



**expertemprende**  
®nevojiniciativa

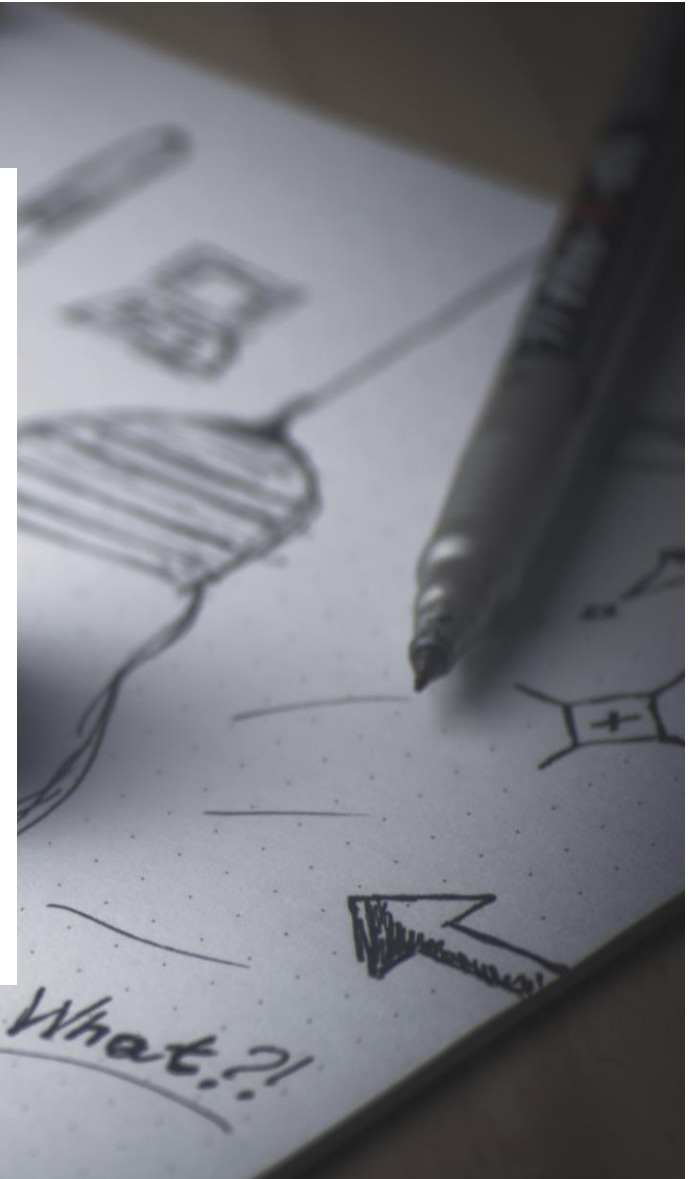
# PRESENTACIÓN SESIÓN 1

## Modelo Canvas

DURACIÓN	SESIONES FORMATIVAS	MÓDULOS DE CONTENIDO		DINÁMICAS PRÁCTICAS
2 horas	<b>SESIÓN 1: DE LA IDEA, AL NEGOCIO</b>	LA IDEA DE NEGOCIO	1	Habilidades de un emprendedor
			2	En busca de mis habilidades como emprendedor
			3	El sueño de un emprendedor
			4	La idea de negocio
		BUSINESS MODEL CANVAS	5	Dibujando en lienzo
2 horas	<b>SESIÓN 2: ¿QUÉ VALORAN LOS CLIENTES?</b>	SEGMENTO DE MERCADO	6	Segmento de Mercado. Caso Nespresso
			7	¿Quién es mi cliente?
		PROPUESTA DE VALOR	8	Propuesta de Valor. Caso Nespresso
			9	El valor de mi negocio
2 horas	<b>SESIÓN 3: CONECTAR CON EL CLIENTE</b>	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	10	Relación con los Clientes. Caso Nespresso.
			11	Fidelizar a mi cliente.
		CANALES DE DISTRIBUCIÓN	12	Canales de Distribución. Caso Nespresso.
			13	Entrega de mi producto/servicio.
2 horas	<b>SESIÓN 4: ¿CÓMO CONSEGUIR INGRESOS?</b>	FLUJO DE INGRESOS	14	Modelo de Ingresos. Caso Nespresso.
			15	Monetizando mi idea de negocio.
		ACTIVIDADES CLAVE	16	Actividades clave. Caso Nespresso.
			17	La función principal de mi empresa.
2 horas	<b>SESIÓN 5: PERO, ¿VA A COSTAR MUCHO DINERO?</b>	RECURSOS CLAVE	18	Recursos Clave. Caso Nespresso.
			19	Lo que mi negocio necesita.
		SOCIOS CLAVE	20	Socios Clave. Caso Nespresso.
			21	¿Necesito socios? La selección.
		ESTRUCTURA DE COSTES	22	Estructura de Costes. Caso Nespresso.
			24	¿Cuánto dinero necesito?

