



Fey Alegría

Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social



CARTILLA



**EMPRENDIMIENTO
E INNOVACIÓN CON
PROPÓSITO**

Fe y Alegría Bolivia

Proyecto: Emprendimiento con propósito

Directorio

Bernardo Mercado, SJ
César Maldonado, SJ
Yerko Camacho Girona
Hna. Teresa Flores
Arturo Moscoso, SJ
Luis Adolfo Torres, SDB

Dirección Nacional

César Maldonado, SJ
Director Nacional

Yerko Camacho Girona
Subdirector Nacional

Elaboración de contenido

Mónica Arroyo Valda
Coordinadora Nacional del Proyecto Accenture

Diagramación

Stephanie Morón Dubois
Responsable Nacional de Comunicación

La Paz, Bolivia
2023

Índice

1. Innovar para emprender _____	1
2. Cadena de aprendizaje de emprendimiento e innovación con propósito en los centros técnicos y tecnológicos de FyA _____	4
3. Contenidos del curso de emprendimiento e innovación con propósito _____	7
4. Plantilla del modelo Canvas _____	9
5. Modelo Lean Canvas _____	13
6. Plan de negocios _____	16

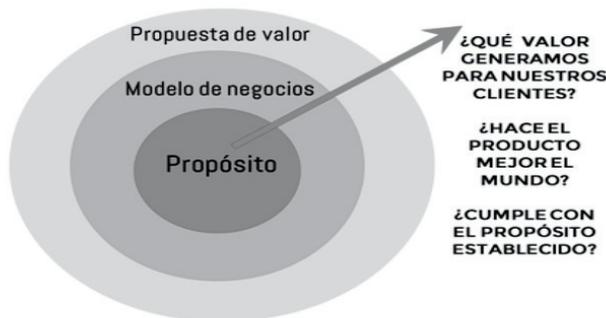
“Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso”

- Peter Druker

1. Innovar para emprender

La innovación surge cuando se presentan y/o aplican nuevas o mejores ideas/conceptos que cambian un proceso metodológico pragmático con la finalidad de perfeccionar un producto o servicio y esto, apegado a una visión emprendedora, se convierte en un engranaje para consolidar un nuevo proceso sistemático que puede llevarnos al éxito.

En ocasiones, cuando se habla de innovación se piensa en inventos nuevos; sin embargo, aunque un invento llegue a ser innovación, puede que nunca sea un emprendimiento, sino que se queda en la fase de prototipo. Para llegar a ser un emprendimiento tiene que ser validado con los clientes y crear un modelo de negocio que sea viable, rentable y escalable.



Las preguntas que guían para la toma de decisión de un **emprendimiento con propósito** son:

- ¿En qué creo?
- ¿Qué cambio quiero para el mundo?

Descubriendo tu talento

¿Qué personalidad tengo, según el eneagrama? de Claudio Naranjo.

El eneagrama agrupa la conducta humana en 9 tipologías de personalidad, estudia el comportamiento y la naturaleza de los vínculos que nos unen a otras personas.



La explicación de cada una de las tipologías las encuentras en el siguiente enlace:
https://drive.google.com/file/d/1lcFSgvw_rM--qeDXIEwSnjCtdjCjyZF/view?usp=sharing

Reconociendo tus habilidades, con el apoyo de las inteligencias múltiples de Howard Gardner

La explicación de cada una de las habilidades las encuentras en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/file/d/1nzy_ujZw7_TL75wXZXWCdolnozglfnUG/view?usp=sharing



Beneficios por los que decidimos emprender

1. Tener libertad de tiempo y decisión.
2. Poder trabajar en algo que te apasione.
3. Tener un mayor control y una mayor relación entre el esfuerzo dedicado y el resultado obtenido.
4. Poder elegir trabajar con personas apasionantes.
5. Poder cambiar el mundo.
6. Generar un cambio intergeneracional y dar mejores oportunidades a tus hijos.

