

Herramientas para acelerar ideas de negocio orientadas a la economía social y solidaria a través de grupos focales con enfoque reproductivo



CLAVES Y CONCLUSIONES DE LA C.A.P. MANOS A LA OBRA



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 MARES de Madrid y las Comunidades de Aprendizaje orientadas al Práctica***
- 1.2 La CAP de Manos a la Obra***
- 1.3 Objetivo de este material***

2. PROPUESTA METODOLÓGICA

- 2.1 Itinerario programado de la CAP de Manos a la Obra***
- 2.2 Desarrollo de las sesiones del itinerario***
 - 2.2.1 El viaje de ser Evoneer***
 - 2.2.2 Diagnóstico Social y Teoría del Cambio***
 - 2.2.3 Canvas y los 6 sombreros para pensar***
 - 2.2.4 Mi Plan de Negocio***
 - 2.2.5 Impacto social y Economía Circular***
 - 2.2.6 ¿Echamos unos números?***
 - 2.2.7 ¿Cómo comunico mi proyecto?***
 - 2.2.8 Gamificación***
 - 2.2.9 Encuentro con expertos/as de la ESS***

3. MATERIALES EMPLEADOS EN LA CAP DE MANOS A LA OBRA

- 3.1 DAFO para Mares***
- 3.2 CANVAS para Mares***
- 3.3 “Cadenas de valor” de Mares***
- 3.4 Diseño de producto, ventas, marketing y comunicación para Mares***
- 3.5 Plantilla viabilidad económico-financiero adaptada a las necesidades de las formas jurídicas específicas de la economía social***
- 3.6 Propuesta de Plan de Negocio***

I.INTRODUCCIÓN

1.1 MARES DE MADRID Y LAS COMUNIDADES DE APRENDIZAJE ORIENTADAS A LA PRÁCTICA

El proyecto MARES Madrid es un proyecto de transformación urbana e innovación social a través de la economía social y solidaria, que busca fomentar iniciativas productivas y cambiar la ciudad de Madrid incidiendo en cinco sectores: movilidad, alimentación, reciclaje, energía y cuidados. Dentro de los objetivos de MARES está la creación de tejido comunitario y la promoción de buenas prácticas ciudadanas e institucionales que lleven a una ciudad más sostenible, saludable y cooperativa, de donde se derivan las Comunidades de Aprendizaje orientadas a la Práctica (CAPs).

Las CAPs en MARES son una conjunción de las Comunidades de Aprendizaje del ámbito escolar o académico, con las Comunidades de Práctica (E. y B. Wenger). Son espacios donde un grupo de personas comparten una inquietud, un problema o una pasión sobre algún tema o práctica concreta relacionable con alguno de los sectores estratégicos de MARES y donde interactúan regularmente para aprender a hacerlo mejor a través de unos objetivos compartidos. Las CAPs establecen internamente un plan de trabajo que incluye la definición de lo que quieren aprender, un cronograma y un método de intercambio de información, y funcionan mientras la temática siga siendo relevante y siga existiendo una comunidad de personas con ganas de innovar y aprender sobre el tema. Al estar más basadas en el aprendizaje conjunto que en unas tareas a ejecutar que empiezan y acaban, las CAPs se desarrollan, evolucionan o se dispersan de manera muy variable y particular en función del momento, la lógica, los ritmos y la energía social de su aprendizaje.

La participación en las CAPs puede ser a título individual o de un colectivo o entidad y suele estar basada en el compromiso mutuo, la voluntariedad, la diversidad como fuente de riqueza, diferentes niveles de participación y unas relaciones mutuas particulares. En función de su naturaleza y el momento en el que se hallen las CAPs pueden ser abiertas con entrada libre, cerradas, o con invitación según se decida. De esta última parte se deriva la materialización o “cosificación” como forma de experiencia en la consecución de un producto final. El término abarca una amplia gama de procesos que incluyen diseñar, hacer, definir, codificar o describir lo trabajado en la CAP ya sea en forma de materiales divulgativos, guías metodológicas y eventos o jornadas con el fin de hacer compartible lo aprendido.

En una CAP el trabajo está orientado a generar valor a varias escalas y a la producción de conocimiento orientado a la práctica. Es por ello que las claves para mantener activo el proceso grupal giran en torno al establecimiento de objetivos conjuntos, el reparto de responsabilidades a partir del compromiso, y el reconocimiento de la experiencia como fuente de utilidad. En términos de aprendizaje lo que se aprende en una CAP no es estático, sino que en sí mismo es una práctica continua y que evoluciona en su desarrollo.