## Objetivos de la sesión

1. Que aprendáis **qué es** la idea de negocio
2. Diferencias entre idea de negocio y modelo de negocio OJO VER.
3. Qué **habilidades** debéis tener para emprender
4. Ver algunas técnicas para desarrollar la **creatividad** (mediante las actividades)
5. Lograr que penséis (**aprender a ser críticos**). Esto es una constante en todo el curso.



## 1. LA IDEA DE NEGOCIO

Todo negocio nace de una idea...

La idea se concreta en un **producto** o **servicio** cuya comercialización provoca un **beneficio económico**.

### Para que una idea tenga éxito

No todas las ideas “funcionan”. Han de cumplir unos requisitos:

1. Cubrir una **necesidad** o **deseo** real.
2. Que haya un número de clientes potenciales suficientes.
3. Ha de poder generar beneficios económicos.
4. Tener algún tipo de valor diferencial frente a lo ya existente.

### Pero no todas las ideas funcionan

- ✓ En el mundo de la inversión se dice “Vales menos que una idea de negocios...”
- ✓ Esto quiere decir que si no se pone en marcha de forma exitosa, la idea nos sirve para nada.
- ✓ Uno de los elementos que más se mira por parte de los inversores/financiadores es el emprendedor y su equipo.
- ✓ El emprendedor y sus habilidades son vitales para lograr el éxito.

### DINÁMICA PRÁCTICA 1: HABILIDADES DE UNA PERSONA EMPRENDEDORA

**“¿Qué habilidades y/o capacidades creéis que debe tener una persona emprendedora?”**

**“¿Qué habilidades y/o capacidades personales y profesionales podrían ayudarle a tener éxito?”**

### Algunas de esas habilidades y capacidades son

- ✓ **Autoconfianza**, aunque con capacidad de autocrítica y escucha activa de opiniones externas.
- ✓ **Creatividad**, espíritu investigador e innovador.
- ✓ Capacidad de **decisión**, iniciativa, actitud activa... pero con autocontrol, consciencia del riesgo y capacidad para asumir las consecuencias.
- ✓ **Autónomo/a** y, a la vez, cooperativo (con habilidades para el trabajo en equipo).
- ✓ **Capacidad de trabajo**, perseverancia, constancia y dedicación.
- ✓ **Planificado/a** y organizado/a, aunque flexible a la negociación y capacidad para adaptarse al cambio.
- ✓ **Afán de superación**, espíritu positivo y enfoque hacia la formación continua.