Estrategias que fortalecen los emprendimientos

- Laboratorio de emprendimiento
- Club de emprendedores
- Redes de Emprendedores
- Foro conversatorio
- Cowork Space
- Incubadora de emprendimientos
- Laboratorio de tecnología (Think tank)
- Protocolos de inserción

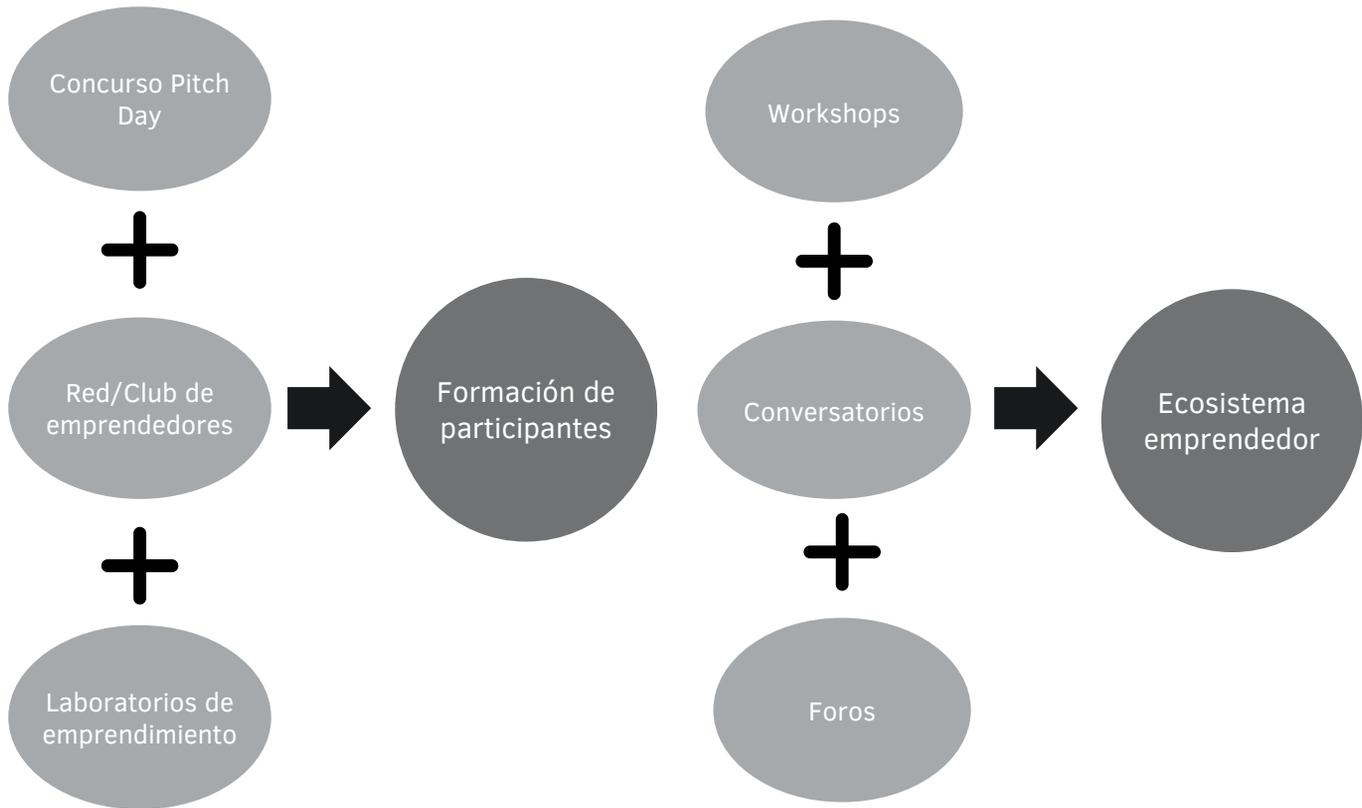


