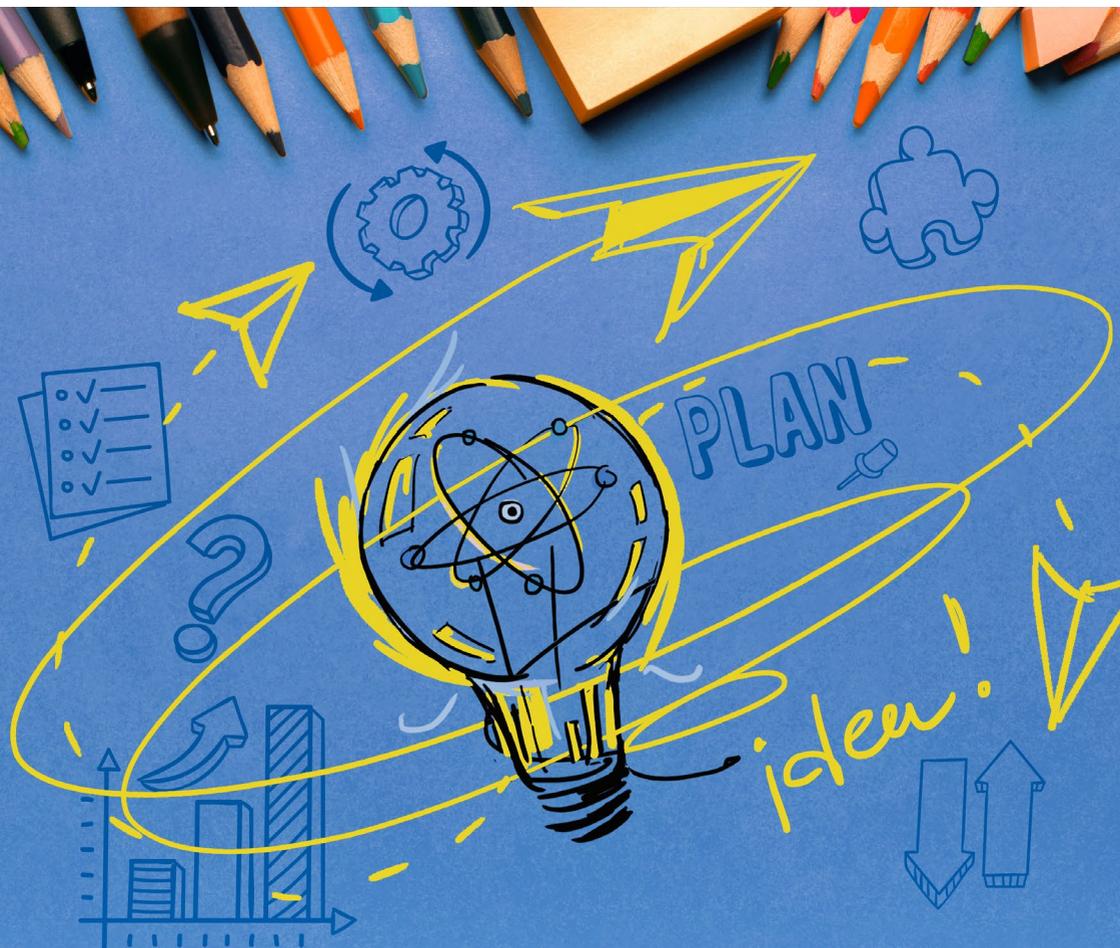




INNORURAL

Fomento de la innovación social
y la cultura emprendedora

JÓVENES
CASTILLA Y LEÓN



Programa de fomento de la cultura emprendedora en jóvenes



empleo e
inclusión social

Subvencionado por la Junta de Castilla y León con cargo a la asignación tributaria del IRPF



Programa de fomento de la cultura emprendedora en jóvenes



INNORURAL

Fomento de la innovación social
y la cultura emprendedora

JÓVENES
CASTILLA Y LEÓN



Santa María
la Real fundación

empleo e
inclusión social

Emprender es una gran manera de construir una carrera que te apasione y tener la libertad de crear tu propio camino. **En este cuaderno, te presentamos una serie de pasos y herramientas que pueden ayudarte a llevar a cabo tu propio proyecto de emprendimiento.**

Hemos elaborado este material para aquellas personas jóvenes que quieran conocer cómo es el proceso de emprender, con **actividades y recomendaciones**, para que les sirva de guía y apoyo en el desarrollo de las competencias emprendedoras.