1.2 LA C.A.P. DE MANOS A LA OBRA

La comunidad está formada por equipos o personas emprendedoras que quieren trabajar en su proyecto para mejorarlo a la vez que interactúan con otros proyectos con los cuales pueden crear sinergias. Una de las apuestas de esta CAP es su transversalidad, ya que los proyectos se enmarcan en cualquiera de los sectores MARES y cada uno se encuentra en una fase distinta de desarrollo de la idea. En total se han llevado a cabo tres ediciones de esta CAP, con aproximadamente un total de 60 proyectos participantes.

La CAP tiene una duración de 2 ó 3 meses, con una frecuencia semanal y una duración de 3 horas cada sesión. En esta CAP se combinan los recursos de asesoría y mentoring de Servicios Específicos (SE) con la metodología de la CAP, de esta manera a través de dinámicas grupales se favorece el aprendizaje colectivo enriqueciendo los proyectos participantes de la CAP. Es por ello que los proyectos salen fortalecidos desde un punto de vista técnico, a la vez que sus promotores/as desarrollan competencias emprendedoras durante el proceso.

Principales retos y objetivos técnicos a desarrollar:

- Modelo de negocio
- Teoría del Cambio y prototipado
- Estudio de mercado
- Marketing, comunicación y redes sociales
- Formas Jurídicas y economía social
- Viabilidad económico-financiera
- Impacto social positivo a escala

Principales competencias a trabajar y practicar:

- Iniciativa y autoconfianza
- Comunicación eficaz
- Oratoria y capacidad negociadora
- Trabajo en equipo
- Flexibilidad y adaptabilidad
- Planificación y orientación a resultados
- Toma de decisiones

1.3 OBJETIVO DE ESTE MATERIAL

Como se pretende hacer en todas las CAP, el objetivo de este material es hacer compatible lo aprendido. Para esta CAP el mayor valor generado, además de todo el desarrollo de los proyectos y el crecimiento de sus promotores/as, es la propuesta de trabajo en grupos heterogéneos de los modelos de negocio en formato aceleradora. Ciertamente es un formato

que ya se está utilizando en muchos otros lugares, incluyendo el factor de grupos heterogéneos en cuanto a su sector de actividad y el desarrollo competencial transversal. Sin embargo el hecho de que el formato esté plenamente orientado hacia economía social y solidaria, que el enfoque sea tanto productivo como reproductivo, y que los proyectos estén en diferentes fases de desarrollo, hacen de esta experiencia una propuesta de innovación social propiamente dicha.

Por tanto hacemos compartible en este material el itinerario llevado a la práctica, poniendo de relieve que el gran factor diferenciador de la propuesta son LOS CUIDADOS. Cuando hablamos de economía social nos referimos a proyectos de emprendizaje colectivo formados por equipos humanos de dos o más personas. La aplicación de herramientas de facilitación de grupos a estos procesos se nos ha revelado como crucial para generar estructuras sostenibles gestadas no solo en la imprescindible viabilidad de la idea, sino también en la cohesión entre los miembros, la conjunción de sueños y la compenetración de los sistemas vitales que cada promotor/a trae al campo grupal de la iniciativa. Y al mismo tiempo, la implementación de técnicas y herramientas de facilitación para generar entre el grupo procesos de aprendizajes enriquecedores en sentido integral, conjugando y sincronizando aspectos técnicos y competenciales de manera simultánea.

II. PROPUESTA METODOLÓGICA

2.1 ITINERARIO PROGRAMADO DE LA CAP MANOS A LA OBRA

I Sesión: El viaje de Ser Evoneer

Conocimiento de las etapas del viaje de Ser Evoneer y qué información trae a mi proyecto.

II Sesión: Diagnóstico Social y Teoría del Cambio

Cómo la Teoría del Cambio mejora mi proyecto.

III Sesión: Canvas y los 6 sombreros para pensar

Trabajar el Canvas de manera grupal a la vez que se practica el feedback con la técnica grupal de los 6 sombreros para pensar.

IV Sesión: Mi Plan de Negocio

Cuáles son los aspectos más importantes a desarrollar y con qué matrices/herramientas cuento.

V Sesión: Impacto social y Economía Circular

Incorporar la circularidad a mi proyecto. Aprendizaje sobre cómo obtener mayor impacto social y circularizar todos mis procesos internos y externos.

VI Sesión: ¿Echamos unos números?

Mejorando nuestro plan de viabilidad económico-financiera.

VII Sesión: ¿Cómo comunico mi proyecto?

Identificar mi estilo de comunicación y conocer las distintas herramientas para presentar mi proyecto (Storytelling, Presentaciones eficaces, Elevator Pitch).

VIII Sesión: Gamificación

Practicar para mejorar las competencias emprendedoras, conocer los distintos roles en los equipos y algunas técnicas de transformación de conflictos.

IX Sesión: Encuentro con expertos/as de la ESS

Tener un espacio de diálogo en el que presentar y recibir feedback para cada proyecto en materia de economía social y solidaria asociada al territorio.

