LABORA
AVALEM TERRITORI

# Guía metodológica:

# Taller de emprendimiento ludificado

## Acord Territorial de la comarca de la Safor

GENERALITAT VALENCIANA

LABORA
Servei Valencià d'Ocupació i Formació

GOBIERNO DE ESPAÑA | MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL | SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL SEPE

ESPAÑA PUEDE

LA SAFOR EMPRÉN | Programa experimental e-orienta
Acord Territorial de la Comarca de la Safor

Esta obra está bajo
una licencia Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional

# ÍNDICE

1. Presentación ..... 4

2. Objetivos ..... 6

3. Conceptos a trabajar previamente ..... 7

Fase I. Análisis de la idea ..... 8

Fase II. Modelo de Negocio ..... 9

Fase III. Validación de Modelo de Negocio ..... 11

Fase IV. Visibilidad económica ..... 12

Fase V. Financiación alternativa ..... 14

4. Diseño del Taller ..... 15

I. Material necesario ..... 17

Grupo 01 ..... 18

Grupo 02 ..... 19

Grupo 03 ..... 20

Grupo 04 ..... 21

Grupo 05 ..... 22

Grupo 01. Análisis de ideas ..... 24

Grupo 02. Modelo de Negocio ..... 25

Grupo 03. Validación del modelo ..... 27

Grupo 04. Viabilidad económica ..... 29

Grupo 05. Financiación alternativa ..... 31

Tarjetas para distribuir los roles ..... 33

II. Posibles respuestas a las preguntas del taller ..... 35

Caso 1. Análisis de la idea ..... 35

Caso 2. Modelo de Negocio ..... 36

Caso 3. Validación Modelo de Negocio ..... 36

Caso 4. Viabilidad económica ..... 37

Caso 5. Financiación Alternativa ..... 38

# 1. Presentación

La presente guía tiene como finalidad facilitar las herramientas, recursos e información necesaria para poder desarrollar con éxito un **taller de emprendimiento ludificado** en centros de formación, talleres de ocupación u otros programas formativos de la comarca de la Safor.

En la actualidad, el emprendimiento ha adquirido un papel fundamental en las aulas y centros educativos donde se promueve la cultura emprendedora desde las edades más tempranas. Así pues, con la realización de esta tipología de talleres se pretende reforzar el desarrollo de experiencias que desenvuelvan las competencias emprendedoras.

Se trata de un **taller presencial** dirigido al alumnado, **que incorpora una dinámica de grupo** junto **con una técnica de ludificación** con el objetivo de **fomentar la creatividad y el análisis de casos.**

Creemos que es imprescindible que los estudiantes aprendan y experimenten gracias a una educación activa y participativa que fomente no sólo la adquisición de conocimiento, sino también su autonomía y capacidad para innovar.

La ludificación es la aplicación de elementos de juego en actividades no recreativas y su uso ayuda a potenciar la motivación y la concentración. Tiene por objeto, implicar al alumnado a jugar y seguir adelante en la consecución de las metas establecidas en la propia dinámica de grupo mientras se realiza la actividad. En el caso que nos ocupa, la técnica de ludificación se desarrolla al inicio de la dinámica de grupo y  persigue atraer el interés sobre la actividad.

Señalar que esta guía metodológica se estructura en torno a cuatro bloques diferenciados, a saber:

**1. Conceptos previos:**

- Definición de las metodologías actuales de emprendimiento.

- Conceptos clave que intervienen en las fases de emprendimiento.

**2. Diseño del taller:**

- Descripción organizativa de la dinámica de grupo.

- Roles que intervienen en los grupos de discusión.

- Control de tiempos.

**3. Material necesario:**

- Cifrado para llegar a los supuestos prácticos.

- Casos prácticos para su posterior análisis.

**4. Posibles respuestas:**

- Propuesta de ideas a tener en cuenta para la reflexión de conceptos clave en cada uno de los casos prácticos

# 2. Objetivos

El objetivo general de esta guía metodológica es dotar al personal docente y/o técnico de los recursos y herramientas necesarias para desarrollar con éxito la dinámica de grupo.
Como en toda dinámica de grupo, al tratarse de una actividad grupal se busca, entre otros aspectos, la integración y cohesión entre los miembros de los equipos.

Por otro lado, en la práctica de este taller se persiguen una serie de objetivos específicos tales como:

- Estimular la creatividad del alumnado.
- Desarrollar el pensamiento analítico.
- Fomentar el trabajo en equipo.
- Reforzar la conducta para solucionar un problema.
- Mejorar las habilidades de comunicación.
- Practicar la oratoria profesional.
- Transferir lo aprendido en el aula sobre emprendimiento al caso práctico.
- Promover la participación y el debate activo para contrastar ideas.

# 3. Conceptos a trabajar previamente

La dinámica de grupo se plantea en torno a las distintas fases del proceso emprendedor. Para poder profundizar en el análisis de los casos será necesario familiarizarse con las metodologías actuales de emprendimiento cuya principal característica es la agilidad en la validación de las ideas de negocio, además de potenciar la innovación y el talento de los alumnos.

Con el objetivo de generar un debate analítico y profundizar en las fases que conlleva poner en marcha un proyecto emprendedor, hemos recopilado todos los conceptos clave que intervienen en este proceso como si de un manual se tratase.

En primer lugar, resulta imprescindible conocer la **metodología Lean Start Up.** Se trata de una metodología ágil que nos permite conseguir la flexibilidad e inmediatez que se necesita para atender la demanda del cliente y reducir la incertidumbre a la hora de emprender. Ha supuesto un antes y un después a la hora de determinar si un proyecto es viable o no. Esta metodología deja atrás el convencional plan de empresa y ha dado paso a la utilización de una serie de técnicas y herramientas más creativas e innovadoras para validar las ideas de negocio.

La estructura que se ha seguido para plantear los casos prácticos, pasa por las siguientes fases dentro del proceso emprendedor:

1. Análisis de la idea.

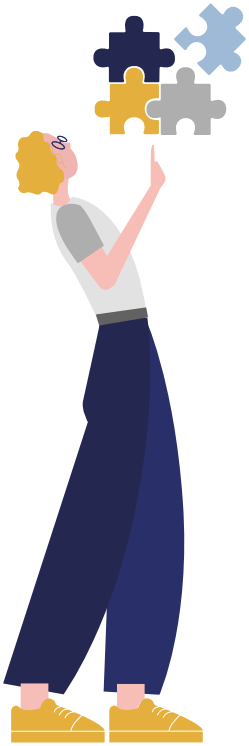
2. Diseño del modelo de negocio.

