



De la **IDEA** *al* **PROYECTO**

— **MANUAL DE ACTIVIDADES** —

El proyecto **ENTREPRENEUR+** ha recibido financiación de la
Agencia Nacional Rumana del Programa Erasmus+
en el marco del Acuerdo de Subvención

2021-1-RO01-KA220-YOU-000029184.



Joint



Autores de esta Metodología: Cristina Martínez, Gilberto Martínez, Cristian Constantin Pașka,
Perdita Wingerter, Hasan Khalaf, Giuseppe Florio, Maryna Ovsiuk.

Se autoriza la reproducción siempre que se cite la fuente.

El presente documento refleja únicamente las opiniones de los autores y de la Comisión Europea o del
organismo nacional financiador.

La Agencia no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida.

ANEXOS

Actividades de la metodología

Actividad de Design Thinking

- ① **Duración:**
105-120 MINUTOS
- ② **Esta actividad puede realizarse...**
 EN EL EXTERIOR **INTERIOR**
- ③ **El contenido está relacionado con el siguiente tema:**
 GENERACIÓN DE LA IDEA
 DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO
 GESTIÓN DEL NEGOCIO

④ **Breve descripción (máx. 10 líneas)**

El objetivo de la sesión es ayudar a las personas participantes a generar una idea de negocio utilizando el método del pensamiento de diseño. La actividad estimula el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la creatividad. Las personas participantes pueden utilizar el ejemplo de una fiesta escolar o proponer su propia idea.

La sesión incluye debates en grupo. Por lo tanto, debe haber espacio suficiente para crear mesas de grupo. Un rotafolio o un proyector para presentar los resultados son opcionales. Aparte de eso, no hay requisitos específicos para el entorno.

⑤ **Objetivos**

To encourage participants to develop and optimise their own idea by:

1. unleashing the potential of the students (e.g. creativity)
2. approaching the problem in a different, more enthusiastic and practical way
3. getting a grasp of the link between product/ project and the real world

⑥ **Resultados esperados**

6.1. HABILIDADES (de la lista)



COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión**
- Capacidad de liderazgo
- Conocimientos de marketing
- Capacidad de comunicación**
- Conocimientos financieros
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico**
- Capacidad de gestión de riesgos
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia
- Motivación
- Autoconfianza**
- Gestión del tiempo**
- Pensamiento crítico**
- Gestión del estrés
- Eficacia
- Resiliencia
- Resolución de problemas**

6.2. CONOCIMIENTOS

- El método Design Thinking como forma práctica de desarrollar ideas en equipo

6.3. ACTITUDES

- Motivación para desarrollar proyectos propios, por ejemplo, relacionados con la escuela.
- Aclarar dudas sobre la creación de una empresa o negocio (inseguridades, etc.)
- Participación activa
- Pensamiento crítico
- Positividad y apertura a nuevas ideas

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: DESARROLLAR UNA IDEA DE NEGOCIO UTILIZANDO EL MÉTODO DE PENSAMIENTO DE DISEÑO **TIEMPO: 45 min**

INSTRUCCIONES:

La persona facilitadora dividirá a los/as participantes en grupos y les encomendará la tarea de desarrollar una idea de negocio, por ejemplo, para una fiesta escolar.



Antes de que comience el trabajo en grupo, la facilitadora explica brevemente las tres primeras etapas del proceso y reparte las hojas de trabajo correspondientes (véase el anexo).

Los grupos disponen de 45 minutos para responder a las preguntas orientativas que figuran en la plantilla.

EL PROCESO DE PENSAMIENTO DE DISEÑO



1. EMPATIZAR: En el primer paso, exploran y comprenden el problema definiendo quién es su grupo objetivo. Preguntas orientativas: ¿Quiénes serán las personas que utilizarán su producto o sus servicios? ¿Cuáles son sus demandas e intereses? ¿Existen necesidades o deseos específicos? ¿Hay presupuesto suficiente para ejecutar el proyecto? ¿Existen conflictos potenciales?