2. Cadena de aprendizaje de emprendimiento e innovación con propósito en los centros técnicos y tecnológicos de FyA

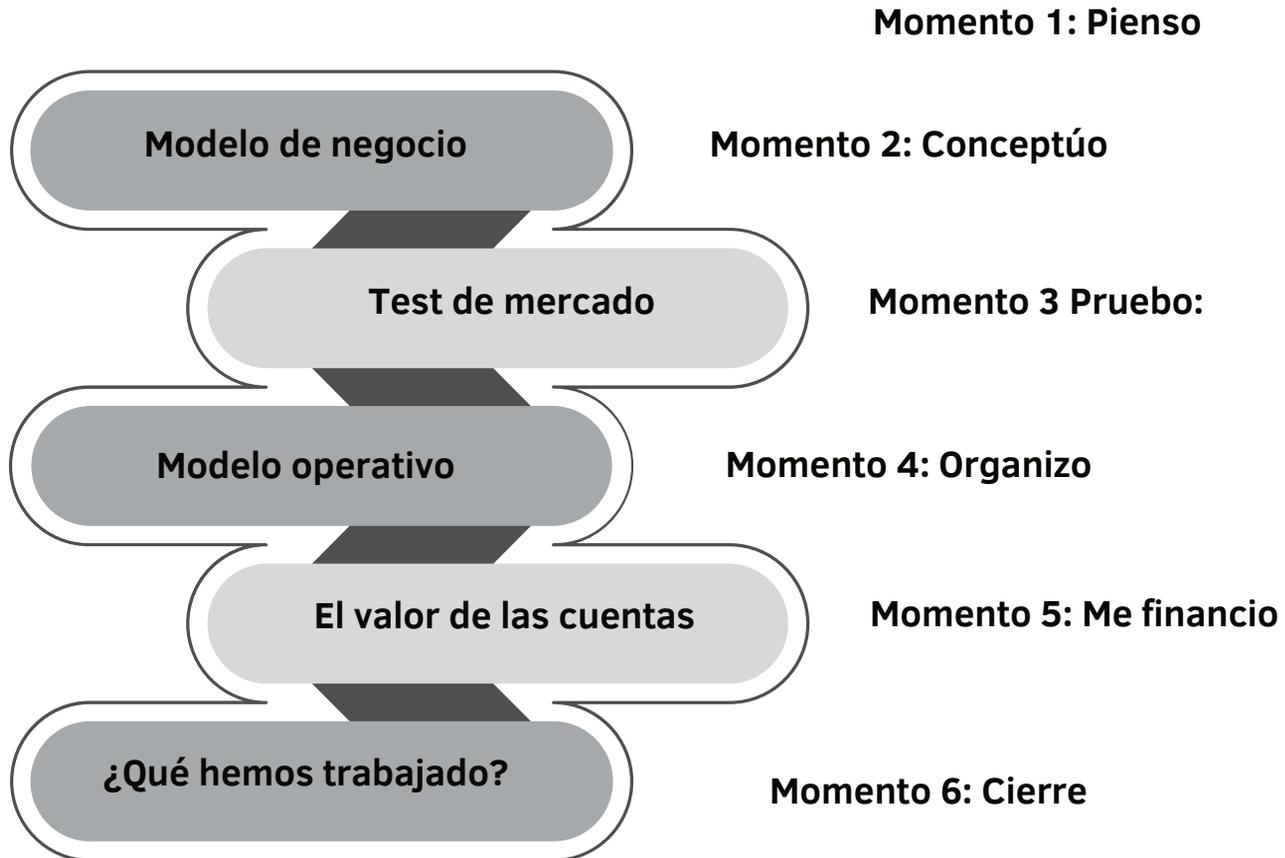


EMPRESAR PARA SERVIR

- Tu talento al servicio de los demás.
- La práctica...el camino a la excelencia.
- Un propósito mayor.
- Enfocados en el valor y el bienestar.