2. 2 DESARROLLO DE LAS SESIONES DEL ITINERARIO

2.2.1 El Viaje de ser Evoneer

El objetivo de esta sesión es identificar posibles colaboradores para mi proyecto, identificar las competencias según el equipo promotor, tomar conciencia de los distintos roles que se dan en el equipo, así como la prevención-transformación de conflictos en el equipo promotor.

La metodología del “Viaje de ser Evoneer” ha sido aportada por Altekio tras su participación en el proyecto europeo SIRCLE: <https://www.sircle-project.eu/?lang=es>. Esta sesión comienza con una pequeña descripción del estado de cada proyecto, las expectativas que tienen de la CAP Manos a la Obra, y se presenta El Viaje de Ser Evoneer.

Se pide a las personas participantes que se posicionen en la fase en la que se sienten más representados. Una vez posicionados, se les invita a reflexionar sobre la información que trae cada fase y se hace una puesta grupal. Las fases del viaje son:

- Sintiendo la llamada / Encendiendo el fuego.
- Cruzando el umbral / Dibujando el mapa.
- Construyendo los círculos / Abrazando la diversidad.
- Atreviéndose/nos a actuar / Explorando el territorio.
- Enfrentando la Noche Oscura / Integrando las sombras.
- Alumbrando lo nuevo / Abriéndote / nos al potencial inesperado.
- Madurando el camino / Recogiendo la cosecha.
- Compartiendo el regalo / Celebrando con belleza.
- Volviendo a casa / Escuchando el futuro.

Para terminar, se puede hacer una dinámica para identificar necesidades presentes y fortalezas compartibles a modo de banco de recursos entre las personas participantes.

2.2.2 Diagnóstico Social y Teoría del Cambio

El objetivo de esta sesión es poder trabajar de manera profunda en la problemática que queremos abordar. Para ello se proponen dos herramientas: Diagnóstico Social y Teoría del Cambio.

Cada persona ha traído trabajado de casa, el Diagnóstico Social. El Diagnóstico Social es una herramienta que nos permite poder profundizar en la problemática que queremos resolver atendiendo a varios puntos:

- Dimensionar cuantitativamente el problema.
- Contexto periférico.
- Causas.
- Contexto inmediato.
- Consecuencias.
- Tendencias.
- Agentes.
- Usuarios/as.

Se analizan las preguntas en las que ha tenido más dificultad, cómo han superado esa

dificultad y qué claves ha aportado el Diagnóstico Social a los proyectos que estamos aprendiendo.

En una segunda parte de la sesión trabajamos la Teoría del Cambio que es una herramienta que nos ayuda a:

- Resumir los pasos con los cuales se planea cumplir nuestra meta.
- Ayuda a definir si tu trabajo está contribuyendo a lograr el impacto que visualizas y si hay otra forma que también necesitas considerar.

En este ejercicio nos centramos en los supuestos/asunciones que se tienen que dar para construir nuestra Teoría del Cambio y el impacto que van a tener nuestras actividades en el reto/problema que queremos resolver.

2.2.3 Canvas y los 6 sombreros para pensar

El objetivo de esta sesión es enriquecer nuestros Canvas con la visión grupal siguiendo la metodología de los 6 sombreros para pensar de Edward Bono.

La sesión comienza trabajando el Canvas social por apartados, mientras las personas participantes van desarrollando su modelo de negocio. Una vez explicado y elaborado el Canvas y ver algunas dudas surgidas comienza la segunda parte de la sesión que consiste en la presentación y enriquecimiento de los Canvas según la técnica de los 6 Sombreros para pensar. Es una técnica que facilitar la resolución o el análisis de problemas desde distintos puntos de vista o perspectivas:

- Blanco: Datos
- Rojo: Emociones
- Verde: Creatividad
- Negro: Juicio y cautela
- Amarillo: lógica positiva
- Azul: vista global, control de proceso

Cada participante expone su Canvas en 5 minutos y el resto de participantes ofrece su feedback en 10-15 minutos a través del uso de los sombreros y el acompañamiento de la persona facilitadora.

2.2.4 Mi Plan de Negocio

El objetivo de esta sesión es definir productos o servicios para luego la viabilidad. Hemos tenido ratos de trabajo en las tablas/ herramientas facilitadas, de presentación de resultados y de feedback.

Ver propuesta de índice y materiales en el **apartado 3**.

2.2.5 Impacto social y Economía Circular

Incorporar la circularidad a mi proyecto. Aprendizaje sobre cómo obtener mayor impacto social y circularizar todos mis procesos internos y externos. Primero se enmarcan el contexto de la Economía Circular y sus posibilidades y propuestas.