2. DEFINIR: En el segundo paso, las personas participantes reunirán todas las conclusiones de la fase de empatía y empezarán a darles sentido. Preguntas orientativas: ¿Con qué dificultades y barreras se encuentran tus usuarios? ¿Qué patrones observas? ¿Cuál es el gran problema de los usuarios que tu equipo debe resolver? Al final de la fase de definición, tendrán un enunciado claro del problema, que podrán escribir en la nube del centro de la página.



3. IDEAR: Tras definir el problema, los/as participantes realizarán una lluvia de ideas. La tarea consiste en explorar una amplia gama de posibles soluciones y anotar todas las ideas que se les ocurran. Pueden organizar, agrupar y combinar las ideas, por ejemplo concentrándose en determinados aspectos como «ubicación», «billetes» o «presupuesto». Al final de la fase de ideación, se reducirán a unas pocas ideas, una de las cuales será la idea en la que se centrarán y presentarán.

ACTIVIDAD 2: PRESENTACIÓN DE LAS IDEAS DE NEGOCIO

TIEMPO: 30 min

INSTRUCCIONES:

Tras un breve descanso, se mezclarán los grupos. Un miembro de cada grupo se quedará y el resto del equipo se trasladará a otra mesa (todos los grupos participan). Ahora, los miembros restantes del grupo presentarán su idea de «Fiesta escolar» a los nuevos visitantes y obtendrán sus comentarios y nuevas ideas.





ACTIVIDAD 3: ADAPTACIÓN DE LA RETROALIMENTACIÓN Y DEL ELEVATOR PITCH

TIME: 30 - 45 min

INSTRUCCIONES:

En la tercera ronda, los antiguos grupos se reagrupan: basándose en los comentarios recibidos y en las lecciones aprendidas del otro grupo, mejorarán su prototipo actual.

Al final de la sesión, cada prototipo se presentará en un elevator pitch. En una elección secreta (¡no puedes votar por tu propio grupo!) se elegirá el mejor prototipo. Si es posible, se otorgará un premio a este grupo

8 *Material necesario*

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input checked="" type="checkbox"/> Proyector | <input type="checkbox"/> Chinchetas | <input checked="" type="checkbox"/> Tijeras |
| <input checked="" type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input type="checkbox"/> Post-it | <input checked="" type="checkbox"/> Otros: Plantilla impresa de Design Thinking (véase el anexo) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input checked="" type="checkbox"/> Papel | |

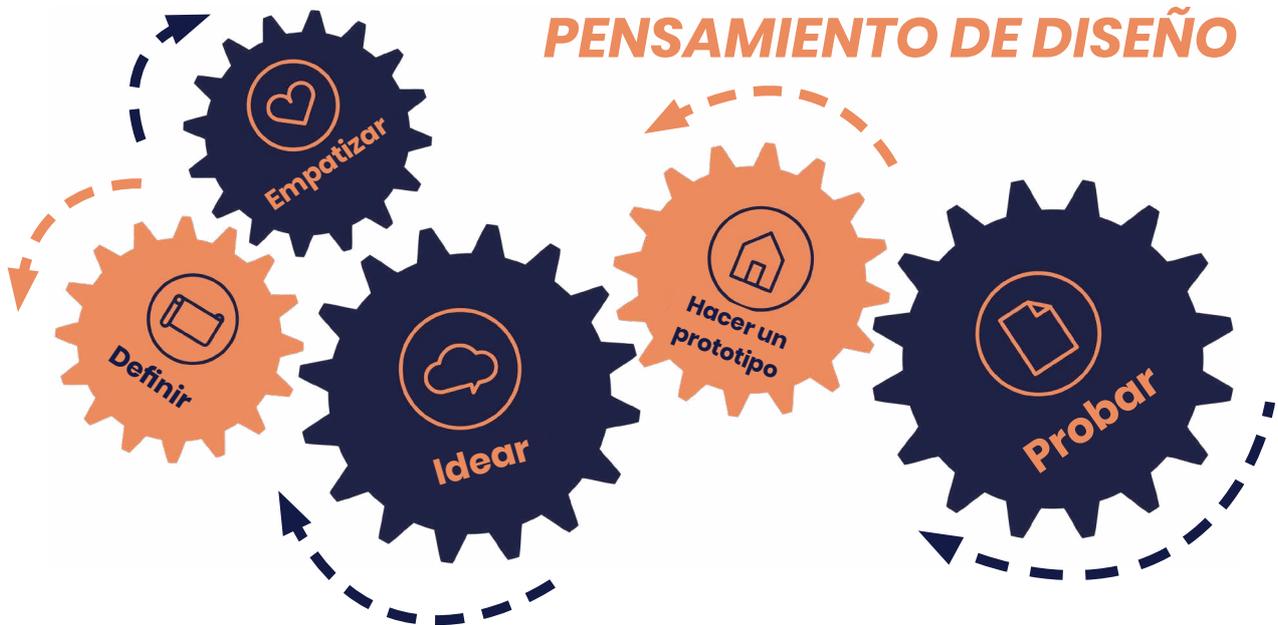
9 *Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)*