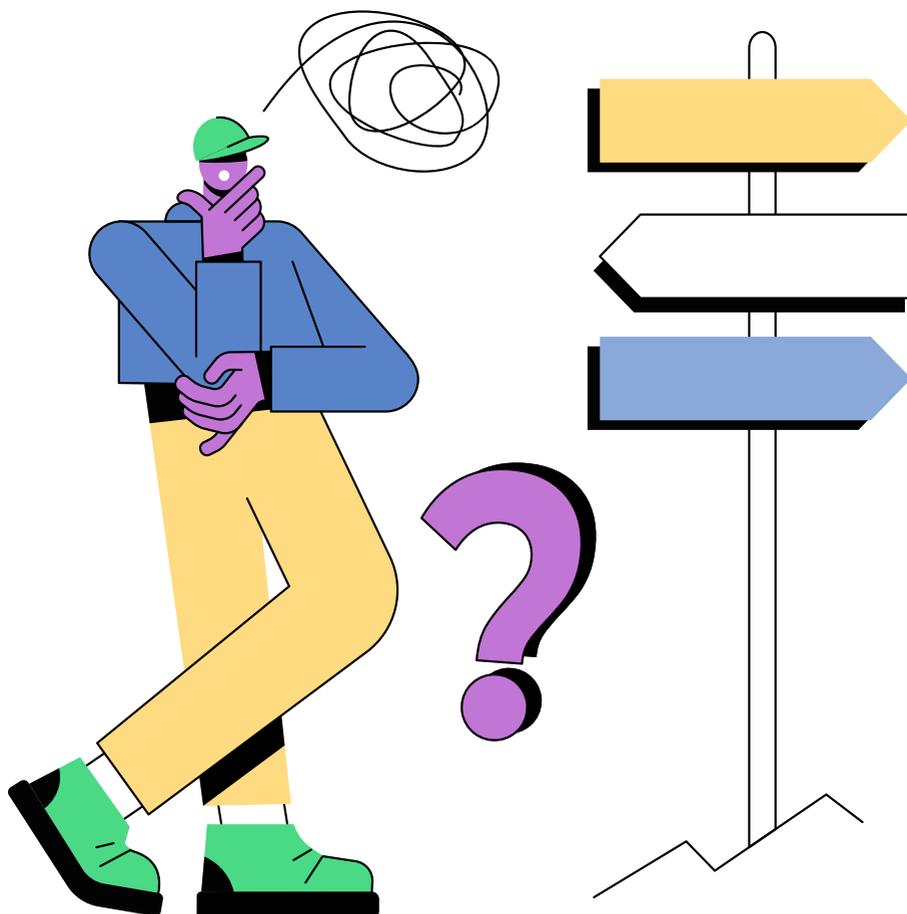
Este cuaderno de trabajo puede ser una herramienta muy útil para ti, ya que te puede ayudar a **organizar y planificar** tu trabajo, hacer **seguimiento de los resultados** obtenidos, fomentar la creatividad y la reflexión, y tener un registro de las ideas que te surjan, en torno al emprendimiento.

¡¡Comenzamos!!



Índice

1 Introducción al emprendimiento	7
2 Competencias emprendedoras	9
3 Fase previa al emprendimiento	13
4 Herramientas para la segmentación de clientes	15
5 Aterriza tu idea de negocio	23
6 Emprendimiento con impacto	25
7 Comunica tu idea de negocio	27
8 Decálogo para el emprendimiento ...	29
Glosario de términos	31



INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO

¿Qué es emprender?

Emprender implica utilizar la creatividad y poner en práctica la iniciativa personal, para **identificar necesidades o problemas sin resolver, aprovechando las oportunidades, para generar una idea de negocio y tomar medidas para hacerla realidad**. En otras palabras, se trata de **crear algo nuevo y valioso en el mercado**, ya sea un producto, un servicio o una idea.

Se tiene la consideración del emprendimiento como una opción de autoempleo frente a la carencia de empleo por cuenta ajena.

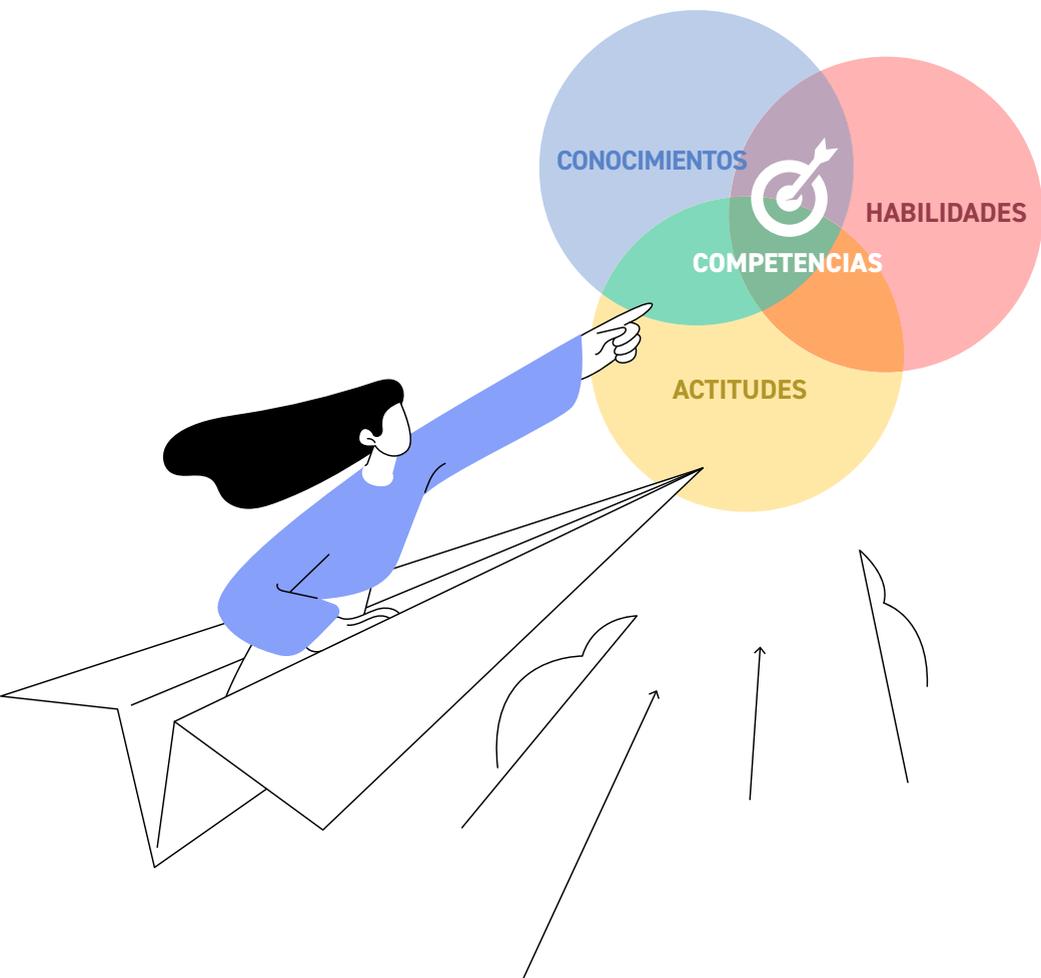
¿Qué significa ser una persona emprendedora?