Tras la explicación, iniciamos una reflexión individual:

- a) ¿Cómo puedo hacer circular mi proyecto a lo largo de todo el proceso?
- b) ¿En qué aspectos tengo identificado la circularidad en mi proyecto? Identifícalos. Identifica 3 aspectos en los que incluir la circularidad en tu proyecto.
- c) ¿Con quién puedo colaborar para hacer mi proyecto más circular?
- d) ¿Cuáles son los obstáculos/dificultades que estoy encontrando?

Puesta en común y devolución del resto del grupo en clave de circularidad para aumentar el impacto integral de los proyectos emprendedores.

2.2.6 ¿Echamos unos números?

Mejorando nuestro plan de viabilidad económico-financiera. Se exponen todos los conceptos necesarios para calcular de manera adaptada a la fase de cada proyecto los conceptos de inversión, financiación, ingresos y gastos, con el objetivo de llegar a calcular un punto muerto o umbral de rentabilidad dentro del propio taller para cada iniciativa.

Todo se trabaja con la excel económico-financiera (**ver apartado 3**)

2.2.7 ¿Cómo comunico mi proyecto?

En esta sesión se trabajan cómo comunicar mejor nuestro proyecto, conociendo herramientas para una buena presentación (Storytelling, Presentaciones eficaces, Elevator Pitch), y practicándose posteriormente.

¿Cómo comunicamos nuestro proyecto? Conociendo herramientas para una buena presentación.

Se hace una puesta en común sobre presentaciones/ponencias/charlas que hemos vivido como asistentes y de las cuales hemos salido motivadas e inspiradas, estas presentaciones/ponencias/charlas suelen cumplir los siguientes puntos:

- a) Mensaje-Contenido.
 - Claridad/Sencillez en el mensaje.
 - Impacto del mensaje (ofrecer algún dato, pero sin saturar).
 - Adecuar el mensaje según el público y los objetivos a conseguir.
 - Conocimiento del contexto y de la competencia.
 - Acompañar el mensaje con ejemplos.
- b) Cualidades de la persona que comunica:
 - Sentido del humor.

- Seguridad (también a la hora de confrontar datos).
- Control del lenguaje corporal.
- Control del lenguaje verbal.
- Buena modulación de la voz.

Para cumplir todos estos puntos es necesaria una buena preparación:

- Detectar qué queremos transmitir.
- Diseñar la presentación (preparar el inicio así como el fin, ambos son importantes).
- Identificar nuestro estilo de comunicar.
- Entrenarse en la presentación.

A continuación, se presentan las siguientes técnicas para hacer presentaciones:

- **Storytelling:** Es el arte de explicar historias desde el corazón para generar una emoción y una implicación en quien las escucha. El orden que se propone es el siguiente:

Orden de la historia	Estructura	Función
Erase una vez...	Comienzo	Se introduce la historia y se establece la rutina del personaje principal
Cada día...		
Pero un día...	Hecho	La rutina del personaje principal se rompe
Debido a eso...	Desarrollo	Hay consecuencia directa por haber roto la rutina. No se clarifica si el personaje principal saldrá airoso al final.
Hasta que finalmente...	Desenlace	El personaje principal se embarca sobre éxitos y fracasos
Y, desde entonces...	Final	El personaje principal triunfa o falla y de nuevo la rutina se establece

Una versión que se propone es:

o *The story of me/* Mi historia.

o *The story of us/* Qué tiene que ver mi historia con las personas que vas a dirigirte.

o *The story of now/* Qué tienen que ver con el ahora. Por qué es importante

- **Pechakucha:** es un formato de presentación en el cual se expone una presentación de manera sencilla e informal mediante 20 diapositivas, mostradas durante 20 segundos cada una. Consiguiendo una presentación de 6 minutos y 40 segundos. La clave es que las diapositivas sean lo más visuales (imágenes) y sea una presentación muy fluida. Para tener más info: <https://www.pechakucha.org/>
- **Elevator pitch:** https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_Yjgvl El objetivo es poder entablar un discurso eficaz en un periodo de tiempo muy corto. Las claves son condensar la información y estructurar un discurso breve y efectivo.

- **Role play:** interpretar una escena donde se explique la solución que aporta el proyecto.

¿Qué quiero comunicar?

A través de las tarjetas de presentación y/o folletos que tienen los distintos proyectos se hace un pequeño autoanálisis sobre cómo se representan y se comparten mejoras.

Trabajando en mi presentación

Espacio de trabajo para que cada proyecto prepare su presentación.