Debe haber suficientes participantes para crear al menos dos grupos y al menos una persona facilitadora para el grupo que dirija a las participantes. La persona facilitadora debe conocer los principios básicos del método de pensamiento de diseño.

10 *Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)*

Plantilla «Design thinking» (véase el anexo)

EL PROCESO DE PENSAMIENTO DE DISEÑO





«SI QUIERES ENTENDER DE VERDAD A LA GENTE, LO ÚNICO QUE NECESITAS ES EMPATÍA. ES UN SUPERPODER»

Lo que hay que tener en cuenta

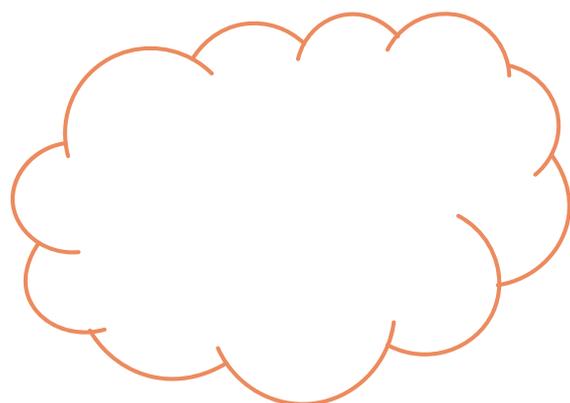
¿Quién es mi público objetivo?

¿Cuáles son las exigencias y los intereses?

¿Hay necesidades o deseos específicos?

¿Tengo presupuesto suficiente para ejecutar el proyecto?

¿Existen conflictos potenciales?



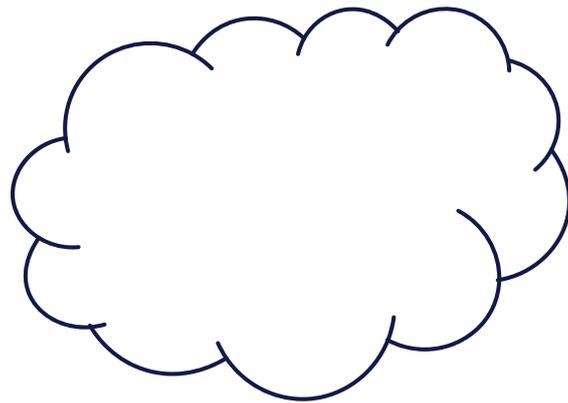


Organiza

Agrupar

Combina





Desafío de la gestión de riesgos

① **Duración:**
60 MINUTOS

② *Esta actividad puede realizarse...*
 EN EL EXTERIOR **INTERIOR**

③ *El contenido está relacionado con el siguiente tema:*

- GENERACIÓN DE LA IDEA
- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO**
- GESTIÓN DEL NEGOCIO

④ *Breve descripción (máx. 10 líneas)*

El taller está dedicado a comprender la importancia de la gestión de riesgos, desde una correcta evaluación hasta la búsqueda de soluciones para reducirlos. Añadir un poco de diversión a la experiencia de aprendizaje ayudará a las personas participantes a retener mejor la información y mejorar su competencia.

⑤ *Objetivos*

Mejorar la competencia de los/as participantes en materia de gestión de riesgos mediante una sesión interactiva:

1. Sensibilizar sobre el impacto de los riesgos en el ejercicio de la actividad empresarial.
2. Aprender a evaluar correctamente los riesgos y encontrar soluciones para reducirlos.