3. Validación del modelo de negocio.

4. Análisis de la viabilidad económica.

5. Financiación. Se plantea desde la línea de financiación alternativa.

# Fase I. Análisis de la idea.



El objetivo de cualquier emprendedor es, a partir de una idea inicial, tener la iniciativa y la decisión de transformarla en un modelo de negocio. Por ello, resulta importante contar con las **competencias emprendedoras** que permiten llevar a cabo un proyecto emprendedor.

Los conceptos que debemos trabajar en esta primera fase son:

- **Definición de la idea de negocio:** Un buen producto o servicio es aquél que está creado por y para nuestro cliente. Es importante ser consciente de cómo la idea inicial va a cambiar, evolucionar y adaptarse cada vez más al segmento del cliente objetivo.
  Emprender es el resultado de un proceso de generación de ideas que debe ir siempre acompañado de la capacidad de innovación y creatividad. Es crucial en estos primeros pasos, entender qué es lo que necesita el mercado para poder adaptarse a él.

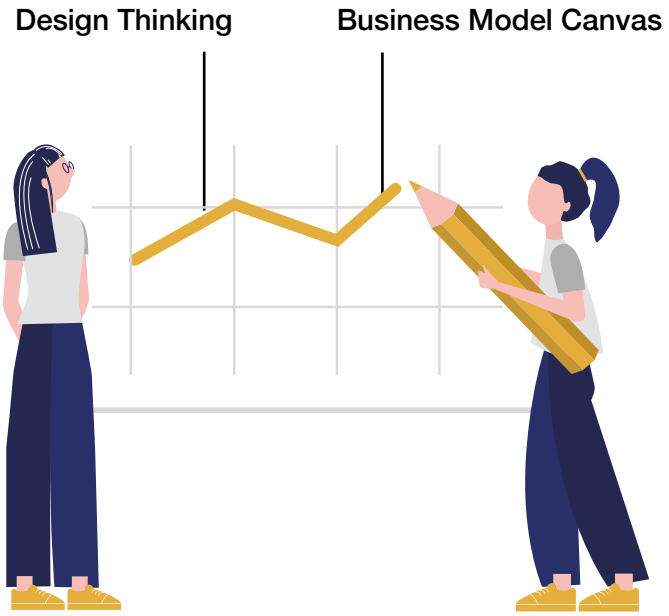
- **Análisis DAFO:** La empresa es totalmente dependiente de su entorno y su éxito depende en gran medida de cómo se relacione con él. Las debilidades y fortalezas constituyen el análisis interno. Las amenazas y oportunidades son el análisis externo.
  Realizar este análisis en la fase inicial de emprendimiento supone un acto de reflexión para planificar y priorizar las estrategias en el punto de partida a fin de aprovechar las oportunidades de mercado detectadas, preparar a la empresa frente a las posibles amenazas, explotar las fortalezas y mejorar las debilidades observadas.
  En el siguiente enlace, encontraremos una herramienta que facilita la Dirección General de la Pyme, para realizar una matriz DAFO: https://dafo.ipyme.org/Home

- **Benchmarking:** En un escenario de alta competitividad, resulta imprescindible realizar un análisis estratégico de los competidores referentes al sector. Con ello podremos:
  - Descubrir ideas inspiradoras e innovadoras aplicables al proyecto emprendedor.
  - Identificar fortalezas y debilidades de la competencia.
  - Muy recomendable la ficha de trabajo Benchmarking a la que se puede acceder a través del siguiente enlace: https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=13&n=11961&codMenu=4055

# Fase II. Modelo de Negocio

Diseñar el modelo de negocio es uno de los momentos más importantes del proceso emprendedor. Un modelo de negocio describe cómo una organización, crea, entrega y captura valor. Para ello, disponemos de una serie de herramientas y técnicas que nos ayudarán a elaborar nuestro propio modelo.

¿Qué conceptos trabajar en esta fase?




- **Design Thinking:** Una vez definida la idea, es momento de diseñar el modelo de negocio y planificar las acciones para desarrollar el proyecto empresarial. Para ello utilizaremos, en primer lugar, *design thinking.* Es una metodología de resolución que se enfoca en comprender las necesidades de los demás aportando soluciones con carácter innovador adaptándose a los gustos y deseos de las personas de la forma más certera posible.

Es recomendable, trabajar algunas herramientas de carácter cualitativo como “Mapa Persona”, “Mapa Empatía” “Entrevista Cualitativa” para profundizar más en el segmento de cliente al cual queremos dirigirnos y descubrir si nuestro producto o servicio, realmente responde a un problema/necesidad del mercado.

En el siguiente enlace, podemos encontrar más información sobre esta metodología: https://eorienta.lasaforempren.com/analisis-de-la-idea/

· **Mapa Empatía:** esta herramienta nos permite ponernos en la piel de nuestros futuros usuarios/as y nos ayuda a pensar como ellos, identificar qué ven, cómo sienten, qué les preocupa, etc.

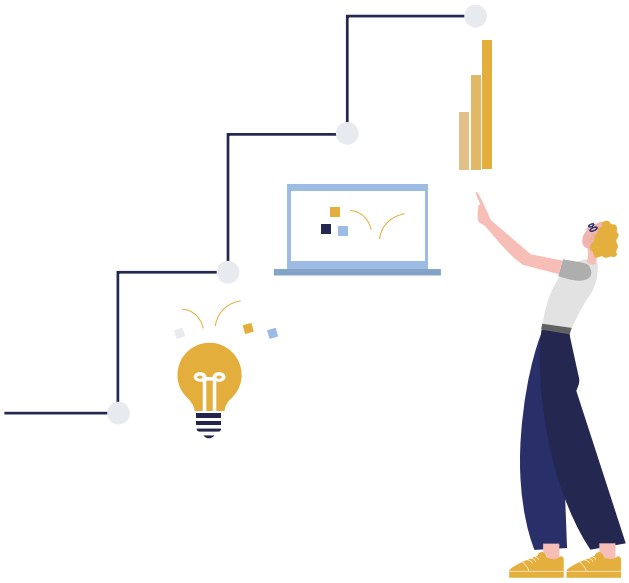
· **Entrevista cualitativa:** es una de los instrumentos más potentes para ayudarnos a validar una idea de negocio. Podemos manejar muchas estadísticas, tendencias, etc. Pero **hablar con la gente** siempre va a tener más solidez, nos va a dar mucha más información e ideas.

- ***Business Model Canvas*:** El lienzo de modelo de negocio, es una herramienta de análisis que nos permite tener claro qué vas a ofrecer al mercado, a qué segmento de clientes, qué recursos necesitaremos, cómo vamos a generar ingresos y cómo nos vamos a adaptar a los cambios. Es la representación gráfica de los 9 bloques que constituyen la base de un negocio.