Innovar para emprender



3. Contenidos del curso de emprendimiento e innovación con propósito

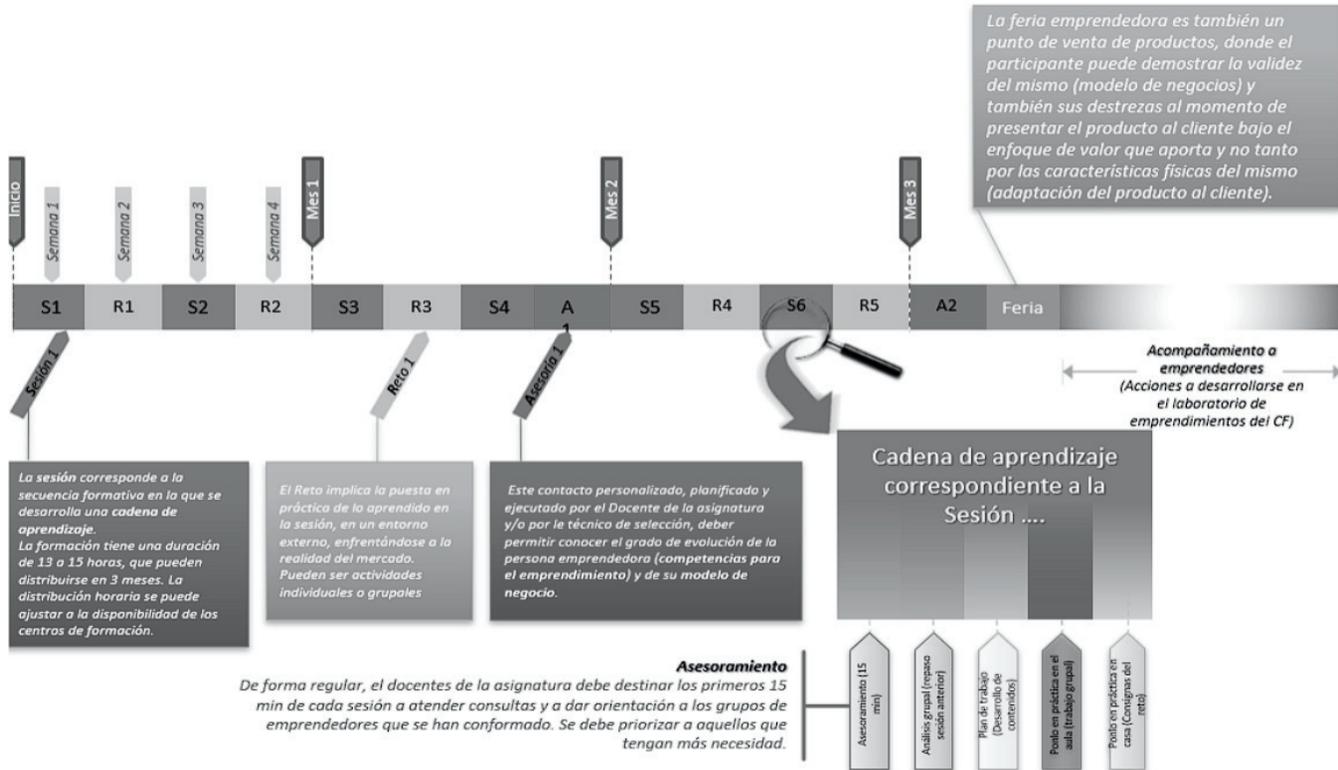
<https://www.formacionparaeltrabajo.org/siet/>

Antes de Comenzar: Conociendo y explorando más sobre el curso

1. El espíritu emprendedor.
2. Descubrir tu pasión lo cambia todo.
3. Servir a un propósito mayor.
4. Innovar para emprender
5. De la idea a la propuesta de valor.
6. Escuchar para validar.
7. Diseñando la propuesta (PMV).
8. Validando mi propuesta.
9. Tu red de contactos.
10. Evaluando mi modelo de negocio.
11. Socializando tu modelo de negocio.