Es aquella que **detecta necesidades y carencias y que toma la decisión de articular recursos humanos, materiales y económicos para satisfacer esas necesidades, buscando o no un lucro económico**.

En términos más simples, ser una persona emprendedora **implica ser creativa e innovadora, y tomar riesgos para alcanzar tus metas**. Se relaciona con la creación de un negocio o empresa, pero también puede incluir proyectos o iniciativas en una organización existente (por ejemplo en tu centro educativo).

El emprendimiento como actitud

Emprender, no es solo poner en marcha una iniciativa social o un negocio, sino que **podemos entenderlo como una actitud que predispone a la persona a asumir retos y buscar soluciones adecuadas a ellos**.



2 COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

¿Qué son las competencias?

Llamamos competencias al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, que una persona tiene para llevar a cabo una tarea, en este caso, para emprender un proyecto.

COMPETENCIAS = CONOCIMIENTOS + HABILIDADES + ACTITUDES

Las competencias emprendedoras se pueden adquirir y desarrollar. Por tanto, es interesante realizar un análisis para conocer cuál es el nivel de las competencias que poseemos, para saber cuáles debemos reforzar.



Te dejamos el test de la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de León, para que puedas realizar una **autoevaluación de tus competencias emprendedoras**.

¡Pincha aquí o escanéame!

Test de Evaluación de Competencias Emprendedoras*



<https://www.ildefe.es/test/test-de-evaluacion-de-emprendedores>

Ideas y motivaciones

DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES

Usar la imaginación y habilidades para identificar oportunidades que generen valor.

PENSAMIENTO ÉTICO Y SOSTENIBLE

Estar en disposición de evaluar las consecuencias de las acciones y el impacto de las ideas a corto y largo plazo

VISIÓN

Ser capaz de imaginar el futuro y desarrollar una visión para poner en práctica las ideas que se hayan generado. Visualizar escenarios futuros.

EVALUACIÓN DE IDEAS

Aprovechar las oportunidades detectadas y las ideas generadas, valorando qué aportan desde un aspecto social, económico y cultural.

CREATIVIDAD

Desarrollar ideas y oportunidades para crear valor, dando respuesta a retos nuevos o ya existentes.



Recursos

AUTOCONOCIMIENTO Y AUTOCONFIANZA

Reflexionar sobre las propias necesidades, aspiraciones y deseos, tanto inmediatas como a largo plazo. Identificar las fortalezas y debilidades.

MOTIVACIÓN Y PERSEVERANCIA

Tener determinación para llevar las ideas a la acción y conseguir logros. Seguir persiguiendo los objetivos individuales y grupales a largo plazo. Ser resiliente ante la presión, la adversidad y los ocasionales fracasos.

EDUCACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

Desarrollar conocimientos que permitan estimar el coste de convertir una idea en valor. Planificar, ejecutar y evaluar decisiones financieras durante el propio emprendimiento.

INVOLUCRACIÓN DE INTERESADOS

Inspira y entusiasma a los interesados relevantes. Obtener el apoyo necesario para lograr resultados. Demostrar comunicación, persuasión, negociación y liderazgo efectivos.

MOVILIZACIÓN DE RECURSOS

Conseguir y gestionar los recursos necesarios para convertir las ideas en acciones.

Competencias emprendedoras del Marco Entre COMP

Pasar a la acción

INICIATIVA

Poner en marcha los procesos que crean valor. Aceptar los desafíos, actuando y trabajando para lograr convertir las intenciones en tareas y éstas en resultados.

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN

Definir objetivos a corto, medio y largo plazo. Establecer prioridades, hojas de ruta y planes de acción, con disposición a ajustarlos cuando haya cambios e imprevistos.