- **Presentando mi proyecto:** En un tiempo de 3 minutos cada proyecto hace su presentación y recibe el feedback del equipo.
- **Puntos fuertes de las presentaciones del grupo a tener en cuenta:**
 - Aprovechar los recursos que te ofrece el espacio donde presentas.
 - “Salir a escena” de una manera que llame la atención.
 - Presentarse ante la persona/s a la se quiere dirigir.
 - Conectar con el público, ya sea a través de un comentario a una persona en concreto, lanzando preguntas, frases gancho.
 - Tener una presentación clara donde en cada fase se explique algo distinto del proyecto.
 - Llevar prototipos del proyecto.
 - Al finalizar la presentación dejar un contacto.
- **Puntos para reforzar de las presentaciones del grupo a tener en cuenta:**
 - Detallar de manera clara y sencilla los servicios/productos que se ofrece.
 - Cuando se pregunta al público esperar que responda.
 - Lenguaje corporal.
 - Que haya una lógica en la presentación.
 - Reducir las muletillas.
 - Controlar risas nerviosas.
 - No delatarse en los errores.

2.2.8 Gamificación

Practicar para mejorar las competencias emprendedoras, conocer los distintos roles en los equipos y algunas técnicas de transformación de conflictos.

“Actio de Ach”

ACTIO es un recurso de gamificación creado por **Acción contra el Hambre** para ayudar a personas emprendedoras a poner en marcha sus ideas de negocio. Se trata de un juego de mesa colectivo en el que las personas juegan a crear su negocio a través de la metodología learning by doing, es decir, aprender haciendo. Para ello han de conseguir todos los recursos necesarios (local, clientes, imagen corporativa, financiación...) y poner a prueba sus competencias emprendedoras

(flexibilidad, cooperación, capacidad de liderazgo, negociación, orientación al logro...).



ACTIO permite ensayar y probar sin riesgos nuestras ideas de negocio, nuestros planes de empresa, los sistemas de financiación o nuestro modelo de venta hasta mejorar lo necesario para saltar al mundo real. Además, ACTIO permite a las personas participantes adquirir o reforzar habilidades, actitudes y competencias ya que permite equivocarse cuanto sea necesario a través del juego.

ACTIO está diseñado para que las personas que lo jueguen experimenten las fases y elementos clave necesarios para poder desarrollar su proyecto empresarial en la vida real. En este sentido, el juego sirve como acelerador del proceso y como anclaje del mismo. Por tanto, continuamente se hace referencia a esta doble dimensión: cosas que pasan en el juego y su correspondencia “con el mundo real”. Otro elemento clave en el proceso de aprendizaje de las jugadoras y jugadores es el “metajuego”, es decir, la necesaria reflexión que debe producirse tras jugar para que se produzca el aprendizaje significativo.

“Cheff hats”

El objetivo es ver quién hace una mejor gestión de una empresa de fabricación de sombreros de papel.

El banco da a cada grupo una financiación inicial de 20.000 Boniatos, el día 20 tienen que pagar el alquiler del local que son 5.000 Boniatos y el día 25 devolver el préstamo con intereses, 25.000 Boniatos. Los lunes reciben el dinero del préstamo y de las ventas (a partir de la segunda semana), el martes compran materia prima para fabricar los sombreros (2.000 B/papel), el miércoles fabrican (explicar cómo se fabrican los sombreros), el jueves venden (a 4.000 B/sombrero). Pasan el control de calidad del jurado-banco, se chocan contra la mesa y los que se abran se devuelven. Tienen dos opciones venderlos a clientes de dudoso pago – se tira un dado: si sale par se lo compran por 5.000 Boniatos y si sale impar pierden el dinero y el material- o arreglarlos y venderlos a la semana siguiente), el viernes planifican la semana siguiente y el sábado van al supermercado –gastos personales- (5.00), el domingo se descansa.

Si hacen una mala planificación y se quedan sin dinero para afrontar sus pagos pueden pedir un nuevo crédito al banco siempre que sea de menos de 10.000 B. Cada semana el % de interés sube (2ª semana un 25 %, 3ª semana un 40 %, 4ª semana 50 %). Los días 12 y 26 (viernes de la segunda y última semana) hay imprevistos. Tiran los dos dados y se multiplica el nº x 1.000 B. Este pago imprevisto lo tienen que ingresar al banco.

A final de mes, sale un representante de cada grupo a explicar cuál ha sido su estrategia y cuánto han conseguido de beneficio.

"CHEFF HATS"

L	M	X	J	V	S	D
1 Cobro Dinero	2 Compra Material	3 Fabricación	4 Venta Producto	5 Planificación	6 Supermercado	7 DESCANSO
8 Cobro Dinero	9 Compra Material	10 Fabricación	11 Venta Producto	12 Planificación	13 Supermercado	14 DESCANSO
15 Cobro Dinero	16 Compra Material	17 Fabricación	18 Venta Producto 	19 Planificación	20 Supermercado	21 DESCANSO
22 Cobro Dinero	23 Compra Material	24 Fabricación	25 Venta/cobro producto 	26 Planificación	27 Supermercado	28 DESCANSO

PAGO ALQUILER → (from day 21)

DEVOLUCIÓN PRÉSTAMO → (from day 25)

2.2.9 Encuentro con expertos/as

El objetivo es generar un espacio de diálogo con una o varias personas técnicas en contacto con la Administración y que conozcan las realidades de la economía social y solidaria.