⑥ *Resultados esperados*

6.1. HABILIDADES (de la lista)

COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión
- Capacidad de liderazgo
- Conocimientos de marketing
- Capacidad de comunicación
- Conocimientos financieros
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico**
- Capacidad de gestión de riesgos**
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia
- Motivación
- Autoconfianza
- Gestión del tiempo
- Pensamiento crítico**
- Gestión del estrés
- Eficacia
- Resiliencia
- Resolución de problemas**



6.2. CONOCIMIENTOS

- Cómo evaluar y abordar los riesgos,
- Cómo clasificar los riesgos en función de su impacto y probabilidad.

6.3. ACTITUDES

- Colaboración
- Participación activa
- Pensamiento crítico
- Creatividad

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: ROMPEHIELOS/ENERGIZANTE

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

Se anima a la persona moderadora a que inicie la sesión con una actividad para romper el hielo o dinamizar la sesión, a su elección.

ACTIVIDAD 2: LLUVIA DE IDEAS INVERSA

TIEMPO: 30 min

INSTRUCCIONES:

En lugar de pedir al grupo que haga una lluvia de ideas sobre soluciones a un posible problema, el grupo hace una lluvia de ideas sobre todas las formas en que podrían hacer fracasar un plan.

Por ejemplo, ¿cómo se asegura que el alumnado no se unan a la fiesta escolar?

La facilitadora anota todas las ideas compartidas en una pizarra o papelógrafo. Al final, la facilitadora, junto con el grupo, traza un círculo alrededor de los riesgos reales de entre los mencionados por las participantes, con una probabilidad de que se produzcan.

p. ej. Ponemos sólo música aburrida -> El riesgo es que el DJ ponga sólo música aburrida y el público abandone la fiesta antes de tiempo.

Para cada riesgo identificado, el grupo clasificará si tiene una probabilidad baja/media/alta de producirse, así como su impacto en el éxito del evento.





Por ejemplo, el riesgo tiene una probabilidad media, con un impacto alto en el éxito de la fiesta.

ACTIVIDAD 3: TRABAJO EN GRUPO

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

Las participantes se dividen en grupos más pequeños (3-4 grupos en total). A cada grupo se le asigna uno de los riesgos identificados para que piense en un plan de contingencia. Deben pensar en las posibles medidas que tomarían para prevenir el riesgo, pero también para afrontarlo si realmente se produce.

ACTIVIDAD 4: PRESENTACIÓN

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

Cada grupo compartirá sus ideas con el resto de las participantes.

ACTIVIDAD 5: DEBRIEFING

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

En la última parte de la sesión, la moderadora compartirá algunas preguntas para ayudar a las participantes a reflexionar sobre su experiencia.

Por ejemplo: ¿Qué te ha gustado de esta actividad? ¿Ha habido algún reto o dificultad? ¿Qué has aprendido de esta experiencia? ¿Cómo puedes utilizar este ejercicio en el futuro?

8 *Material necesario*

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input type="checkbox"/> Proyector | <input type="checkbox"/> Chinchetas | <input type="checkbox"/> Tijeras |
| <input type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input type="checkbox"/> Post-it | <input type="checkbox"/> <i>Otros: -</i> |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input checked="" type="checkbox"/> Papel | |

- ⑨ *Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)*

Debe haber al menos una facilitadora para el grupo que dirija a las personas participantes. Deberá tener conocimientos básicos y experiencia en gestión de proyectos, espíritu empresarial o administración de empresas. La facilitadora deberá leer el capítulo correspondiente de las directrices metodológicas.

- ⑩ *Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)*

N/A

Planificar la mejor fiesta escolar

① *Duración:*
90 MINUTOS

② *Esta actividad puede realizarse...*
 EN EL EXTERIOR **INTERIOR**

③ *El contenido está relacionado con el siguiente tema:*

- GENERACIÓN DE LA IDEA
- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO**
- GESTIÓN DEL NEGOCIO

④ *Breve descripción (máx. 10 líneas)*

El objetivo de la sesión es ayudar a las participantes a mejorar su capacidad de planificación en lo que respecta a la gestión de proyectos, aprender a dividir la carga de trabajo en diversas actividades y organizarlas para alcanzar los resultados deseados.