En el diseño del modelo de negocio, la **propuesta de valor** representa el eje central de cualquier proyecto. Describe el conjunto de características y beneficios que crean valor a un segmento de mercado específico. Explica la necesidad que vamos a cubrir al cliente y por la que además, está dispuesto a pagar. El valor se puede aportar de muchas maneras, por ejemplo: simplificando un proceso, reduciendo costes, creando imagen de marca y *engagement,* entre otros.

A través del siguiente enlace, encontraremos las herramientas necesarias para trabajar el modelo de negocio: https://eorienta.lasaforempren.com/pildoras/disenyo_modelo/

# Fase III. Validación del Modelo de Negocio



Uno de los pasos más importantes será validar el modelo de negocio que hemos diseñado. Se trata de demostrar que el negocio que hemos identificado en las fases anteriores se puede convertir en un modelo de negocio repetible y **escalable,** que pueda generar un volumen de clientes necesario como para crear una empresa **rentable**.

Los conceptos a tener en cuenta en esta fase son:

- **Producto Mínimo Viable:** es la primera versión funcional de la idea de negocio que nos permite recabar la mayor cantidad de datos e información posible. Se recomienda reflexionar sobre las siguientes cuestiones:

  - ¿Hay un modelo de negocio real detrás de mi idea?
  - ¿Comprará la gente lo que estoy vendiendo?
  - ¿Cuál es el precio máximo que pagarán por lo que vendo?
  - ¿Lo comprarán suficientes personas?

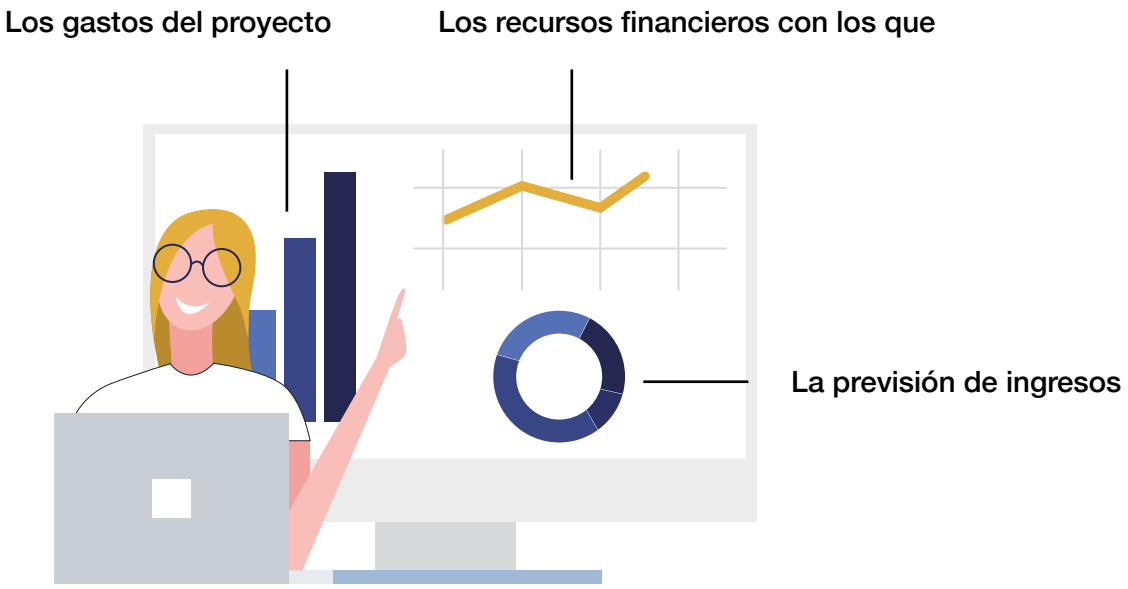
- **Experimentación:** en esta fase se realizan tests de prueba/error para determinar si hay un encaje producto-mercado lo suficientemente grande como para seguir con la idea inicial de proyecto o pivotar esa idea. Los experimentos más habituales son, entre otros, diseñar una *landing page* con un formulario de registro, crear una campaña de anuncios para atraer tráfico a una landing page, utilizar la técnica de *keyword research* para identificar cadenas de búsqueda rentables.

En el siguiente enlace, se puede acceder a técnicas, herramientas y ejemplos de experimentación a través de la plataforma BIKCEEI: https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=130&id=509

# Fase IV. Viabilidad económica

Realizar un plan de viabilidad económico ayuda a dibujar diferentes escenarios en relación al modelo de negocio que hemos diseñado.

Se estructura como una herramienta que refleja:




El análisis de viabilidad es clave para tomar decisiones y minimizar el riesgo además de suponer una ayuda a la hora de buscar financiación, socios o inversores.

Los conceptos más relevantes a tener en cuenta en este apartado son:

- **Inversión:** Analizar la estructura de inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto. Cuanto menor sea la inversión, menor será el riesgo.

- **Financiación:** A la hora de decidir cómo financiamos un proyecto emprendedor, es imprescindible valorar cuestiones como: el importe deseado; el plazo de devolución y el riesgo asumible. Habrá que decidir si nos endeudamos o si por el contrario dejamos que participen inversores en el proyecto. En cualquier caso, es importante minimizar los riesgos financieros, o sea, reducir en la medida de lo posible la dependencia de inversión externa (bancos, inversores, etc.).

- La **financiación pública y privada**, ofrece diferentes instrumentos financieros adaptables a las características de un proyecto emprendedor. La financiación privada, o más comúnmente bancaria, supone la vía más tradicional. Actualmente, todas las entidades bancarias disponen de una línea de financiación específica para Pymes y Autónomos que se adecuan a las necesidades de cada perfil.

  Para el caso práctico del taller planteado en esta guía, nos centraremos en la financiación pública que conforma todos aquellos instrumentos cuyo presupuesto provenga de fondos públicos y por tanto, ofrecen mejores bonificaciones en el interés.

  · **Préstamos ICO (Instituto de Crédito Oficial):** Son préstamos ofrecidos por el Ministerio de Economía. Financian el 100% de proyectos de inversión, actividades empresariales y/o necesidades de liquidez o gastos. Tienen un plazo de amortización de 1 a 20 años con la posibilidad de hasta 3 años de carencia de principal.

- **Previsión de Tesorería:** Supone hacer una previsión de cobros y pagos mensuales a lo largo del ejercicio. La previsión de tesorería nos ofrece una vista sobre todas las entradas y salidas de dinero. Es decir, nos permite conocer el **estado de liquidez** previsto de la empresa a corto plazo y su capacidad para hacer frente a los pagos del día a día.