Proceso FORMATIVO

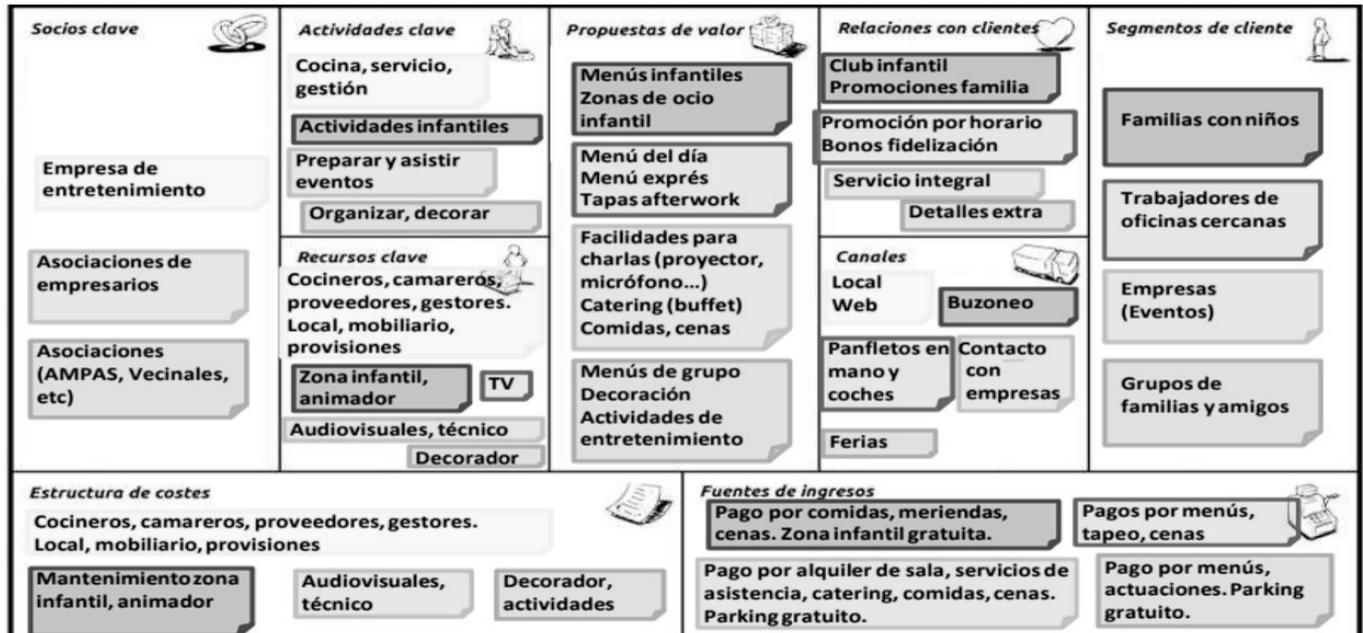


4. Plantilla del modelo Canvas

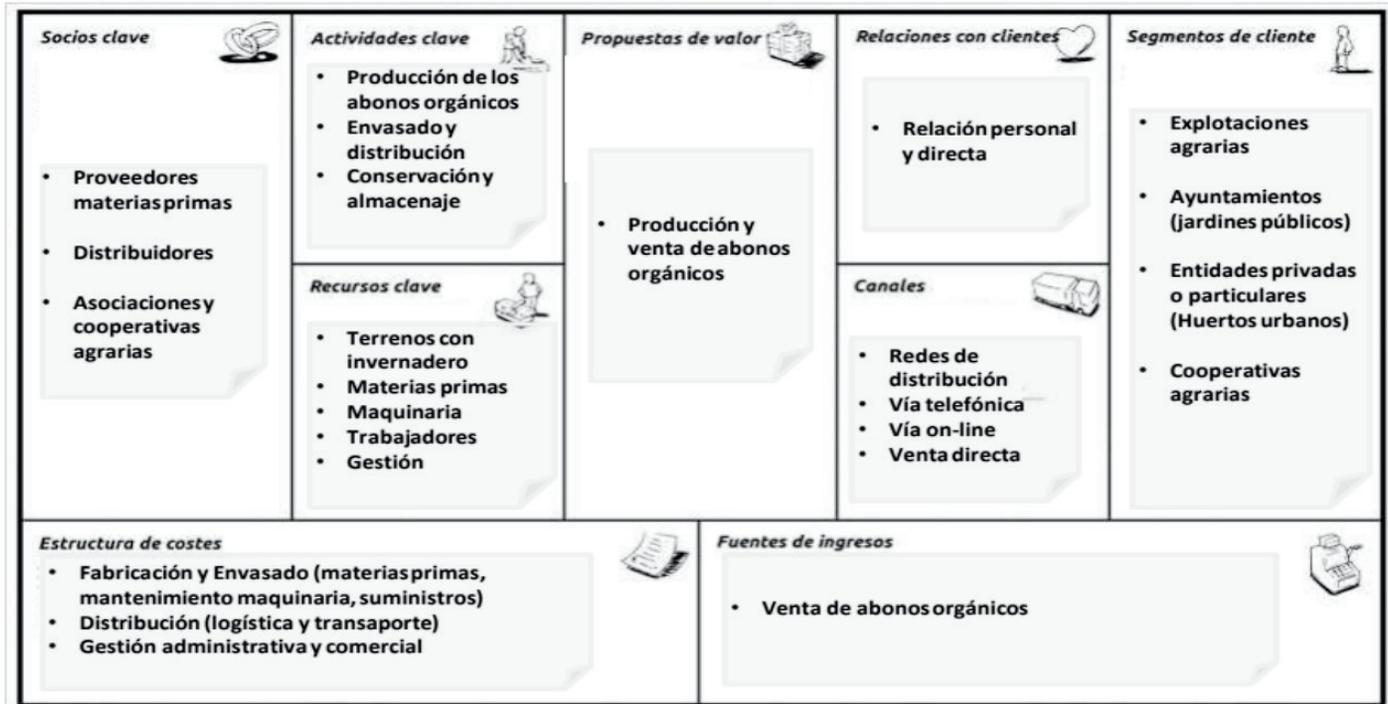


Ejemplos:

Modelo de Negocios de un Restaurante (Lienzo Canvas)