Uno de los valores añadidos de la propuesta es que cada proyecto hace una pequeña presentación de su propuesta de valor, de modo que se ensayan las presentaciones eficaces, y además se obtiene una devolución directa de una persona experta en forma de advertencias, recomendaciones y experiencias pasadas asociadas al territorio donde se quiere desarrollar cada actividad.

3 MATERIALES UTILIZADOS EN LA CAP MANOS A LA OBRA

3.1 DAFO para Mares

INSTRUCCIONES

¡Bienvenido al DAFO!

Para comenzar a utilizarlo sólo debes ir a "Archivo" y hacer clic sobre "Crear una copia". Ahora tendrás tu versión editable en tu propio Google Drive pudiendo incluso trabajar colaborativamente!

Completarlo es muy fácil. Sólo haz doble clic en los Post-It® y editarlos según sea tu necesidad.

En cada nota, encontrarás detalles sobre qué deberás considerar en cada bloque.

Información del proyecto

DAFO		Diseñado por: Nombre Persona(s)	Diseñado para: Nombre Proyecto	En:	duración:
FORTALEZAS	DEBILIDADES			Interno	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS				
COMENTARIOS ADICIONALES					




This project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Urban Innovative Actions Initiative



¿NECESITAS MÁS POST-IT®?

puedes analizar o crear cualquier de estos Post-It®

... y propón sobre el Canvas...

... los colores distintos te pueden servir para separar distintos tipos de clientes...

... o distintos propuestas de valor...

... si no te son útiles, simplemente borrarlos...

... es muy fácil, sólo hazlo!

3.2 CANVAS para Mares

INSTRUCCIONES

Bienvenido al CANVAS

Para comenzar a utilizarlo sólo debes ir a "Archivo" y hacer clic sobre "Crear una copia". Ahora tendrás tu versión editable en tu propio Google Drive pudiendo incluso trabajar colaborativamente!

Completarlo es muy fácil. Sólo haz doble clic en los Post-It® y editarlos según sea tu necesidad.

En cada nota, encontrarás detalles sobre qué deberás considerar en cada bloque.

Lienzo Canvas					Diseñado por: NOMBRE	Diseñado para: Proyecto	En:	duración:
Colaboradores	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con Clientes	Segmento de Clientes				
	Recursos Clave		Canales					
Estructura de Costos		Vías de Ingreso						




This project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Urban Innovative Actions Initiative



¿NECESITAS MÁS POST-IT®?

puedes analizar o crear cualquier de estos Post-It®

... y propón sobre el Canvas...

... los colores distintos te pueden servir para separar distintos tipos de clientes...

... o distintos propuestas de valor...

... si no te son útiles, simplemente borrarlos...

... es muy fácil, sólo hazlo!