- **Umbral de Rentabilidad:** Es el punto de equilibrio en el que los ingresos y los gastos son los mismos y por tanto no hay ni pérdidas ni ganancias. En definitiva, se trata de saber cuánto he de vender para poder cubrir los costes.

# Fase V. Financiación Alternativa

La financiación alternativa hace referencia al conjunto de instrumentos financieros que están fuera del circuito bancario. En los últimos años ha cobrado más relevancia a la hora de buscar financiación. Lo más destacado de estos modelos es su componente innovador y tecnológico, lo que asegura agilidad y flexibilidad, elementos ambos, clave en un entorno económico tan dinámico y exigente como el actual.

¿Qué mejoramos al elegir esta fuente de financiación?

- **Flexibilidad:** mayor adaptación a las características del proyecto emprendedor.

- **Diversificación:** es complementaria a otras líneas de financiación.

- **Rapidez:** Se evitan intermediarios. Contacto directo con los inversores.

Dentro de las alternativas en esta tipología de financiación, nos centraremos en:

- ***Crowfunding*:** Es una fuente de financiación colectiva. Realizar una campaña de *crowfunding* supone una oportunidad para testar una idea o un proyecto que se quiera llevar a cabo. Si se alcanza el objetivo previsto, podremos validar que el proyecto ha generado interés entre los inversores individuales (mecenas). Además, optar por esta vía para captar recursos financieros ofrece más accesibilidad (internet, redes sociales, etc.), menos costes y reduces el tiempo de consecución. En el caso práctico que se ha planteado en esta dinámica de grupo, hablamos de ***crowfunding* de recompensa,** es decir, las personas que financian el proyecto reciben algo a cambio.

Para profundizar más en la financiación alternativa, proponemos visitar el siguiente enlace:
https://eorienta.lasaforempren.com/financiacion-alternativa/

# 4. Diseño del Taller

El taller está pensado para trabajar con cinco grupos de trabajo. Con un número recomendado de 5 personas por grupo. No obstante, la dinámica se puede desarrollar con menos grupos y añadir o reducir personas por grupo. En este caso, la elección de los casos prácticos se hará en función de los contenidos impartidos previamente en el aula y viendo cuáles de ellos se ajustan más al perfil del alumnado.

Para la realización de este taller, se estima un tiempo mínimo de 40 minutos. Pudiendo alargarse hasta los 60 minutos en el caso de querer reforzar algún contenido específico. Con el fin de conseguir un mayor control sobre la dinámica, se ha fijado una duración orientativa en cada una de las partes. Según los grupos y el tiempo de la sesión se puede adaptar la duración de la actividad.

Una vez creados los grupos correspondientes, los pasos a seguir son los que se especifican a continuación:

**1. Reparto de roles entre los miembros de cada grupo.** (5 minutos)
Repartimos y asignamos a cada miembro del grupo su rol utilizando las tarjetas plastificadas (ver material necesario):

- **Portavoz.** Funciones:
  - Hablar en representación del grupo.
  - Realizar un resumen del caso práctico que se les haya asignado.
  - Exponer las conclusiones a las que ha llegado el grupo.

- **Secretario.** Funciones:
  - Anotar en papel todas las ideas que se discutan en el grupo.
  - Reflejar por escrito las conclusiones finales.

- **Dinamizador.** Funciones:
  - Fomentar que todos las personas del equipo participen y aporten ideas.

- **Vocal/es.** Funciones:
  - Participar activamente en la dinámica de grupo.

**2. Parte ludificada de la dinámica.** (5 minutos)

Repartimos una hoja con un cifrado diferente por grupo (ver apartado material necesario) que deberán descodificar y obtener una url para poder acceder al caso práctico en cuestión. En esta apartado el equipo docente podrá ayudar con pistas a la resolución del cifrado.

**3. Acceso a los casos prácticos.** (15 minutos)

Los casos prácticos están colgados en internet. En la parte final de esta guía encontrarás una copia de los mismos, que no es necesario imprimir.

Cada grupo procede a la lectura individual de los casos. Finalizada esta parte, deben responder las dos preguntas que se plantean. Lo importante es llegar a un acuerdo en las conclusiones obtenidas para la posterior puesta en común.

**4. Puesta en común.** (15 minutos)

El portavoz de cada grupo deberá describir su caso y las conclusiones a las que han llegado. El equipo docente podrá matizar /reforzar aquellos contenidos que se deseen.

**URL de los casos prácticos.** Las url descifradas de los casos prácticos son las que aparecen a continuación:

**Caso práctico 01**

https://bit.ly/analisisideas

**Caso práctico 02**

https://bit.ly/modelodeunnegocio

**Caso práctico 03**

https://bit.ly/validacionmodelo

**Caso práctico 04**

https://bit.ly/viabilidadeconomica

**Caso práctico 05**

https://bit.ly/financiacionesalternativas

# I. Material necesario

Los materiales necesarios para llevar a cabo la dinámica de grupo serán:

- Folios en blanco para la anotación de ideas, etc.

- Las tarjetas para el reparto de roles entre los miembros del grupo. Se recomienda plastificarlas para trabajar mejor con ellas.

- Los documentos impresos de los cifrados que servirán para descubrir la url que llevará al caso práctico.

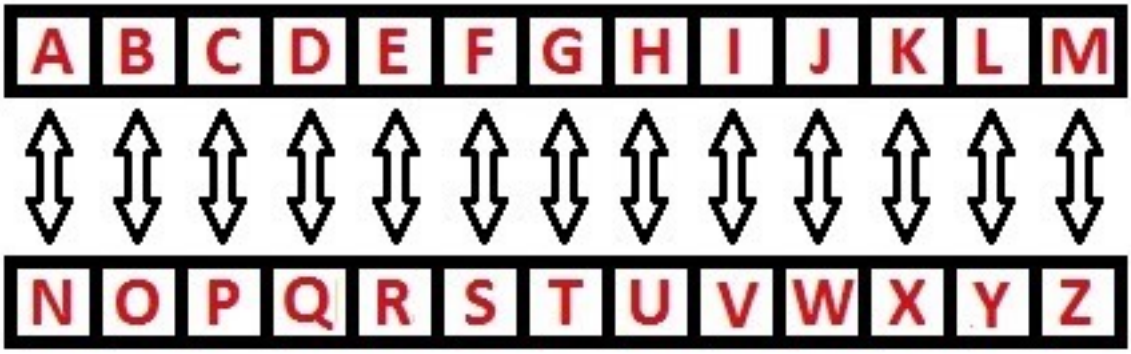
- Opcionalmente se puede usar una cuenta atrás en vídeo para ejercer cierta presión en la realización de la actividad. Por ejemplo se puede usar este vídeo y ajustar al tiempo que deseamos

https://www.youtube.com/watch?v=2nli1Gc4Bzw&ab_channel=Luis

## GRUPO 01

Descifra la siguiente dirección web. Luego accede a ella, lee atentamente y anota las respuestas a las preguntas que encontrarás.