SABER TRABAJAR CON OTROS

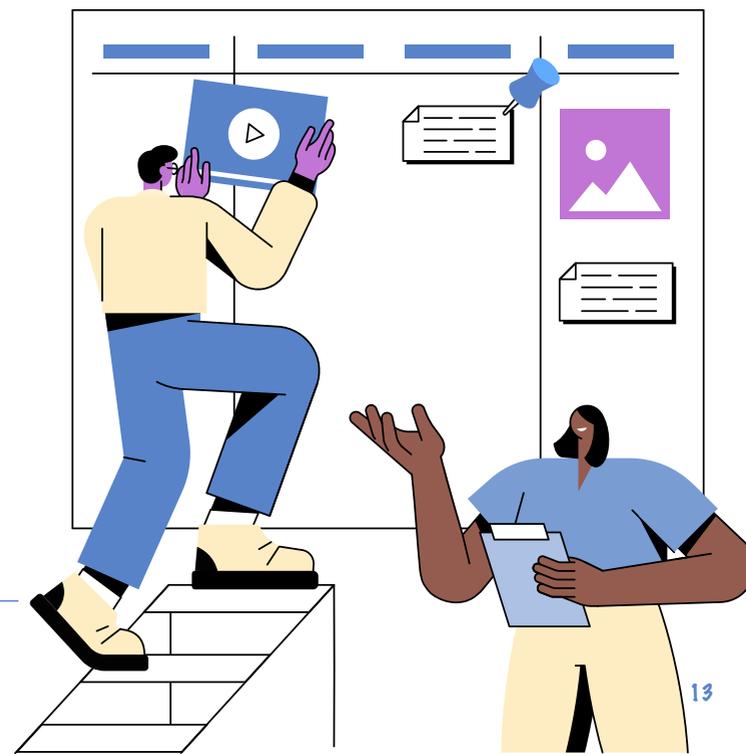
Trabajar en equipo y cooperar con otras personas para desarrollar ideas y transformarlas en acciones.

APRENDER DE LA EXPERIENCIA

Entender cualquier circunstancia como una oportunidad de aprendizaje. Aprender con otras personas. Reflexionar y aprender tanto del éxito como del fracaso propio o ajeno.

MANEJO DE LA INCERTIDUMBRE Y EL RIESGO

Cuando el resultado de una decisión sea incierto, la información disponible sea parcial, exista un riesgo, o se dé algún impedimento, saber adoptar la acción correcta.



Teniendo en cuenta estas competencias, podemos hacernos la siguiente pregunta: ¿todas las personas pueden ser emprendedoras?

Una vez vistas las competencias emprendedoras del Marco Entre COMP, te invitamos a que realices la siguiente actividad:

ACTIVIDAD SELECCIONAR COMPETENCIAS

Selecciona 1 competencia de cada una de las áreas vistas anteriormente (Ideas y Oportunidades, Recursos y Pasar a la acción), en las que sientas que más destaca y que te serán útiles de cara a desarrollar tu faceta emprendedora. Justifica en qué aspectos de la vida diaria, pones en práctica las tres competencias seleccionadas:

1.
2.
3.

Fase 2 de la actividad: Busca a tres compañeros/as, que completen tu equipo emprendedor, teniendo en cuenta las competencias con las que contáis cada persona. La idea es que consigáis un equipo con variedad de competencias. Debéis alcanzar al menos 9 competencias diferentes dentro del equipo emprendedor. Anota cuáles son las competencias del equipo:

.....

.....

.....

.....

.....

PARA REFLEXIONAR

¿Cómo de complicado te ha sido el identificar tus competencias claves?
 ¿Cuántas competencias diferentes habéis conseguido anotar en el equipo?
 ¿Cómo definirías a tu equipo, en función a vuestras competencias?

3 FASE PREVIA AL EMPRENDIMIENTO

Fase 0: Búsqueda del desafío. Encuentra tu pasión y desarrolla tu idea.

Antes de conocer las diferentes fases que contiene el proceso de emprendimiento, vamos a pasar por la fase 0. Aquella en la que trataremos de explorar y buscar el desafío al que nos enfrentaremos.

Lo primero que necesitas es conocer cuáles son las necesidades que existen en tu entorno. Para ello, te planteamos la siguiente actividad:

ACTIVIDAD QUÉ ME GUSTA Y QUÉ NO ME GUSTA

Para esta actividad, te vamos a pedir que realices dos listados. En uno de ellos, describirás todo aquello que te gusta de tu entorno. Aquellas actividades o recursos que son de gran interés para ti y para tu comunidad. En el otro listado, vas a indicar todas aquellas cuestiones que no te gusten de tu entorno, todo aquello que quisieras cambiar y que consideras, perjudican a tu comunidad.



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Tras la exposición de lo que te gusta y lo que no te gusta de tu entorno, **te proponemos que elijas, sobre una temática concreta, una necesidad o problema al que te gustaría que se le diera solución:**

Para trabajar el resto de actividades del cuaderno, será necesario contar con una necesidad detectada. Por si aún no la tienes, **te proponemos el siguiente ejemplo**, para continuar realizando el resto de tareas del cuaderno:

Necesidad detectada: Falta de actividades de ocio dirigido a jóvenes del municipio, que favorezca la actividad físico deportiva.

Formamos parte de una empresa de turismo rural, que organiza actividades físico deportivas, que ayuda a personas jóvenes a familiarizarse con el entorno rural y la adquisición de hábitos de vida saludable, a través de los valores de sostenibilidad.