Modelo de Negocios – Empresa de abonos orgánicos



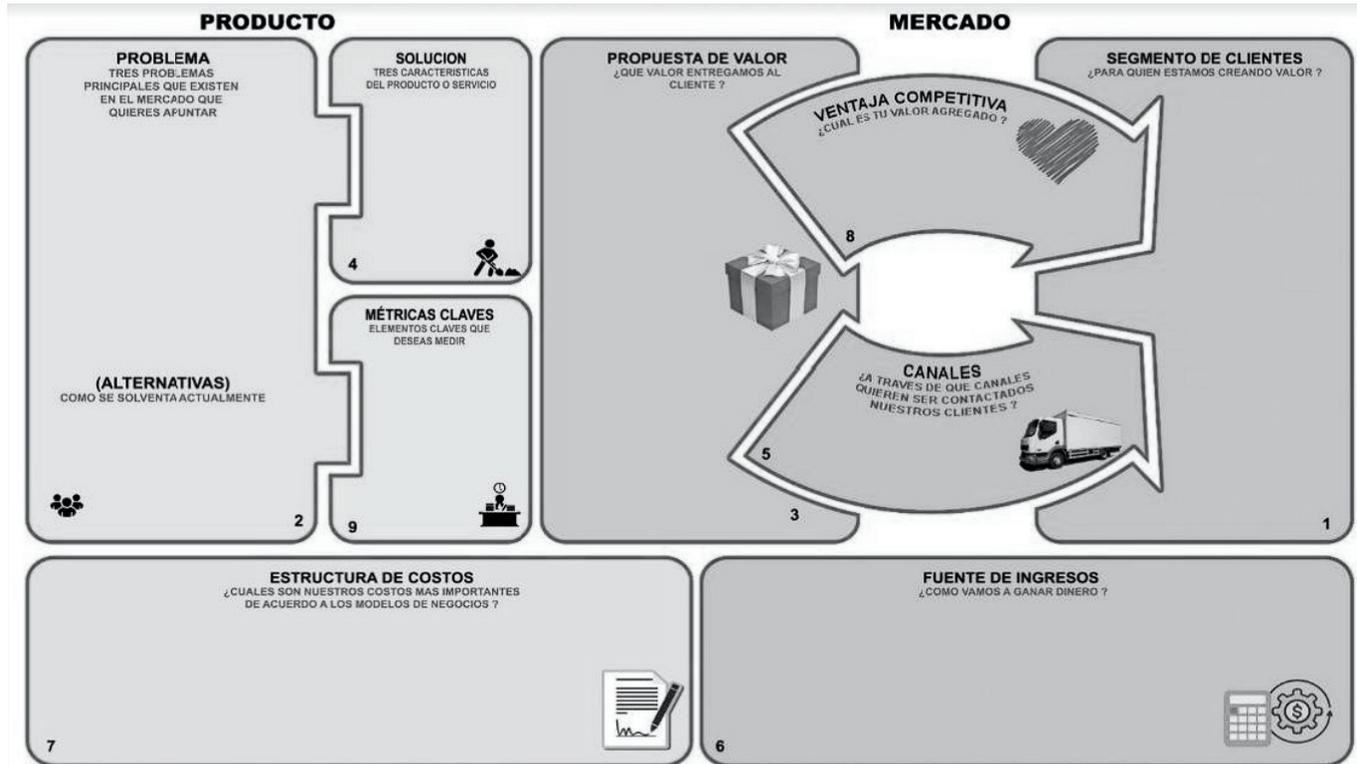
Fuente: Alexander Osterwalder

Modelo de negocio- peluquería y barbería

<p>Socios clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Gremio • Blogger , blogs de moda • Tiendas de moda vintage/hipster 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Servicios de peluquería y barbería • Comunicación • Mantenimiento redes sociales <hr/> <p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo técnico profesional • Oficina y equipamiento • Marca propia 	<p>Propuestas de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento de imagen • Afeitado y masajes faciales • Cortar, peinar, teñir, moldeado siguiendo una estética vintage 	<p>Relaciones con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación personal • Club social (Facebook, twitter) con fotos de peinados, consejos... • Promociones <hr/> <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Local • Web • Blogs de moda • Jornadas de moda en el local 	<p>Segmentos de cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres (18-50) con estética vintage • Hombres (18-55) con estética hipster
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento del local • Costes laborales • Publicidad 		<p>Fuentes de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes que pagan los servicios de peluquería y barbería 		

Fuente: Alexander Osterwalder

5. Modelo Lean Canvas



1. Segmento de clientes. Iniciamos con el relleno de este cuadrante y en el cual definimos cuál es el segmento de clientes que pretendemos dirigirnos con nuestra idea de negocio. Destacamos en este apartado la importancia de la detección y ataque de los clientes que pueden convertirse en early adopters (los primeros compradores de nuestro producto/servicio) porque son ellos los más susceptibles de empezar a usar nuestro producto o servicio y dar ejemplo al resto del mercado o instaurar una tendencia.