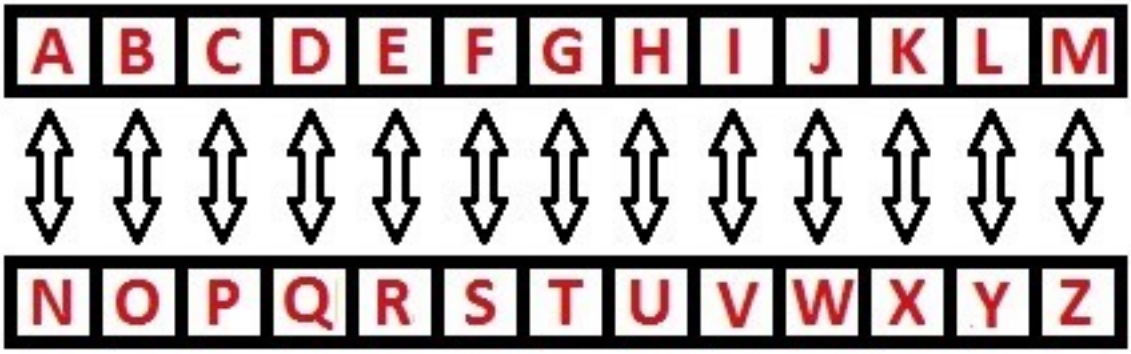
**uggcf://ovg.yl/nanyvfvfvqrnf**



## GRUPO 02

Descifra la siguiente dirección web. Luego accede a ella, lee atentamente y anota las respuestas a las preguntas que encontrarás.

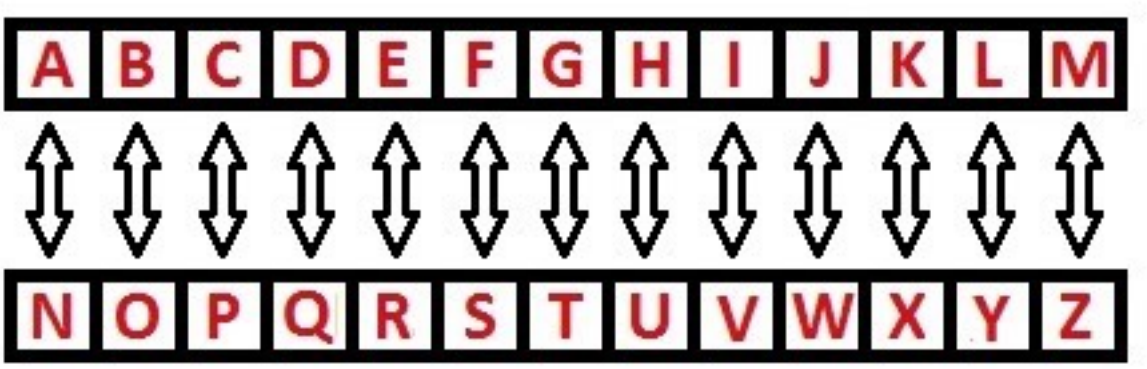
**uggcf://ovg.yl/zbqrybqrhaartbpvb**



## GRUPO 03

Descifra la siguiente dirección web. Luego accede a ella, lee atentamente y anota las respuestas a las preguntas que encontrarás.

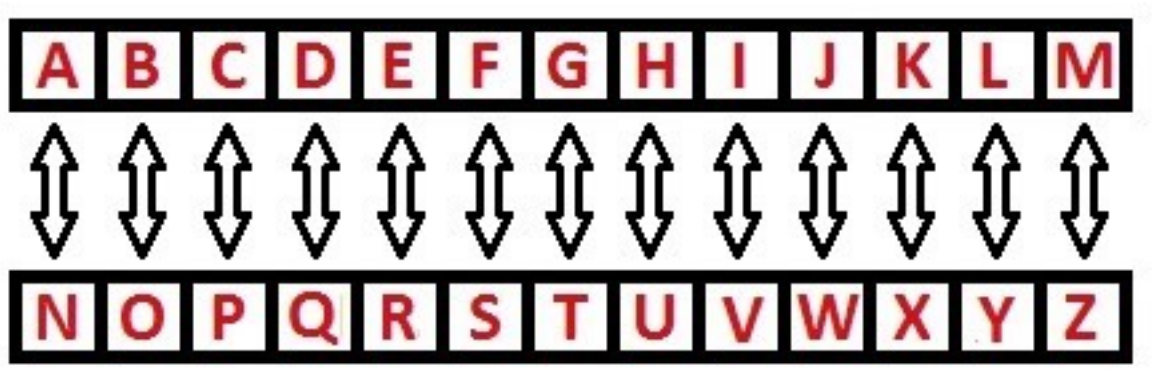
**uggcf://ovg.yl/inyvqnpvbazbqryb**



## GRUPO 04

Descifra la siguiente dirección web. Luego accede a ella, lee atentamente y anota las respuestas a las preguntas que encontrarás.

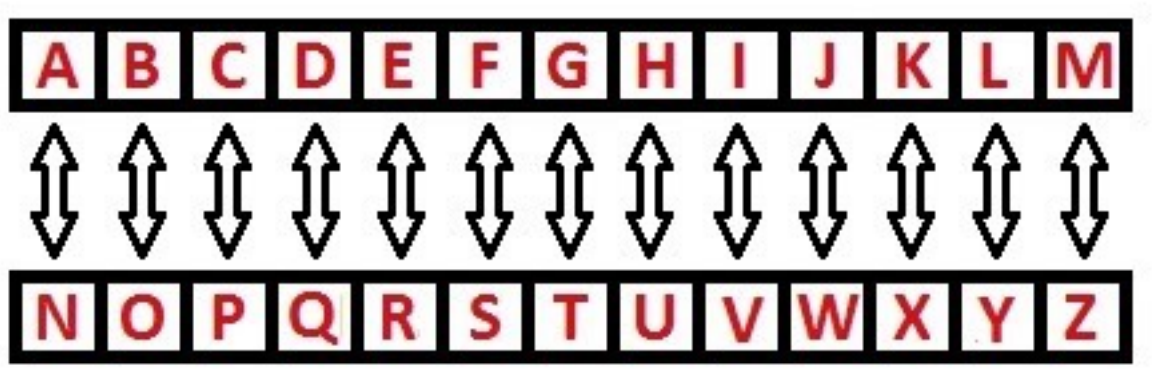
**uggcf://ovg.yl/ivnovyvqnqrpbabzvpn**



## GRUPO 05

Descifra la siguiente dirección web. Luego accede a ella, lee atentamente y anota las respuestas a las preguntas que encontrarás.