Nuestros clientes son jóvenes que buscan opciones de ocio al aire libre, donde compartir experiencias con personas de su edad, en un entorno de naturaleza, poniendo en valor la sostenibilidad y el impacto de sus acciones sobre el medio ambiente.

Ahora, continuemos con el proceso emprendedor y las herramientas que se utilizan para el diseño de la idea de negocio.

4 HERRAMIENTAS PARA LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

Define tu mercado objetivo

Es importante identificar a tu mercado objetivo y estudiar las necesidades e intereses que tienen en relación a tu idea de negocio.



TÉCNICA PERFIL DE CLIENTE

El **Perfil de Cliente** es la representación ficticia de tu cliente ideal. Está basada en datos sobre el comportamiento y las características demográficas de tus clientes, así como en una creación de sus historias personales y motivaciones.

La misión principal es **conocer a detalle el público objetivo**, adentrarnos en sus emociones, sueños y miedos para predecir **cómo recibirá o experimentará nuestra marca**.



ACTIVIDAD DESCRIBE A TU CLIENTE IDEAL

Para la actividad, cuentas con el ejemplo mencionado en el apartado anterior, en el caso que aún no tengas definida tu propia idea de negocio.

A continuación, te mostramos una plantilla para que puedas describir a tu cliente ideal, basándote en datos demográfico, su formación, empleo, entorno, las actividades de ocio, su actitud, aquellas motivaciones que le llevan a comprar y cómo es su uso de internet:

PERFIL DE CLIENTE

Nombre y apellidos

.....



DATOS DEMOGRÁFICOS

Sexo

Estado civil

Edad

Lugar de residencia

Clase social

OCIO

(Deporte, lectura, música, aficiones, etc.)

Le gusta

Aficionada a

Le apasiona

FORMACIÓN

.....

.....

.....

ACTITUD

(amigable, familiar, perfeccionista, etc.)

.....

.....

.....

EMPLEO/ EXPERIENCIA LABORAL

.....

.....

.....

MOTIVADORES DE COMPRA

(calidad, precio, innovación)

Busca nuevas experiencias

Busca calidad

ENTORNO (familia y amigos)

.....

.....

.....

IDENTIFICADORES Y USO DE INTERNET

Palabras clave que busca en internet

Redes sociales

Sigue a

Aquí puedes registrar en una frase cómo es tu cliente ideal, sus características y todo aquello que quieras recoger que te ayude a identificarlo.

Mi cliente ideal:



TÉCNICA MAPA DE EMPATÍA

El mapa de empatía es una **herramienta de visualización** que se utiliza para **comprender mejor a los usuarios de un producto o servicio, identificando sus necesidades, deseos, pensamientos, sentimientos y comportamientos.**

Nos permite comprender al cliente, más allá de lo que aparenta y nos acerca a sus sentimientos y necesidades más profundas.

Cuenta con seis divisiones que representan **problemas, deseos, demandas, ideas y sentimientos** del buyer persona hacia la empresa.



ACTIVIDAD COMPLETA EL MAPA DE EMPATÍA

Tras haber definido a tu cliente ideal, en la actividad anterior, ahora pasamos a tratar de empatizar con su persona. Por lo que te proponemos que completes el Mapa de Empatía, basándote en cómo sería su comportamiento.

Para ello, te facilitamos una batería de preguntas que pueden ayudarte a completar cada apartado:

1. ¿Qué ve el cliente?

Se refiere a las gafas con las que el cliente observa y percibe el mundo.

¿Cómo es el entorno en que la persona vive? ¿Qué ve en el mercado? ¿Qué ve en sus amigos? ¿Qué ven ellos que otros hacen? ¿Qué tipo de ofertas recibe a menudo? ¿Qué está mirando y leyendo?

2. ¿Qué oye?

Nos referimos a aquello que escucha en los medios de comunicación, su estilo musical, y también a qué escucha en las redes sociales:

¿Qué dicen sus amigos? ¿Qué dicen sus compañeros de clase? ¿Qué dicen aquellas personas que admira o sigue? ¿Qué canales de comunicación consume y qué dicen? ¿Qué le dicen en su casa, su propia familia?

3. ¿Qué piensa y siente?

Estas preguntas son las más profundas, emocionales e incluso que le influyen y le hacen pensar. Son los sentimientos y las emociones:

¿Qué le preocupa realmente? ¿Cuáles son sus sueños y objetivos? ¿Qué le motiva? ¿Cuál es su propósito de vida? ¿Qué es lo realmente importante?

4. ¿Qué dice y hace?

Se trata de su actitud y comportamiento en su día a día.

¿De qué temas le gusta hablar? ¿Sus acciones son coherentes con sus palabras? ¿Cuál es su actitud en público? ¿Y su comportamiento? ¿Cuál es su comportamiento en su hogar, en el trabajo y con su familia?

5. ¿Cuáles son sus esfuerzos?

Los miedos, aquello que le frena. Son las barreras y obstáculos que se encuentran en su día a día, e incluso para realizar la compra de tu producto.

¿Cuáles son sus miedos? ¿Cuáles son sus frustraciones? ¿Qué obstáculos debe saltar para conseguir lo que desea? ¿Cuáles son sus dolores y necesidades?

6. ¿Qué resultados espera?