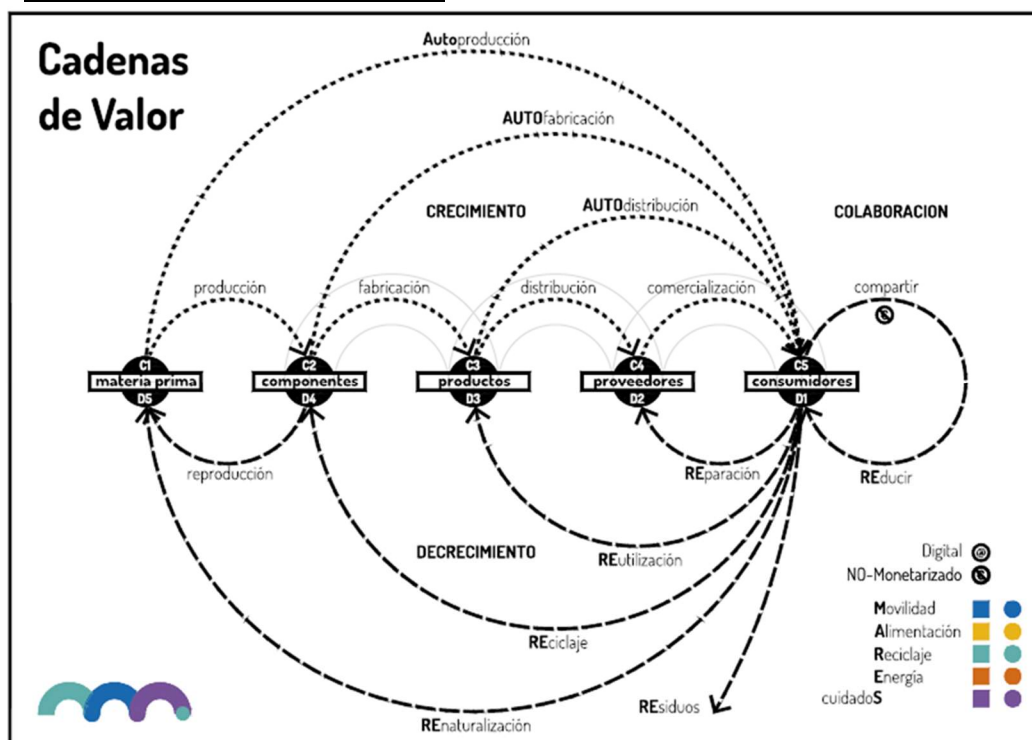
7 COLABORADORES Las redes del proveedor y los socios que hacen que mi proyecto funcione. ¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione? Alianzas de estrategia entre no competidores. Cooperación: estrategias de asociación entre competidores. Empresas conjuntas para crear nuevos proyectos. Relación con clientes Relación con proveedores	5 ACTIVIDADES CLAVE Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor? -Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, Redes, etc. 6 RECURSOS CLAVE ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor, nuestros canales, nuestras relaciones con los clientes, nuestras fuentes de ingresos?) -Físico -Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.) -Humanos -Financieros (garantías, grandes inversiones)	2 PROPUESTA DE VALOR Es la razón por la cual los clientes/usuarios escogen una empresa u organización sobre otra. ¿Qué ofrecemos? ¿Por qué los consumidores me eligen a mí? ¿En qué me diferencio de la competencia? ¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes? ¿Le ayudamos a resolver algún problema? -Novedades /Innovaciones -Diseño -Precio -Calidad -Rapidez -Estatus de marca -Accesibilidad, etc.	3 RELACIÓN CON CLIENTES (estrategia de comunicación) Cómo nos acercamos a nuestros clientes para comunicar nuestra propuesta de valor. ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros clientes? -Off line: Tarjetas de visita, Promociones, Revistas, Radio... -On line: Web, Twitter, Facebook, Blog, etc... 4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística) ¿Cómo llegamos a nuestros clientes/usuarios? -Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio, mayoristas, tiendas aliadas, etc.	1 SEGMENTOS DE CLIENTES Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a las que mi proyecto quiere llegar. ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? Es importante conocer bien a nuestros clientes, lo que piensan, lo que opinan, conocer sus problemas, sus necesidades, para intentar cubrirlos.
8 ESTRUCTURA DE COSTES E INVERSIÓN INICIAL INVERSIÓN INICIAL Todos los costos necesarios para empezar el proyecto. -Costes Fijos -Costes Variables FINANCIACIÓN Todos los ingresos necesarios para iniciar el proyecto. -Financiación propia -Financiación ajena		9 GENERACIÓN DE INGRESOS Para qué valor están dispuestos a pagar mis clientes. INGRESOS Todos los ingresos necesarios para que el proyecto sea sostenible económicamente. ¿Cómo generamos ingresos? ¿Actualmente porque se paga? ¿Cómo están pagando? ¿Cómo prefieren pagar? ¿Cuánto aporta cada fuente de ingresos? Ejemplos: Ventas de productos, Tarifas por servicios, Subvenciones, Donaciones, Publicidad, etc.		
10 IMPACTO SOCIAL: COSTES SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES (Ejemplo: movilidad no sostenible, falta de eficiencia energética, dificultad de acceso por motivos económicos, de accesibilidad o por falta de recursos técnicos.)		11 IMPACTO SOCIAL: BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES (Ejemplo: Uso de materiales reciclados, productos accesibles a personas con diversidad funcional, tener las cuentas de mi proyecto en Banca Ética)(Realizar donativos a proyectos sociales)		

Servicios Específicos - CANVAS Social
Nombre de Proyecto:



MADRID

3.3 “Cadenas de valor”de Mares



3.4 Diseño de producto, ventas, marketing y comunicación para Mares



This Project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Urban Innovative Actions Initiative

MADRID

[illegible]

3.5 Plantilla viabilidad económico-financiero adaptada a las necesidades de las formas jurídicas específicas de la economía social

MARES - Plan Económico-Financiero	
INDICE de HOJAS	
1. Datos Previos	
2. Plan de INVERSIÓN y de FINANCIACIÓN (inicio)	
2a. (Aux Inversión) Cuadro de Amortización Contable	
2b. (Aux Financiación) Cuadros de Préstamo y Leasing	
3. VENTAS y COBROS (3 años)	
4. COSTE de VENTAS, MARGEN BRUTO y PAGOS (3 años)	
5. COSTE del PERSONAL (RRHH) (3 años)	
5a. (Aux RRHH) Salario de l@s Empleado(s)	
5b. (Aux RRHH) Cuotas Seguridad Social (por cuenta propia y ajena)	
6. Total INGRESOS y GASTOS (3 años)	
7. TESORERÍA (3 años)	
7a. (Aux Tesorería) IVA	
7b. (Aux Tesorería) IRPF / IS	
8. Resumen BALANCES de SITUACIÓN (3 años)	
9. Resumen CUENTAS de RESULTADOS (3 años)	
10. Resumen Abreviado BALANCES y CUENTAS de RESULTADOS (3 años)	
11. Gráfico RESULTADO vs TESORERÍA	
12. Cuadros INDICADORES Económico-Financieros	