**uggcf://ovg.yl/svanapvnpvbarfnygreangvinf**



A continuación te mostramos los documentos a los que se acceden una vez descifradas las direcciones web. Recuerda que estos documentos serán visitados por el alumnado a través de las webs y que no es necesario imprimirlos.

# GRUPO 01: ANÁLISIS DE IDEAS

Lee atentamente el siguiente caso práctico. Después comentad en grupo y anotad en un papel las respuestas a las preguntas que hay al final.

## Caso práctico

Alejandro y Alicia quieren poner en marcha un **Hotel Rural con Encanto** orientado a familias, parejas y grupos de amigos. Ambos han estudiado FP, Alejandro Jardinería y Floristería y Alicia Gestión Administrativa. Además, Alejandro ha heredado una masía familiar con piscina ubicada en la Drova, lugar donde quieren implantar su idea de negocio.

Alejandro que ha trabajado durante tres años en un hotel de características similares en Arnés (Tarragona) , quiere enfocar el proyecto desde una perspectiva de desconexión aprovechando el entorno natural que lo rodea y poner en valor la gastronomía tradicional de la zona utilizando productos de proximidad que pretende cultivar y producir en la propia masía.

Lo primero que han hecho es identificar las tendencias en turismo rural para conseguir datos objetivos que apoye el proyecto. Han considerado importante, realizar un análisis DAFO con el fin de analizar las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas a las que se enfrenta la idea de negocio.

Por otro lado, son conscientes de que resulta imprescindible realizar un análisis estratégico de los competidores en el sector, por ello han llevado a cabo una investigación *online* de aquellos hoteles rurales con encanto que son un referente para ellos y también de los competidores directos en la zona, saben que eso les ayudará a descubrir ideas inspiradoras e innovadoras para su idea de negocio.

Finalmente, deciden que su segmento de clientes son familias con niños, parejas, y grupos de amigos con un punto en común: búsqueda de un ambiente tranquilo y relajado para poder disfrutar de unos días en plena naturaleza.

## Preguntas

**1.** ¿Qué creéis que se ha hecho bien? (*Nombra al menos dos acciones)*

**2.** Acciones a mejorar. (Nombra al menos dos acciones)

# GRUPO 02: MODELO DE NEGOCIO

Lee atentamente el siguiente caso práctico. Después comentad en grupo y anotad en un papel las respuestas a las preguntas que hay al final.

## Caso práctico

Alejandro y Alicia quieren poner en marcha un **Hotel Rural con Encanto** que llamarán **Villa Rural.** Ambos han estudiado FP, Alejandro Jardinería y Floristería y Alicia Gestión Administrativa. Además, Alejandro ha heredado una masía familiar con piscina ubicada en la Drova, lugar donde quieren implantar su idea de negocio.

Alejandro que ha trabajado durante tres años en un hotel de características similares en Arnés (Tarragona) , quiere enfocar el proyecto desde una perspectiva de desconexión aprovechando el entorno natural que lo rodea y poner en valor la gastronomía tradicional de la zona utilizando productos de proximidad que pretende cultivar y producir en la propia masía.

Después de un exhaustivo análisis de la idea de negocio utilizando diversas herramientas de *Design Thinking,* han llegado a la conclusión de que su segmento de clientes principal van a ser familias con niños a los que les gusta el turismo rural, practicar actividades en plena naturaleza, están muy concienciados con la sostenibilidad y la economía circular, llevan un estilo de vida *"slow"* y además valoran los productos ecológicos y cocinar en familia, entre otros aspectos.

Mediante la elaboración de un *Business Model Canvas,* han identificado que la **propuesta de valor** de su modelo de negocio es:

"***Villa Rural es un hotel rural con encanto que ofrece una experiencia única de desconexión en un entorno natural, cálido y acogedor. Facilita una vivencia emocional reconectando a las familias con la práctica de actividades conjuntas"***

Para que esta propuesta de valor se pueda desarrollar han trabajado en el resto de bloques del Canvas, prestando especial interés a:

**Actividades clave:** Escape Room Gastronómico. Talleres de cocina. Actividades deportivas de senderismo, rutas con tandem.

**Alianzas estratégicas:** Agencias y plataformas online de reservas.

**Relación con el cliente:** Redes sociales. Personalización de paquetes experienciales para futuras estancias.

## Preguntas

**1.** ¿Qué creeis que se ha hecho bien? (*Nombra al menos dos acciones)*

**2.** Acciones a mejorar.  (Nombra al menos dos acciones)

# GRUPO 03: VALIDACIÓN DEL MODELO

Lee atentamente el siguiente caso práctico. Después comentad en grupo y anotad en un papel las respuestas a las preguntas que hay al final.

## Caso práctico

Alejandro y Alicia quieren poner en marcha un **Hotel Rural con Encanto** que llamarán **Villa Rural.** Ambos han estudiado FP, Alejandro Jardinería y Floristería y Alicia Gestión Administrativa. Además, Alejandro ha heredado una masía familiar con piscina ubicada en la Drova, lugar donde quieren implantar su idea de negocio.

Alejandro que ha trabajado durante tres años en un hotel de características similares en Arnés (Tarragona) , quiere enfocar el proyecto desde una perspectiva de desconexión aprovechando el entorno natural que lo rodea y poner en valor la gastronomía tradicional de la zona utilizando productos de proximidad que pretende cultivar y producir en la propia masía.

Después de un exhaustivo análisis de la idea de negocio utilizando diversas herramientas de *Design Thinking,* han llegado a la conclusión de que su segmento de clientes principal van a ser familias con niños a los que les gusta el turismo rural, practicar actividades en plena naturaleza, están muy concienciados con la sostenibilidad y la economía circular, llevan un estilo de vida *"slow"* y además valoran los productos ecológicos y cocinar en familia, entre otros aspectos.

