1.¿Cuál es el mejor modelo de negocio que don Pacho debe plantear para la elaboración de su propuesta desde el emprendimiento?

La metodología Canvas, el orientar su proyecto de emprendimiento centrado en el aspecto educativo, podrá ser desarrollado por medio de esta metodología con sus 9 formas de compulsarse, que se divide asi:

## 1. Segmentos de clientes

Se refiere a conocer bien tu público objetivo; a quién va a ir dirigida la oferta; cuáles son las preferencias de ese mercado o mercados, sus gustos, así como cuáles serán los clientes más importantes para el negocio y su propuesta de valor.

Cuando empiezas a tener clientes, y el número empieza a crecer, lo habitual es agruparlos por segmentos de forma lógica (edad, gustos, poder adquisitivo). Por esa razón es que hablamos de segmentación de clientes.

## 2. Propuesta de valor

Muy unido a este concepto están los clientes. Es decir, tienes una propuesta de valor que es lo que te diferencia en el mercado. Esa propuesta de valor hay que dirigirla hacia tus clientes, por lo que tendrás que establecer una relación con ellos a partir de ese principal argumento de tu oferta. La forma en la que se distribuye esa propuesta de valor al cliente es a través de una serie de canales.

## 3. Canales de distribución

Es la forma con la que vamos a establecer el contacto con el cliente. Estos canales pueden ser directos, mayoristas, a través de Internet o puntos de venta propios.

## 4. Relación con el cliente

Piensa cómo vas a relacionarte con cada tipo de cliente, teniendo en cuenta sus características y sus necesidades. Por ejemplo, si buscan un servicio de atención personalizado, si prefieren establecer una comunidad online y debatir en ese entorno, o qué es lo que buscan. Averígualo y mantén esa relación. El tipo de relación deberá ser coherente con el segmento de clientes a los que nos dirigimos, el tipo de propuesta de valor que les ofrecemos y estará condicionada por los recursos disponibles.

## 5. Fuentes de ingreso

Qué ingresos entran en nuestra empresa; cómo es el flujo (mensual, semanal, diario); cómo y cuánto está dispuesto a pagar tu cliente. Todas estas cosas tienen que ser coherentes con la propuesta de valor de nuestra empresa. Esto nos permitirá ver el margen de las distintas fuentes de ingresos para poder tomar decisiones acerca de la rentabilidad de la compañía.

Una vez llegados hasta aquí, donde ya sabemos cuál es nuestro entorno, es hora de crear alianzas, centrase en las actividades principales de tu negocio, y evaluar qué necesitas y cuál es la estructura de costes.

## 6. Recursos clave

Identificar los activos que una empresa necesita tener. Por ejemplo: maquinarias, tecnologías, recursos humanos, un local, bienes tangibles, etc. Todo esto te permitirá conocer la inversión que debes hacer para poseer estos recursos.

## 7. Actividades clave

Son actividades estratégicas que se desarrollan para llevar la propuesta de valor al mercado, relacionarse con el cliente y generar ingresos. A qué se dedicará tu empresa. Por ejemplo, si se dedicará a la producción, al diseño, marketing, distribución, o al mantenimiento.

## 8. Socios clave

Son los agentes con los que necesitas trabajar para desarrollar el negocio: inversores, proveedores, alianzas comerciales, o una autorización por parte de algún órgano de la Administración Pública.

## 9. Estructura de costos

Implica todos los costos que tendrá la empresa, una vez analizadas las actividades, los socios y los recursos clave. Además, será una forma de saber cuál es el precio que tendrá que pagar el cliente para adquirir el producto o servicio.

Una de las grandes ventajas de este modelo, es que estos 9 módulos que componen el modelo de negocio Canvas, quedan bien identificados y claros en una hoja de esta forma:

2.Revise nuevamente los siguientes ítems desde el emprendimiento y redefínalos, según si es necesario

·Título del proyecto;

Una vez establecida la línea y el tema, así como la problemática a abordar, se procede a formular el t**ítulo** del **proyecto**. Un buen **título** debe ser corto, preciso y conciso; exponerse de manera clara, definiendo los objetivos y las variables centrales de la propuesta

·Introducción

En tu proyecto empresarial, en la introducción se expondrán los siguientes temas de forma breve.