Qué es lo que la persona necesita para conseguir su significado de éxito.

¿Qué es éxito para su persona? ¿Cómo cree que puede alcanzarlo? ¿Qué acarbaría con sus problemas? ¿Qué quieres conseguir y alcanzar?



ACTIVIDAD
COMPLETA EL MAPA DE EMPATÍA

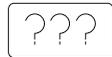


¿Qué oye?

¿Qué piensa y siente?



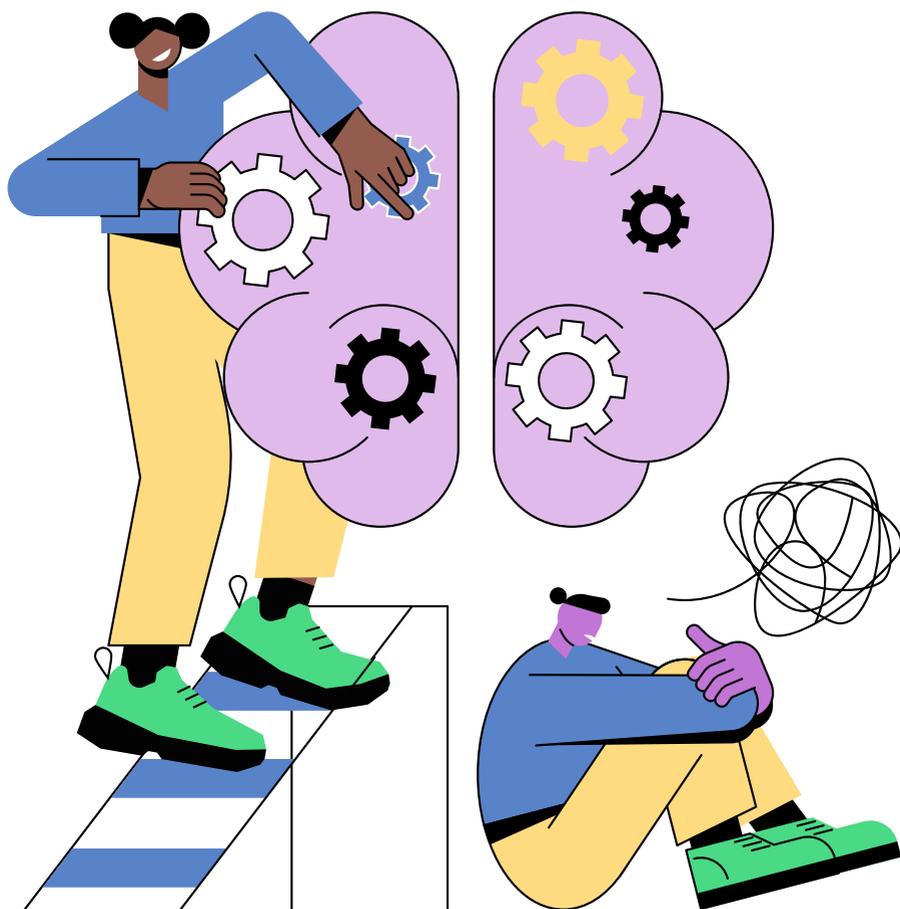
¿Qué ve?



¿Qué dice y hace?

Esfuerzos

Resultados



5 ATERRIZA TU IDEA DE NEGOCIO

Análisis DAFO

Herramienta útil para evaluar la situación actual de un negocio o proyecto emprendedor. A continuación, te explicaremos los pasos que puedes seguir para realizar un análisis DAFO:

DEBILIDADES

Identifica las áreas en las que el negocio tiene dificultades y que pueden afectar negativamente su rendimiento. Pueden ser carencias en habilidades o conocimientos, falta de recursos, debilidades en el modelo de negocio, etc.

AMENAZAS

Identifica los factores externos al negocio que pueden afectar negativamente su rendimiento. Pueden ser cambios en la competencia, cambios en las normativas, desaceleración del mercado.

FORTALEZAS

Enumera las características positivas del negocio que lo diferencian de la competencia. Pueden ser habilidades específicas, recursos, productos únicos, una marca reconocida, etc. Es importante destacar aquellas fortalezas que se consideran estratégicas para el éxito del proyecto.

OPORTUNIDADES

Identifica las tendencias del mercado que puedan ser favorables para el negocio. Se trata de identificar oportunidades que puedan aprovecharse a corto, medio y largo plazo. Las oportunidades pueden ser cambios en la normativa, cambios en las necesidades de los clientes, avances tecnológicos, etc.



ACTIVIDAD

¿CÓMO ME ENCUENTRO ANTE MI OBJETIVO DE EMPRENDER?

DEBILIDADES

¿Qué me falta a mí para conseguir mi objetivo?

.....

.....

.....

.....

.....

AMENAZAS

¿Qué hay fuera de mí que amenace la consecución de mi objetivo?

.....

.....

.....

.....

.....

FORTALEZAS

¿Qué tengo yo que pueda ayudarme a conseguir mi objetivo?

.....

.....

.....

.....

.....

OPORTUNIDADES

¿Qué hay fuera de mí que me permitan conseguir mi objetivo?

.....

.....

.....

.....

.....