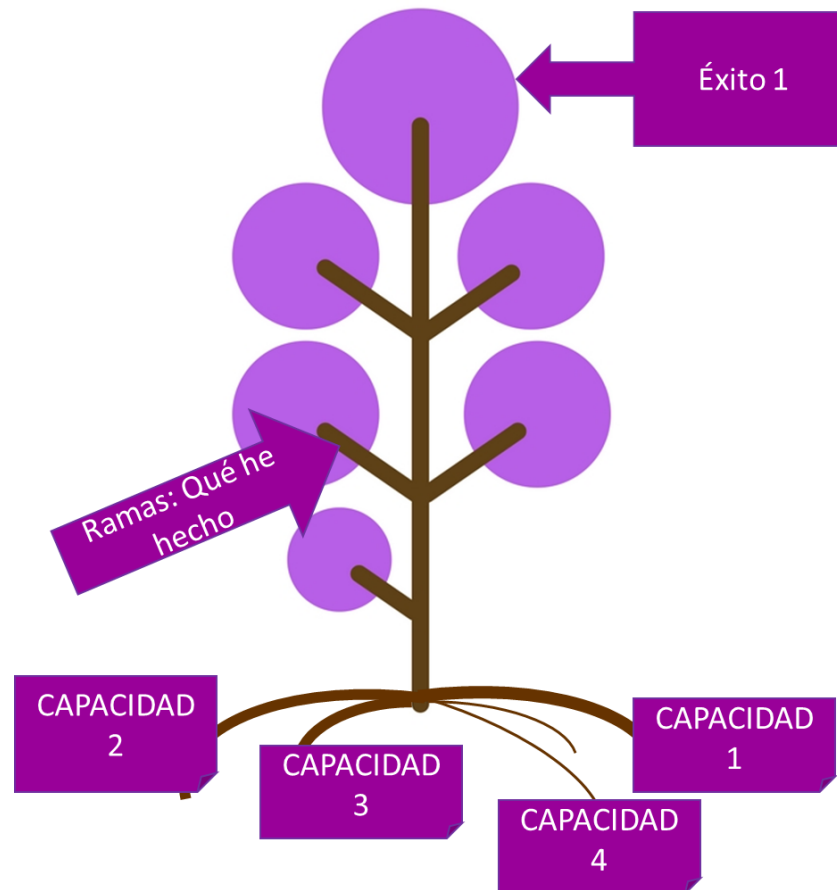
### Algunas de esas habilidades y capacidades son

- ✓ **Enfocado/a objetivos**, responsable y comprometido/a.
- ✓ Habilidades de **liderazgo y dirección** de equipos, pero también capacidad para la delegación de tareas.
- ✓ **Empatía**, sensibilidad hacia las necesidades de otros...
- ✓ Capacidad para enfrentarse a **problemas**, tomar decisiones y aportar soluciones.
- ✓ Habilidades de **comunicación y persuasión** para exponer y defender las propias ideas.

¿HABÍAN SALIDO?



## DINÁMICA PRÁCTICA 2: EN BUSCA DE MIS HABILIDADES Y CAPACIDADES



## DINÁMICA PRÁCTICA 3: EL SUEÑO DE UNA PERSONA EMPRENDEDORA



### DINÁMICA PRÁCTICA 4: LA IDEA DE NEGOCIO

- ✓ Nombre del proyecto
- ✓ ¿En qué consiste la idea?
- ✓ ¿Por qué creéis que vais a ganar dinero con ella?
- ✓ ¿Creéis que sois el equipo adecuado para llevarlo a cabo? ¿Por qué?

### 2. BUSINESS MODEL CANVAS

- ✓ Un **Modelo de Negocio** ayuda a describir cómo una organización crea valor y lo vende.
- ✓ Un **Plan de Negocios** es un documento posterior.
- ✓ **Design Thinking**: una nueva forma de hacer las cosas desde la deducción.

## SOCIOS CLAVE



¿Quiénes son nuestros socios clave?  
¿Quiénes son nuestros proveedores clave?  
¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?  
¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?

## ACTIVIDADES CLAVE



¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?  
¿Nuestros canales?  
¿Nuestras relaciones con los clientes?  
¿Nuestras fuentes de ingreso?

## PROPUESTA DE VALOR



¿Qué valor estamos entregando a los clientes?  
¿Qué problema estamos ayudando a resolver?  
¿Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

## RELACIONES CON CLIENTES



¿Qué tipo de relación espera que establezcamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?  
¿Qué relaciones hemos establecido?  
¿Cuán costosas son?  
¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

## SEGMENTOS DE CLIENTES



¿Para quién estamos creando valor?  
¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

## RECURSOS CLAVE



¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?  
¿Nuestros canales?  
¿Nuestras relaciones con los clientes?  
¿Nuestras fuentes de ingreso?