**. La idea**

Escribe la idea, plan o proyecto en palabra simples, evitando al máximo que el texto se envuelva de ambigüedades, hacerlo lo más entendible posible es el objetivo principal.

### . Las razones por la que se acomete la idea

Suelen ir ligadas a:

* Suministrar algo que es escaso.
* Suministrar un producto o servicio existente de una manera nueva/diferente o superior.

·Planteamiento del problema: Debe describirse CLARAMENTE, cuál es la esencia del proyecto empresarial (CORE BUSINESS), es importante que quede totalmente claro el objeto social, el impacto y la sostenibilidad de la nueva empresa y destacar si en términos de lugar, momento, forma, cultura, su empresa atenderá adecuadamente las necesidades del entorno y si la empresa a futuro puede lograr sostenibilidad. Se debe demostrar claramente con datos, cifras, hechos e investigación (principalmente etnográfica) la necesidad del entorno solucionada a través del proyecto empresarial

·Objetivo general

Los **objetivos generales tienen carácter genérico, se proyectan a largo plazo**, y consisten en la suma de objetivos específicos más pequeños que al final permitirán alcanzar la meta propuesta en el [Plan de Acción](https://www.emprendepyme.net/el-plan-de-accion.html).

Barney y Griffin, dos profesionales especialistas en la gestión y organización de empresas definieron los objetivos generales en cuatro grupos esenciales:

– Los **dirigidos a la orientación y dirección**.  
– Los que **facilitan la planificación**.  
– Los que resultan útiles para **motivar e inspirar a los empleados**  
– Los dirigidos a evaluar la **planificación y el control**.

Los objetivos generales son de especial utilidad ante los sucesivos problemas que pueden surgir y que requieran de la toma de decisiones difíciles.

·Objetivos específicos;

 La idea consiste que ante cualquier meta general que podamos tener en el negocio, es necesario saberla **desarrollar de forma gradual**, a través de sucesivas etapas que permitan corregir o evaluar la estrategia seguida. A la hora de **plantear cuáles van a ser nuestros objetivos específicos** es imprescindible realizar un **análisis previo que nos ayude a delimitar las metas en función del tipo de negocio**.

·Marco teórico;

Se presentan apartes bibliográficos sobre el tipo de negocio y el plan de empresa con sus respectivos pies de páginas y fuentes. Pueden considerarse otros marcos como el geográfico, cultural o tecnológico, con el fin de crear un estudio de mercado en la región, sobre la necesidad o no del proyecto empresarial

·Diseño metodológico;

**Metodología:**

es un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo del proyecto de emprendimiento. Se presentan los métodos y técnicas con las cuales se realizará el plan de empresa.

**Tipo de Estudio:**

el tipo de estudio es “Plan de Negocio”, el cual busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, todo financista, todo proveedor, todo comprador, etc., desea resolver:

• ¿Qué es y en que consiste el negocio?

• ¿Quiénes dirigirán el negocio?

• ¿Cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?

• ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?

• ¿Qué recursos se requieren para llevar acabo la empresa y que estrategias se van a usar para conseguirlos?

**Diseño metodológico:**

Es el conjunto de procedimientos y acciones utilizados para recopilar, organizar y analizar la información necesaria para la construcción del Plan de Negocio.

·Limitaciones y alcances;

Los alcances nos indican con precisión qué se puede esperar o cuales aspectos alcanzaremos en el proyecto empresarial y las Limitaciones indican qué aspectos quedan fuera de su cobertura (las “limitaciones” jamás se refieren a las dificultades de realización, sino a los “límites” o fronteras hasta donde llegan las aspiraciones del proyecto, siempre por referencia a los objetivos).

·Cronograma de actividades

El cronograma es la transcripción a tiempos de los procesos y acciones para llevar a cabo un proyecto. En él se establece cuánto tiempo va a costar a la organización que sus recursos lleven a cabo cada proceso. Además, sirve de guía para establecer el grado de avance en la consecución de objetivos tomando en cuenta las restricciones y las incertidumbres. Comprende la realización de toda la secuencia lógica para hacer realidad los resultados. Si eres gestor de proyecto o estás formándote para serlo, el cronograma será [una de las herramientas más utilizadas](https://retos-directivos.eae.es/landing/herramientas-management) no sólo para controlar el avance, también para reajustar continuamente lo necesario para gestionar los recursos, costes u objetivos de cada proyecto.