Mediante la elaboración de un *Business Model Canvas,* han identificado que la propuesta de valor de su modelo de negocio es:

"*Villa Rural es un hotel rural con encanto que ofrece una experiencia única de desconexión en un entorno natural, cálido y acogedor. Facilita una vivencia emocional reconectando a las familias con la práctica de actividades conjuntas*"

Saben que el siguiente paso es validar su modelo de negocio. Hasta ahora, todo el trabajo realizado está basado en hipótesis que deben testar en el mercado. Para ello, deciden crear un **Producto Mínimo Viable** que les permita comprobar que sus clientes potenciales están dispuestos a pagar por vivir la experiencia en la Villa. Con este objetivo, diseñan un experimento: una l*anding page* a través de una plantilla gratuita de wordpress. Con un diseño claro y atractivo, lanzan una propuesta de lo que sería una experiencia de fin de semana. Además, incluyen un pequeño formulario para recoger el correo electrónico con la promesa de avisarles de la inauguración de la villa en primicia.

Mantienen activa la landing page durante un mes. Analizan el resultado obtenido: un total de 100 personas han hecho “clic” en la página, pero solo 5 han cumplimentado el formulario, y 4 de ellos han preguntado si el hotel admite mascotas. Con las métricas e información obtenidas deciden introducir cambios en su modelo de negocio y mejorar la propuesta de valor.

## Preguntas

**1.** ¿Qué creeis que se ha hecho bien? (*Nombra al menos dos acciones)*

**2.** Acciones a mejorar. (*Nombra al menos dos acciones)*

# GRUPO 04: VIABILIDAD ECONÓMICA

Lee atentamente el siguiente caso práctico. Después comentad en grupo y anotad en un papel las respuestas a las preguntas que hay al final.

## Caso práctico

Alejandro y Alicia quieren poner en marcha un **Hotel Rural con Encanto** que llamarán **Villa Rural.** Ambos han estudiado FP, Alejandro Jardinería y Floristería y Alicia Gestión Administrativa. Además, Alejandro ha heredado una masía familiar con piscina ubicada en la Drova, lugar donde quieren implantar su idea de negocio.

Alejandro que ha trabajado durante tres años en un hotel de características similares en Arnés (Tarragona) , quiere enfocar el proyecto desde una perspectiva de desconexión aprovechando el entorno natural que lo rodea y poner en valor la gastronomía tradicional de la zona utilizando productos de proximidad que pretende cultivar y producir en la propia masía.

Una vez han validado su modelo de negocio, el siguiente paso es realizar un **análisis de la viabilidad económica financiera** del proyecto.

Lo primero que hacen es definir la inversión necesaria para la puesta en marcha y decidir cómo lo van a financiar. Con la reforma de la masía, la compra de inmovilizado material e inmaterial, gastos de constitución y primeras provisiones de producto, la inversión asciende a 80.000 euros.

Ellos, como socios, pueden aportar 20.000€. El resto del capital, siguiendo el consejo de su entidad bancaria, deciden solicitar un préstamo ICO con un plazo de amortización de 5 años (son optimistas y creen que van a tener el 80% de alojamientos cubiertos) y que les generará una cuota mensual de 1.200 euros.

Contemplan una estructura de gastos mensuales totales (proveedores, suministros, publicidad, personal contratado, servicios externos, etc.) de 7.500€. Alicia y Alejandro deciden no asignarse un salario durante los 6 primeros meses.

En una primera fase, plantean disponer de 6 habitaciones completas disponibles en fin de semana, de viernes a domingo. Suponen que tendrán un 80% de ocupabilidad, es decir unas 5 habitaciones cada fin de semana. El precio por noche lo fijan en 135€ por noche con desayuno incluido. Por tanto la cifra de ventas por fin de semana asciende a 1.350€, lo que al mes supone un total de 5.400€. De momento, solo tienen en cuenta los ingresos del alojamiento.

## Preguntas

**1.** ¿Qué creeis que se ha hecho bien? (*Nombra al menos dos acciones)*

**2.** Acciones a mejorar.  (Nombra al menos dos acciones)

# GRUPO 05: FINANCIACIÓN ALTERNATIVA

Lee atentamente el siguiente caso práctico. Después comentad en grupo y anotad en un papel las respuestas a las preguntas que hay al final.

## Caso práctico

Alejandro y Alicia quieren poner en marcha un **Hotel Rural con Encanto** que llamarán **Villa Rural.** Ambos han estudiado FP, Alejandro Jardinería y Floristería y Alicia Gestión Administrativa. Además, Alejandro ha heredado una masía familiar con piscina ubicada en la Drova, lugar donde quieren implantar su idea de negocio.

Alejandro que ha trabajado durante tres años en un hotel de características similares en Arnés (Tarragona) , quiere enfocar el proyecto desde una perspectiva de desconexión aprovechando el entorno natural que lo rodea y poner en valor la gastronomía tradicional de la zona utilizando productos de proximidad que pretende cultivar y producir en la propia masía.

Durante varios meses trabajaron y analizaron su modelo de negocio pasando por todas las fases que requiere la puesta en marcha de un proyecto emprendedor. Realizado el análisis económico y financiero, solicitaron un préstamo ICO por valor de 60.000 euros para cubrir la inversión necesaria en inmovilizado material e inmaterial, gastos de constitución, etc.

Llevan tres meses en activo, justo los de verano (junio, julio y agosto). Han pensado que sería interesante dar continuidad al uso de la piscina también durante la temporada de otoño invierno. Para poder hacer esta idea realidad, necesitan que sea climatizada. La solución más económica y sostenible es la calefacción solar para piscinas. El kit de paneles solares para una piscina de 40 metros cuadrados asciende a 3.200 euros.

Como ya tienen un préstamo concedido y no quieren solicitar más financiación bancaria, deciden recurrir a la **financiación alternativa** mediante una **campaña de *crowfunding*** en la plataforma Verkami, que es española y cuenta con reconocimiento a nivel europeo. Diseñan la campaña y necesitan recaudar 3.500€. Establecen que la aportación mínima por cada mecenas sea de 40€. La recompensa será una experiencia de un 1 día en la Villa, disfrutando de la piscina y un picnic en plena naturaleza.