Analiza la información recopilada para identificar las conexiones entre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Identifica cuáles son las fortalezas que pueden ayudar a aprovechar oportunidades y minimizar las amenazas, y cuáles son las debilidades que pueden poner en riesgo el aprovechamiento de las oportunidades y aumentar el impacto de las amenazas.

RECUERDA

El análisis DAFO es una herramienta útil para la toma de decisiones, pero no es una solución definitiva. Es importante seguir actualizando y revisando la información del DAFO para adaptarse a los cambios del entorno empresarial.

6 EMPRENDIMIENTO CON IMPACTO

¿Qué es el Emprendimiento Social?

El emprendimiento social es la creación o formación de una empresa o negocio con el objetivo de abordar problemas sociales o medioambientales.

Sus características principales son:

- ✓ **Busca generar un impacto positivo en la sociedad o el medio ambiente,** más allá de simplemente generar ganancias económicas.
- ✓ **Suele ser innovador.** A menudo implica la creación de nuevos modelos de negocio que mejoran la eficiencia y sostenibilidad de la solución ofrecida.

Aquí te dejamos algunos ejemplos de Emprendimiento Social, puedes pinchar en las imágenes, para acceder a la descripción, de cada uno de ellos:



ACTIVIDAD
BUSCA UN EJEMPLO DE EMPRENDIMIENTO
CON IMPACTO SOCIAL O MEDIAMBIENTAL

Después de los ejemplos que hemos visto, trata de encontrar un ejemplo de emprendimiento con impacto social o medioambiental.

¿Qué problema resuelve?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

¿Qué solución ofrece?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

¿Qué es lo que más te ha llamado la atención del proyecto?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

COMUNICA TU PROYECTO

Herramientas de Comunicación

La comunicación efectiva y la clara presentación de un proyecto de emprendimiento son fundamentales para el éxito de cualquier empresa. Las personas emprendedoras deben ser capaces de transmitir sus ideas de manera clara y concisa para poder captar la atención de inversores, clientes potenciales y otras partes interesadas relevantes.

Presentaciones: Las presentaciones son una forma efectiva de transmitir información detallada y clara a tu audiencia. Puedes utilizar programas como **Microsoft PowerPoint**, **Apple Keynote** o **Google Slides**. Asegúrate de que tu presentación sea visualmente atractiva, bien estructurada y fácil de entender.

Videos: Puedes grabarte a ti explicando tu proyecto, o crear un vídeo animado usando herramientas como **Animaker** o **Powtoon**. Un vídeo es una buena opción si quieres captar la atención de tu audiencia y hacer que tu presentación sea más memorable.

Infografías: Las infografías son una forma efectiva de presentar datos de una manera visualmente atractiva y fácil de entender. Puede utilizar herramientas como **Canva** o **Piktochart**.



TÉCNICA ELEVATOR PITCH

Es un discurso de presentación sobre un proyecto o emprendimiento ante potenciales clientes o colaboradores. Sus claves son:

- Breve, concreto y debe despertar pasión.
- Enfocar y definir lo esencial.
- Captar la atención de nuestro público, que quieran conocer más del proyecto.

ACTIVIDAD ELABORA TU PROPIO ELEVATOR PITCH

Elabora una presentación sobre tu proyecto de emprendimiento en el que has estado trabajando, con la Técnica "Elevator Pitch".

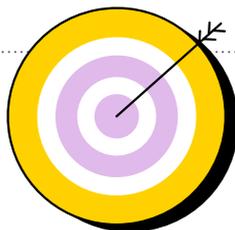
Te dejamos un vídeo de apoyo que te servirá de guía para la actividad: Vídeo de Alicia Ro*.

*<https://www.youtube.com/watch?v=uv357YzY7-k>

Recuerda seguir el esquema de la presentación y ten en cuenta las claves para conseguir una presentación exitosa:

ESQUEMA DE PRESENTACIÓN

- Afirmación sorprendente o pregunta, que lleve a reflexión.
- Presentación. ¿Quién eres?
- ¿Qué problema resuelves?
- ¿Qué soluciones aportas?
- ¿Qué beneficios obtienen?
- ¿Por qué tú?



CLAVES

- Sorpresa.
- Exponer el problema.
- Propuesta de valor.
- Propuesta atractiva
- Broche final.
- Interés.

8 DECÁLOGO PARA EL EMPRENDIMIENTO

Recomendaciones

Por último, te dejamos algunas recomendaciones* para el emprendimiento juvenil:

- ✓ **1. El colectivo y el conjunto son importantes**, trabaja con tu comunidad y con tu entorno, generando alianzas y sinergias.
- ✓ **2. Forma parte** de asociaciones, entidades, etc., agentes colectivos, cooperativos, colaborativos, que están presentes en el territorio.
- ✓ **3. Conoce tu entorno**, las necesidades de este, cuál es el escenario en el que se encuentran.
- ✓ **4. Evita la idealización** de ciertas actividades y lugares de residencia. El sector primario, por ejemplo, es duro y cuenta con unas elevadas exigencias que, en ocasiones, no se conocen.
- ✓ **5. No caer en el mimetismo**. Es decir, lo que ha funcionado en una localidad o zona no tiene por qué hacerlo en otra. Hay numerosos factores que pueden hacer que una actividad tenga viabilidad.
- ✓ **6. Las actividades deben contar con una perspectiva** de medio y largo plazo. Es imprescindible evitar el cortoplacismo.
- ✓ **7. Las actividades que se tienen que desarrollar tienen que ser sostenibles**, hay que ser consciente de la escala del territorio, de las posibilidades.
- ✓ **8. Es fundamental adoptar una perspectiva profesional**. Emprender es una actividad con la que alguien pretende ganarse la vida.
- ✓ **9. La profesionalización también está vinculada con la formación**. La formación continua para mejorar a lo largo de la vida laboral, la ocupacional, para encontrar empleo o para el emprendimiento.
- ✓ **10. Busca asesoramiento**, existen numerosas vías de acceso al mismo, tanto desde organismos públicos como desde entidades y asociaciones que trabajan por el desarrollo del medio rural.