Datos Previos	
Nombre del proyecto	
Tipo de actividad a desarrollar	Economía Circular
Nombre de/los emprendedor(es)	
Mes de inicio de la actividad	Marzo
Tienes derecho a Prestación por Desempleo	No
Formula jurídica del emprendimiento	Cooperativa o Sociedad Laboral
Régimen de la Seguridad Social de los socios/as	Autónomos
Impuesto aplicable	Impuesto de Sociedades
Tipo impositivo de aplicación	10%
Tipos de IVA en vigor	0%
	4%
	10%
	21%

¿CUÁNTO suponen los COSTES de PERSONAL (RRHH) que vamos a SOPORTAR?						
Conceptos	Total Anual - 1º Año					
	Importe Sueldo Bruto ANUAL	% Seg.S a Cargo del Trabajador	Sueldo Neto (Líquido) Anual	% Seg.S a Cargo de la Empresa	RETA ANUAL y Seg.S	Total Coste Empresa ANUAL
Emprendedor/a 1	9.600,0	0,0%	8.160,0			9.600,0
Emprendedor/a 2	9.600,0	0,0%	8.160,0			9.600,0
Emprendedor/a 3	9.600,0	0,0%	8.160,0			9.600,0
Emprendedor/a 4	0,0	0,0%				
Subtotal A (Emprendedoras/es)	28.800,0		24.480,0		1.800,0	30.600,0
Empleada/o 1 y 2	12.000,0	6,4%	10.032,0	32,0%	3.840,0	15.840,0
Empleada/o 3 y 4		6,4%		32,0%		
Empleada/o 5 y 6		6,4%		32,0%		
Empleada/o 7 y 8		6,4%		32,0%		
Subtotal B (Empleados)	12.000,0		10.032,0		3.840,0	15.840,0
TOTAL (A + B)	40.800,0		34.512,0		5.640,0	46.440,0

Situación del RETA en la que se encuentra el Equipo		1º Año		
Emprendedor		1. Tarifa Plana: primer alta o última hace más de 2 años		

Nº Puestos de Trabajo	1º Año	2º Año	3º Año
a. De Equipo Emprendedor o Personal por Cta Propia (en RETA)	3,0		
b. De Empleados o Personal por Cta Ajena			
TOTAL Nº Puestos de Trabajo	3,0	0,0	0,0

◀ ▶ ...
4. Coste Vtas, MB y Pagos
5. Coste Personal (RRHH)
5a. (Aux) Sal

3.6 Propuesta de Plan de Negocio

1. Resumen ejecutivo

2. Descripción de la idea empresarial

- 2.1. Definición del negocio
- 2.2. Expectativas sobre el negocio y objetivos a corto, medio y largo plazo
- 2.3. Ubicación del negocio y su justificación
- 2.4. Fecha de apertura

3. Equipo emprendedor

4. Plan de marketing

- 4.1. Descripción de cuál es el Producto o Servicio
- 4.2. Necesidades que satisface el producto o servicio
- 4.3. Estudio de mercado
 - 4.3.1. Características del mercado
 - 4.3.2. Ámbito geográfico
- 4.4. Evolución del mercado
- 4.5. Tamaño del mercado
 - 4.5.1. Características de la persona consumidora o cliente
 - 4.5.2. Análisis de competencia
 - 4.5.1. Previsión de ventas
 - 4.5.2. Plan de compras
 - 4.5.3. Estrategia de Precios
 - 4.5.4. Ofertas y promociones
 - 4.5.5. Comunicación y publicidad
 - 4.5.6. Alianzas y colaboraciones

4.5.7. Proceso de producción y control de calidad

5. Previsión de gastos e inversiones

- 5.1. Características de las Inversiones necesarias para la puesta en marcha
- 5.2. Gastos fijos y variables
- 5.3. Condiciones de cobros y pagos
- 5.4. Fuentes de financiación previstas

6. Plan de recursos humanos y organización de la empresa

7. Plan jurídico

- 7.1. Ventajas e inconvenientes
- 7.2. Trámites de constitución
- 7.3. Gastos de constitución
- 7.4. Gastos de puesta en marcha

8. Plan económico-financiero

9. Anexo