2. Problema. Se recomienda detectar los 3 principales problemas de tu público objetivo relacionados con tu campo de acción.

3. Proposición de valor única. La proposición de valor única es el beneficio diferencial que ofrece nuestro producto o servicio con respecto a otras soluciones parecidas del mercado. Es la razón o motivo (el reason why) por el que los clientes van a interesarse en la solución que plantea nuestro producto o servicio, y no en soluciones similares.

4. Solución. La solución que demos a esos problemas estará materializada en nuestro producto o servicio, es decir, estará en función del problema detectado. Si detectamos adecuadamente los problemas, podremos afinar mucho mejor la solución que ofrecemos. Nos centraremos en desarrollar óptimamente las 3 características de nuestro producto o servicio que van a permitirnos dar una solución a los problemas detectados, y dejamos el resto para más adelante.

5. Canales. Los canales son nuestro medio de acceso hacia los clientes. ¿A través de qué canales vamos a vender? ¿A través de qué canales vamos a comunicarnos con qué segmentos de clientes? ¿A través de qué canales vamos a captar nuevos clientes? En palabras simples, a través de qué mecanismo llegará el producto/servicio a manos de nuestro consumidor/usuario. A tomar en cuenta que la estrategia de canales debe abarcar la experiencia del consumidor al completo, y no sólo la fase de venta.

6. Fuente de ingresos. En este apartado debemos definir cómo va a ganar dinero nuestro emprendimiento. Es el momento donde debemos plantear las modalidades de compra/suscripción/alquiler, el margen de ganancia.

7. Estructura de costos. Recogemos en este punto todo lo que nos va a generar gasto en el lanzamiento y puesta en marcha del negocio, incluyendo: compra de stock/materia prima; alquiler de local; costes de adquisición de clientes; personal externo y contratados; material de oficina; logística y almacén; hosting; diseño web, tecnología; entre los principales.