## CANALES



¿A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?  
¿Cómo los estamos alcanzando ahora?  
¿Cómo están integrados nuestros canales?  
¿Cuáles funcionan Mejor?  
¿Cuáles son los más rentables?  
¿Cómo podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

## ESTRUCTURA DE COSTOS

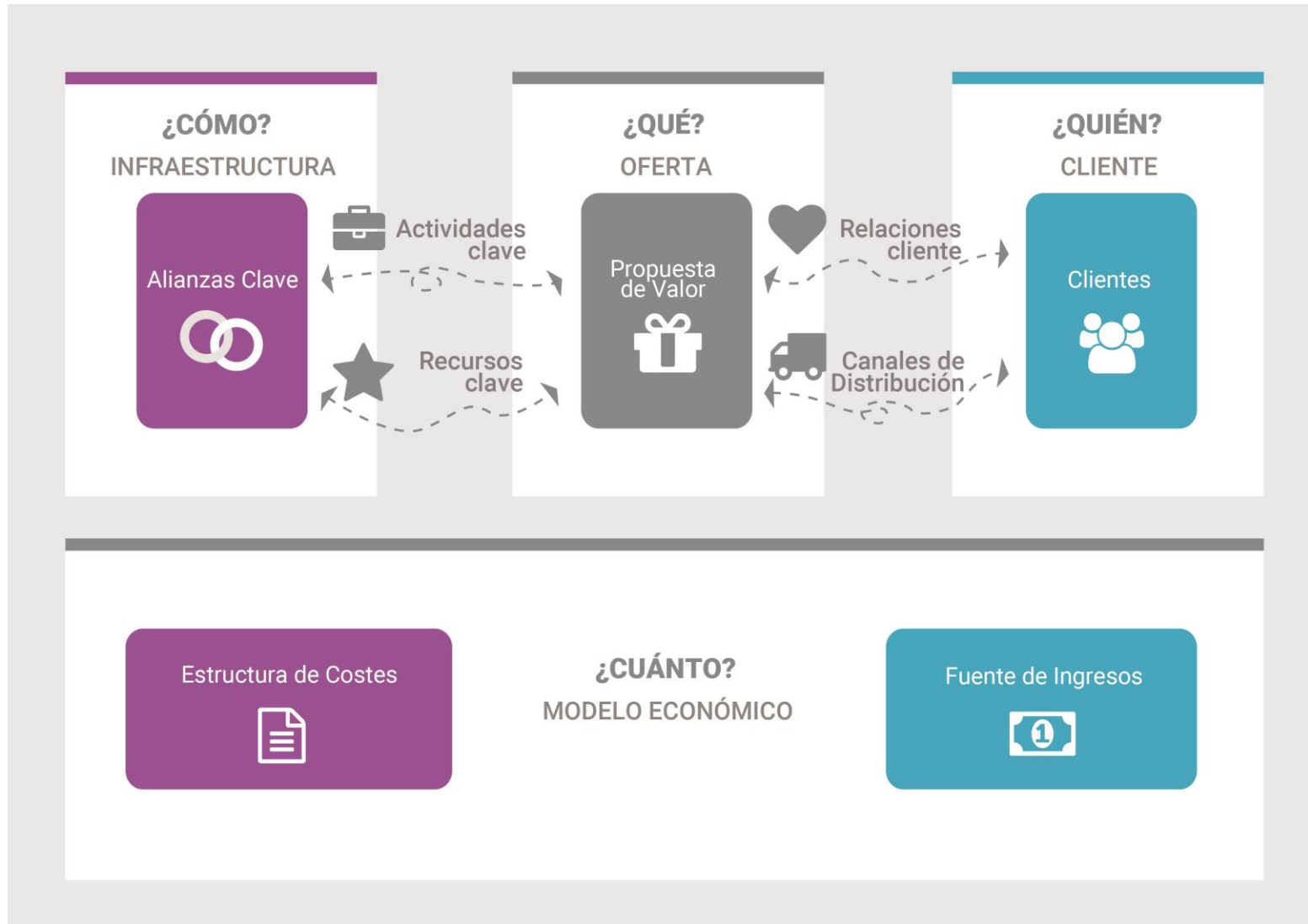


¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?  
¿Cuáles recursos clave son los más costosos?  
¿Cuáles actividades clave son las más costosas?