*Informe "Nichos de Negocio y Yacimientos de Empleo para los jóvenes en el medio rural" (Subdirección General de Dinamización del Medio Rural del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación).



GLOSARIO

- Emprendimiento** | Capacidad de actuar sobre las oportunidades o generar ideas con el fin de crear valor para las demás personas. El valor creado puede ser social, cultural o económico.
- Incertidumbre** | Situación que conlleva información imperfecta o incompleta (o ambas a la vez) y que afecta a la capacidad de predecir los resultados. La incertidumbre conlleva un riesgo de efectos no deseados o pérdidas, cuya probabilidad y magnitud no se puede calcular.
- Intraemprendimiento** | Emprendimiento que se desarrolla dentro de una organización.
- Recursos** | Se puede distinguir entre recursos personales (autoconocimiento y autoeficacia, motivación y perseverancia), recursos materiales (medios de producción y recursos financieros) y recursos intangibles o inmateriales (conocimientos, habilidades y actitudes).
- Actitudes** | Motivadores del desempeño que incluyen valores, aspiraciones y prioridades.
- Competencias** | Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes.
- Conocimientos** | Conjunto de hechos, principios, teorías y prácticas que se relacionan con un campo de trabajo o estudio.
- Habilidades** | Capacidad para aplicar el conocimiento y el saber hacer para completar tareas y resolver problemas. Se describen como cognitivas (que implican el uso del pensamiento lógico, intuitivo y creativo) o prácticas (que implican destreza manual y el uso de métodos, materiales, herramientas e instrumentos).
- Elevator pitch** | Herramienta fundamental de emprendimiento, consistente en un breve discurso dirigido a clientela potencial, accionistas o personas interesadas en invertir en un proyecto. Toma su nombre de la idea de que debe durar aproximadamente el mismo tiempo que un trayecto en ascensor.
- Pitch deck** | Breve presentación de diapositivas simples en la que se ofrece una visión general de un plan de negocio a personas interesadas en invertir en él. Sirve como complemento del elevator pitch e incluye una muestra del producto, una breve descripción del modelo de negocio, la presentación de los miembros del equipo, etc.

BUSINESS MODEL CANVAS

Nombre del proyecto Fecha

Alianzas clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de cliente
<p>Enumera los agentes con los que necesitas trabajar para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio (alianzas estratégicas, proveedores...)</p> <p>Aquí se puede trabajar desde el Mapa de Stakeholders.</p>	<p>Cuáles son las actividades centrales para tu empresa. Es importante tener claro este bloque porque es a lo que se dedicará tu empresa, el resto, lo que aporta menos valor, podrás subcontratarlo.</p>	<p>Para definir tu propuesta de valor es crítico saber qué problema ayudas a solucionar a tus clientes.</p> <p>Para analizar este bloque, puedes ayudarte del lienzo de propuesta de valor</p>	<p>Reflexiona sobre cuál va a ser tu relación con los clientes. Dónde empieza y dónde acaba esta relación. También tu estrategia en Redes Sociales y en Marketing online será clave en tu relación con clientes.</p>	<p>Para determinar tu nicho de mercado pregúntate a quién creas valor.</p> <p>Para analizar este bloque existen lienzos de trabajo específicos, como el lienzo de propuesta de valor, el Buyer persona o el Mapa de Empatía.</p>
	<p>Recursos clave</p> <p>¿Qué necesitas para llevar a cabo la actividad de tu empresa? Los recursos pueden ser físicos, económicos, humanos o intelectuales.</p>		<p>Canales</p> <p>Identifica cuál va a ser el medio por el que vas a hacer llegar tu propuesta de valor a tu segmento de clientes objetivo</p>	
Estructura de costes		Flujos de ingresos		
<p>Después de analizar las actividades clave, los recursos clave y asociaciones clave, reflexiona sobre los costes que tiene tu empresa.</p>		<p>Tienes que tener claro cómo vas a ganar dinero. Al principio pon todas las opciones que se te ocurran y posteriormente testa cómo y cuánto está dispuesto a pagar tu cliente objetivo (venta de activos, suscripción, publicidad...)</p>		



Programa de fomento de la cultura emprendedora en jóvenes



INNORURAL

Fomento de la innovación social
y la cultura emprendedora

JÓVENES
CASTILLA Y LEÓN

Subvencionado por la Junta de Castilla y León con cargo a la asignación tributaria del IRPF



**Santa María
la Real** fundación

empleo e
inclusión social



juventud
castilla y león



**Junta de
Castilla y León**