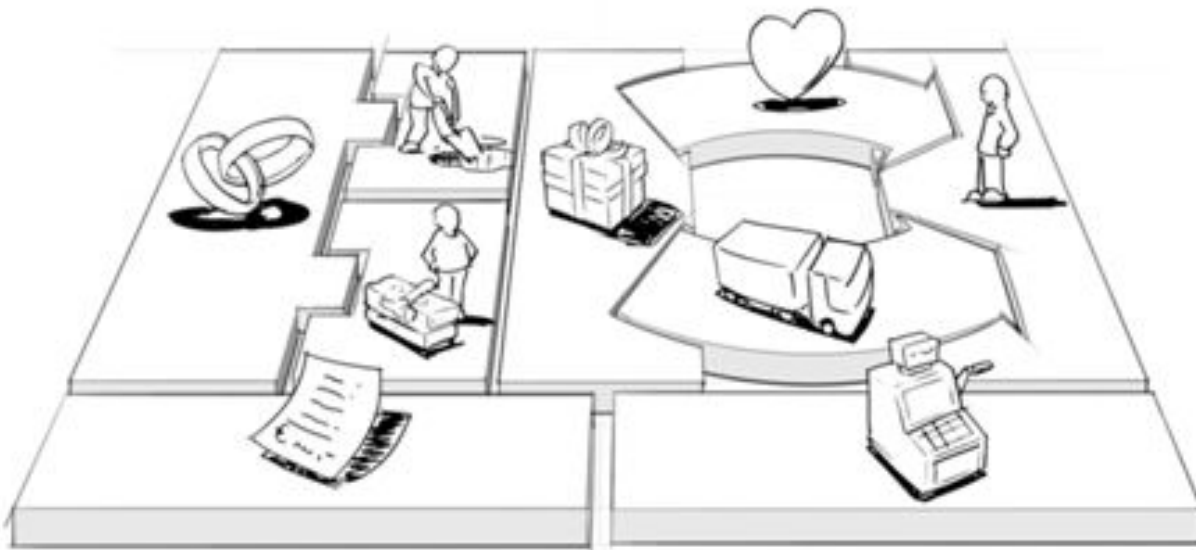
Construir prototipos de las ideas más prometedoras.

Aprender a partir de las reacciones de los usuarios al interactuar con el prototipo. Por tanto, es necesario dejar que prueben el producto mediante los prototipos desarrollados, y recabar información gracias a dicha interacción.

En resumen, el “design thinking” es una metodología de gran utilidad y que, cada vez más, es

usada por las organizaciones más innovadoras para desarrollar productos y soluciones exitosas gracias al conocimiento sobre los usuarios y a la formación de equipos multidisciplinares que ofrecen diversos puntos de vista durante el diseño de los mismos. Y es que, por definición, esta metodología lleva implícita la necesidad de observar a los usuarios con el objetivo de buscar soluciones que se centren en ellos.

Modelo de Negocio “Canvas”:



Tras la publicación en el año 2010 del Business Model Generation, elaborado por Osterwalder y Pigneur, el Canvas se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas por los emprendedores y empresarios de todo el mundo. Se compone de nueve bloques que integran el modelo de negocio de una entidad, como su propuesta de valor, las características principales de la empresa, la identificación de los clientes objetivo o la arquitectura de ingresos, es decir, cómo se pretende obtener beneficios analizando los gastos.

A partir del análisis fiel de todos estos apartados es como se construye el denominado lienzo Canvas, que no es otra cosa que la representación gráfica de estos nueve bloques, con una estructura dinámica, es decir, que irá evolucionando a medida que varíe la estrategia competitiva de la entidad fruto de las distintas vicisitudes que vaya viviendo en el mercado.

Este lienzo se divide en dos partes, según definan el valor que el negocio pretende generar a los clientes (hemisferio derecho) o analicen los actividades internas de la compañía y el modo de estructurar sus operaciones (hemisferio izquierdo). A pesar de esta diferenciación en dos

grupos, hay que tener presente que cualquier cambio en uno de ellos termina por afectar a todo el conjunto, por lo que hay que revisar permanentemente la estructura en sí misma.

Inversión

La sesión se puede realizar en una jornada completa de un día o en medias jornadas durante dos días.

Item	Descripción	Valor
Sesión dos del modulo dos	Sesión de ocho horas para los modelos de negocio de las ICC	\$ 120