## FUENTE DE INGRESOS



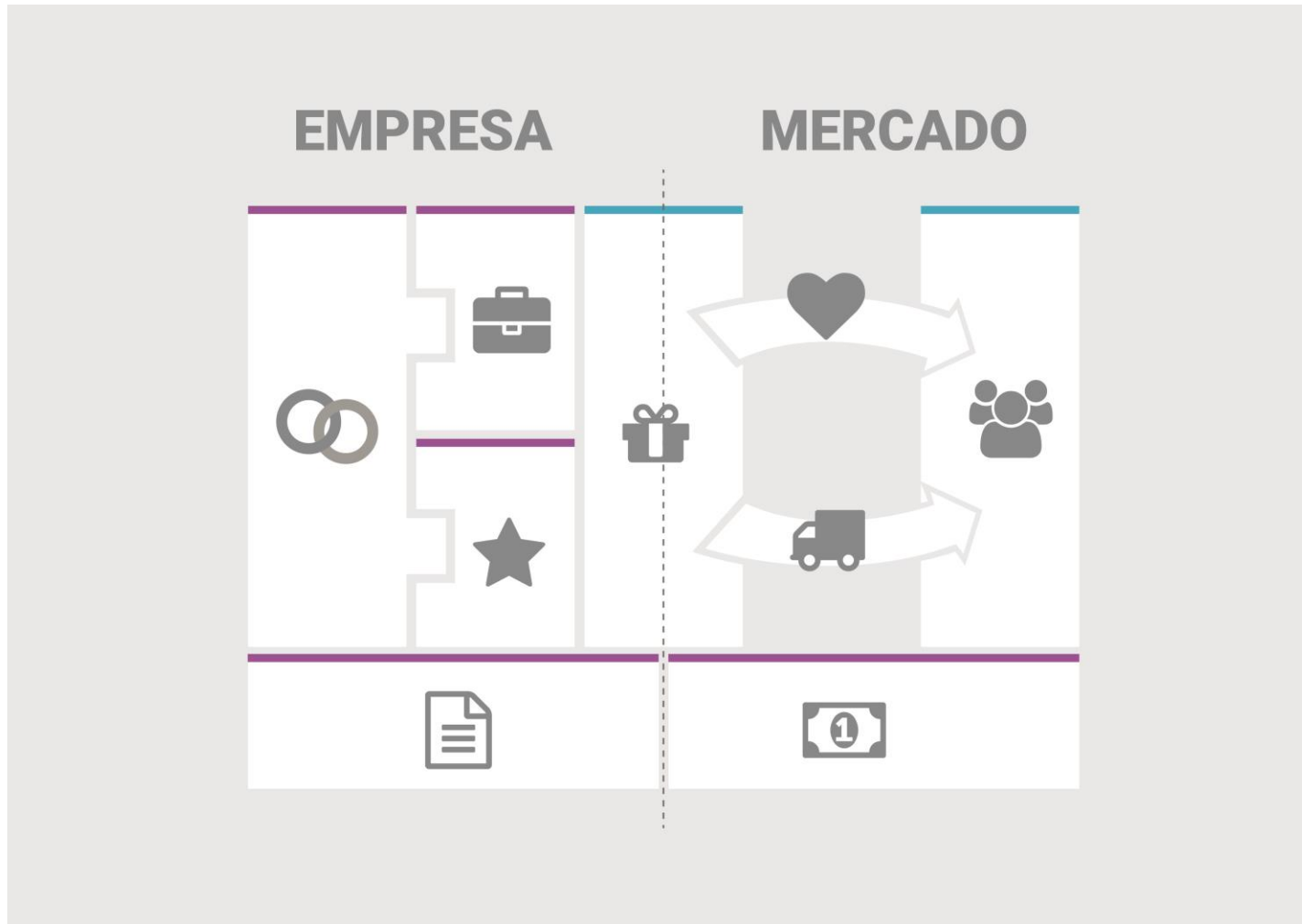
¿Por cuál valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?  
¿Actualmente por qué se paga?  
¿Cómo están pagando?  
¿Cómo prefieren pagar?