8. Ventaja Competitiva. Es aquello que nos hace estar un paso por delante de los competidores y que es muy difícil o imposible de copiar o imitar. Puede ser un diseño exclusivo, una patente, barreras de entrada muy difíciles de penetrar, una tecnología específica, etc.

9. Métricas (indicadores) clave. Finalmente, una vez definido todo lo anterior, tenemos que determinar nuestros Indicadores Clave en el Desarrollo del Negocio. Habrá que definir pocos indicadores pero asegurarnos de que los datos que ofrecen son muy relevantes, porque deberán guiarnos en nuestra fase inicial y decirnos si vamos bien o hay que pivotar (reajustar).



6. Plan de negocios



Estructura de plan de negocios

1.- INTRODUCCIÓN	8. PLANILLA MENSUAL
2.- OBJETIVO	9. GASTOS OPERATIVOS Y MENSUALES
3.- MISIÓN Y VISIÓN	10. ORIGEN DEL CAPITAL INICIAL
4.- DEFINICIÓN DEL SERVICIO	11. DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL
5.- DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	12. PROYECCIONES DE VENTAS SEMANALES Y MENSUALES
6.- ORGANIZACIÓN DE TRABAJO	13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
7.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	

(Ejemplo Aurora Rossells FyA Chuquisaca)

7. Pitch comercial y discurso emprendedor

Idea de negocios:	
Redacta un Pitch de 60 segundos para presentar tu producto y/o servicio de tu negocio	
Afirmación sorprendente o pregunta sobre el negocio	
Cuenta quién eres y qué haces en relación a tu negocio	
¿Qué problemas y/o necesidades cubres con tu negocio?	
¿Qué soluciones aportas con tu negocio?	
¿Qué beneficios obtiene la gente contigo?	
¿Por qué tu proyecto de negocio es el más idóneo?	
Llamada a la acción de las personas	

Ejemplos de Pitch

“Te pones nervioso o te sientes inseguro cuando tienes que hablar en público, no sabes cómo empezar, qué decir, ni cómo. Hola ¿qué tal? soy Alicia Ro, comunicadora especializada en oratoria y preparo a profesionales para dar sus ideas y proyectos de forma brillante. Enseño a personas que por su trabajo tienen que dar charlas, conferencias o liderar reuniones, pero les falta preparación y la suficiente confianza para hacerlo. A través de cursos y clases particulares les ayudo con técnicas para que transmitan sus mensajes de forma clara, convincente y efectiva, con estas herramientas mis estudiantes ganan seguridad en sus presentaciones y además aprenden a captar la atención de su público y a cautivar en sus ponencias. Lo que hago es compartir con ellos los trucos de comunicación que he adquirido a lo largo de más de 14 años, como comunicadora presentadora, locutora. Si todo esto te parece interesante y quieres más información te espero con los brazos abiertos en mi página web aliciaro.com”

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

“¿Estás cansado de los regalos tradicionales, de esos que no dicen nada? ¿Sabías que el 80% de personas de personalidades fuertes no disfrutan de regalos convencionales? Todo esto implica mucho tiempo en pensar y buscar un regalo adecuado para esa persona adecuada. ¿Qué dirías si te hicieran un regalo que hable de vos? Cookiemania - pone tu idea en una galleta para que puedas combinar un rico sabor con la presentación ideal para esa persona especial. Todo esto se puede lograr gracias a tus ideas y nuestras manos para eso necesitamos que dejes de comprar esos regalos aburridos y compres nuestras galletas personalizadas para todos tus eventos. Soy Mica Puebla creadora de cookiemania, contactamos por Facebook, donde además vas a poder ver todos los diseños que ya sorprendieron a mucha gente.”

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



Fyabolivia 

FYABolivia 

Feyalegriabolivia 

Fe y Alegría Bolivia 

www.feyalegria.edu.bo 

Esta publicación cuenta con la colaboración de Accenture y Entreculturas.
El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de Fe y Alegría