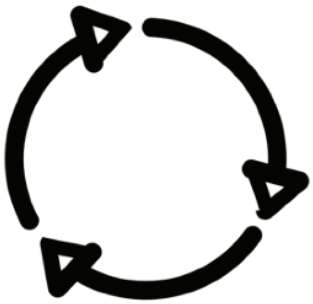
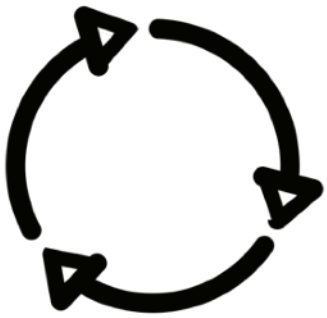
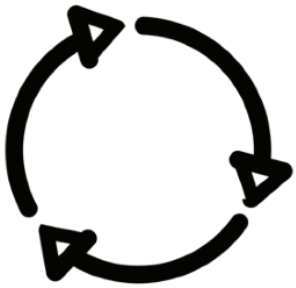
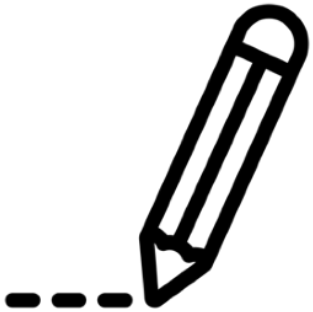
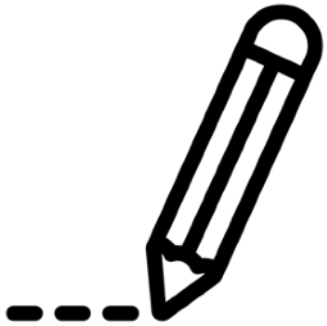
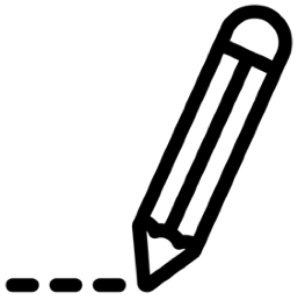
A las tres semanas ya han recaudado más de 5.000 euros. La campaña ha sido todo un éxito, pero ahora se han dado cuenta de un “pequeño-gran” problema: tienen más de 100 personas esperando a canjear su recompensa. Con los primeros cálculos, observan que no solo van a perder dinero , sino que necesitan casi un año para poder cumplir su promesa. Por tanto, han conseguido el objetivo para poder climatizar la piscina pero ahora necesitan elaborar una estrategia para satisfacer a sus mecenas y que éstos no se sientan engañados.

## Preguntas

**1.** ¿Qué creeis que se ha hecho bien? (Nombra al menos dos acciones)

**2.** Acciones a mejorar.  (Nombra al menos dos acciones)

## TARJETAS PARA DISTRIBUIR LOS ROLES (se recomienda imprimir, recortar y plastificar)

| | | |
|---|---|---|
|  DINAMIZADOR/A |  DINAMIZADOR/A |  DINAMIZADOR/A |
| PORTAVOCÍA | PORTAVOCÍA | PORTAVOCÍA |
|  SECRETARÍA |  SECRETARÍA |  SECRETARÍA |

| | | |
|---|---|---|
| VOCAL | VOCAL | VOCAL |

# II. Posibles respuestas a las preguntas del taller

En este último punto de la guía, proponemos una serie de posibles respuestas a cada uno de los casos prácticos que se plantean en la dinámica de grupo. Son sugerencias a tener en cuenta, para poder abrir un debate o para reflexionar sobre los conceptos indicados, siempre y cuando los grupos que intervengan no hagan mención a los mismos.

Seguidamente,

## Caso 1. Análisis de la idea

**¿Qué han hecho bien?**

- Ser un equipo multidisciplinar (especialidades que se complementan para la ejecución del proyecto)

- Experiencia previa en el sector de uno de los promotores.

- Análisis de las tendencias del sector donde quieren introducirse.

- Análisis DAFO

- Análisis de competidores: *Benchmarking.*

**¿Qué mejorarías?**

- Especialización en un solo segmento de clientes. En la explicación del caso, se habla de tres grupos de interés cuyas necesidades son muy diferentes.

- Utilización de *Design Thinking* en esta fase inicial del proyecto para empatizar con el cliente. Se recomienda hablar de herramientas como Mapa Empatía o Entrevista Cualitativa.

## Caso 2. Modelo de Negocio

**¿Qué han hecho bien?**

- Definir el segmento de clientes al que se van a dirigir, empatizando con sus necesidades, motivaciones y preocupaciones. Utilización metodología *Design Thinking.*

- Diseñar un Business Model Canvas.

- Elaborar una propuesta de valor que da respuesta a un problema identificado, como por ejemplo el hecho de que las nuevas tecnologías y el uso de pantallas representan un problema social y familiar.

- Proponer actividades innovadoras (por ejemplo, *escape room* gastronómico).

**¿Qué mejorarías?**

- Establecer alianzas estratégicas en el propio municipio para generar sinergias, mayor flexibilidad, mejores márgenes, etc:
  - Colaboraciones con guías locales.
  - Acuerdos con comercios de alimentación del municipio.

## Caso 3. Validación Modelo de Negocio

**¿Qué han hecho bien?**

- Elaborar un Producto Mínimo Viable.

- Diseño de experimentos para la validación del modelo de negocio.

- Analizar los resultados obtenidos para iterar el modelo y mejorar la propuesta de valor.

**¿Qué mejorarías?**

- Utilización de la técnica *keyword research* previamente a lanzar la *landing page,* para realizar una investigación de mercado online. Generar cadenas de búsqueda más largas implica tener menos número de visitas pero con una tasa de conversión mayor. Con esta acción, hubieran detectado que los usuarios que buscan hotel rural además

## Caso 4. Viabilidad económica

**¿Qué han hecho bien?**

- Definir la estructura de inversión y decidir cómo financiar.

- Solicitar un préstamo ICO. Características y ventajas.

- Realizar un análisis de la viabilidad.

**¿Qué mejorarías?**

- Realizar un análisis de viabilidad en dos escenarios posibles: uno pesimista y otro más positivo. Por ejemplo, para comprobar la capacidad de maniobra ante una mayor demanda en el caso de un escenario positivo, o para comprobar el estado de liquidez previsto a corto plazo y la capacidad para hacer frente a los pagos del día a día, en el caso del escenario más pesimista.

- Diferenciar varias líneas de ingresos: restauración, actividades, alojamiento.

- Importante: contemplar un salario para los dos promotores.

## Caso 5. Financiación Alternativa

**¿Qué han hecho bien?**

- Buscar los recursos económicos necesarios a través de la financiación alternativa.

- La estrategia de comunicación en la plataforma y en redes sociales.

**¿Qué mejorarías?**

- Análisis previo al lanzamiento de la campaña de *crowfunding*. ¿Tenemos capacidad de compatibilizar nuestros huéspedes con las invitaciones que se deriven de la campaña? ¿Podemos asumir los costes?

LA SAFOR EMPRÉN | Programa experimental e-orienta

Acord Territorial de la Comarca de la Safor

eorienta.lasaforempren.com