## DINÁMICA PRÁCTICA 5: DIBUJANDO EL LIENZO

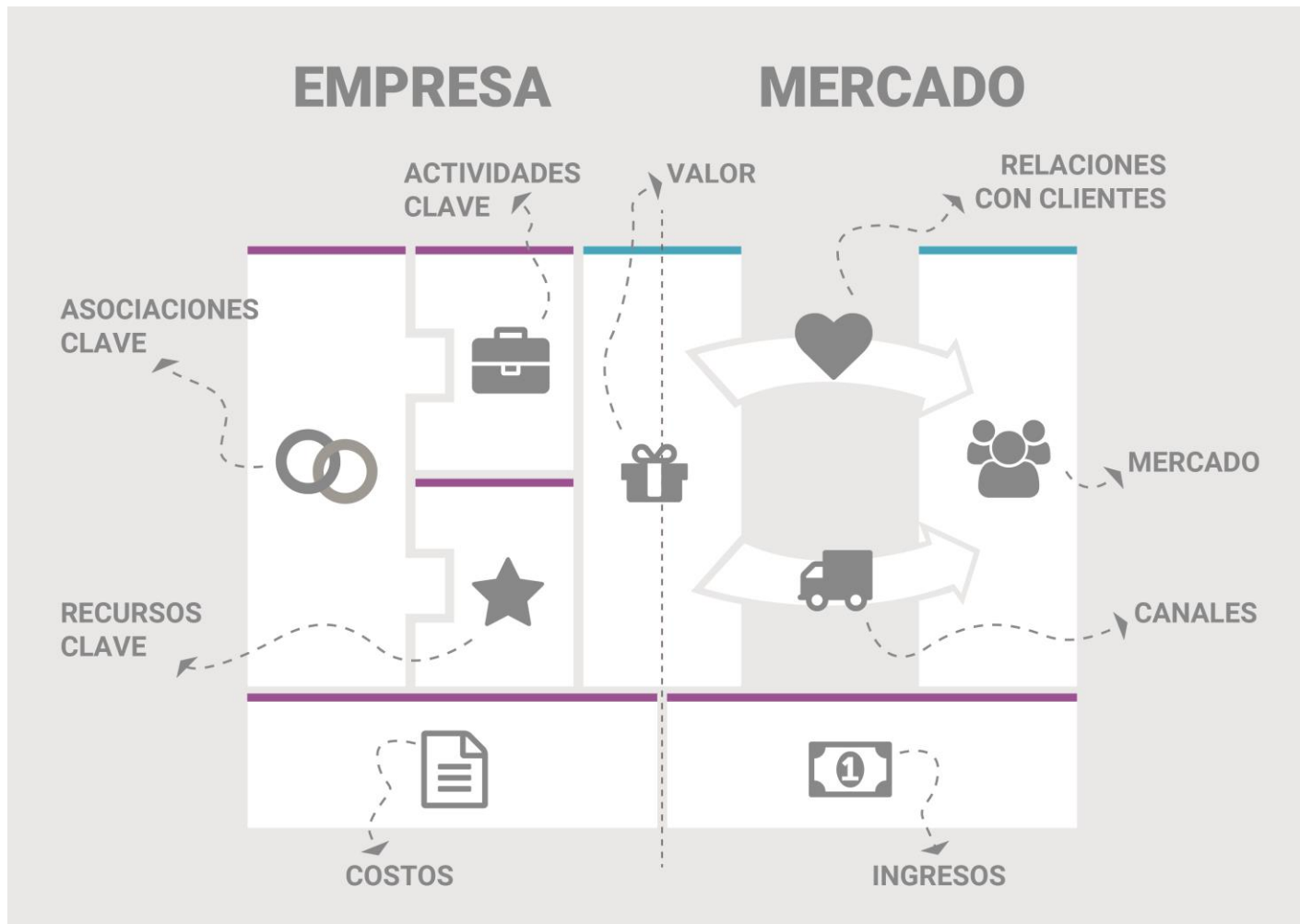
[illegible]

## DINÁMICA PRÁCTICA 5: DIBUJANDO EL LIENZO





## DINÁMICA PRÁCTICA 5: DIBUJANDO EL LIENZO



### RECAPITULANDO



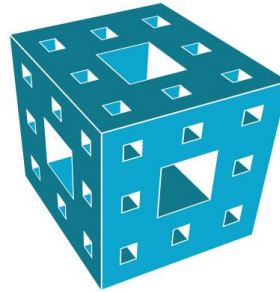
La pregunta clave es “¿Soy yo viable para esta idea?”



Céntrate en las capacidades más útiles y en buscar socios complementarios.



Lo mejor de hacer un plan de negocios es que el papel no sufre.  
Podemos #EquivocarnosIgualA\_Aprender cuantas veces queramos.



**expertemprende**  
®nəvoj iniciativa



JUNTA DE EXTREMADURA



®nəvoj iniciativa  
JUNTA DE EXTREMADURA