La sesión puede impartirse en un contexto de formación o individualmente. No hay requisitos específicos para el entorno. Sin embargo, dado que la actividad implica trabajo colaborativo en grupos, es preferible que el lugar permita a las participantes moverse con facilidad.

⑤ *Objetivos*

Mejorar la capacidad de planificación de las participantes mediante un taller sobre gestión de proyectos.

1. Aprender a desglosar la carga de trabajo y organizarla en paquetes de trabajo utilizando la técnica EDT.
2. Aprender a planificar eficazmente las actividades del proyecto teniendo en cuenta las limitaciones de alcance, tiempo y coste.
3. Aprender a evaluar correctamente la mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

⑥ *Resultados esperados*

6.1. HABILIDADES (de la lista)



COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión**
- Capacidad de liderazgo
- Conocimientos de marketing
- Capacidad de comunicación
- Conocimientos financieros
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico**
- Capacidad de gestión de riesgos
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia
- Motivación
- Autoconfianza
- Gestión del tiempo**
- Pensamiento crítico
- Gestión del estrés
- Eficacia**
- Resiliencia
- Resolución de problemas

6.2. CONOCIMIENTOS

- Definición de proyecto y ciclo de vida
- Diferencia entre resultados y productos
- Cómo desglosar la carga de trabajo de un proyecto
- Cómo asignar eficazmente los recursos y la mano de obra

6.3. ACTITUDES

- Colaboración
- Organización
- Participación activa
- Pensamiento crítico
- Profesionalidad

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: ROMPEHIELOS/ENERGIZANTE

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

Se anima a la moderadora a que inicie la sesión con una actividad para romper el hielo o dinamizar la sesión, a su elección.



ACTIVIDAD 2: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE PROYECTOS **TIEMPO: 20 min**

INSTRUCCIONES:

Para informar a las personas participantes sobre la gestión de proyectos, la persona formadora dirigirá un debate en grupo en torno a algunos conceptos. En primer lugar, se preguntará a las participantes si tienen algún tipo de experiencia con proyectos de cualquier tipo. Si la respuesta es afirmativa, se les pedirá que piensen en algunas características de un proyecto. El animador podrá formular algunas preguntas orientativas:

Por ejemplo, ¿cuánto duró el proyecto? ¿Cuándo comenzó? ¿Cuándo terminó? ¿Cuál fue tu papel en el proyecto? ¿Qué hicieron los demás? ¿Cuál era tu objetivo? ¿Qué recursos necesitaste para llevarlo a cabo?

Una vez que el animador haya obtenido la información deseada de las participantes, puede presentar al grupo la definición, utilizando una hoja de rotafolio, junto con las limitaciones de un proyecto.

Refiriéndose a algunos ejemplos recibidos del grupo, la facilitadora preguntará a algunas participantes por qué llevaron a cabo ese proyecto, sugiriendo que todo proyecto debe centrarse en resolver un problema o satisfacer una necesidad.



Con el mismo planteamiento, deben formular preguntas adicionales referidas a los resultados de los proyectos.

Por ejemplo: ¿Cuáles fueron los resultados del proyecto? ¿Produjo algo al final, o podrías decir cómo ayudó a otras personas?

Mediante estas preguntas, la facilitadora pretende influir en las participantes para que comprendan la diferencia entre productos y resultados. Tras recoger suficientes aportaciones, debe presentar al grupo la diferencia y un ejemplo en un rotafolio.

Por último, el moderador pedirá a un miembro del grupo que detalle los pasos que deben realizar para la ejecución del proyecto, sugiriendo a las participantes que piensen en el ciclo de vida del proyecto. También presentarán un cuadro con las fases en un papel de rotafolio, detallando las actividades realizadas en cada fase.





ACTIVIDAD 3: TRABAJO EN GRUPO
PLANIFICAR UNA FIESTA ESCOLAR

TIEMPO: 30 min

INSTRUCCIONES:

La facilitadora divide a las participantes en grupos más pequeños (3-4 grupos en total). Cada grupo debe organizar una fiesta escolar temática para 300 personas. Tienen 3 meses para prepararla y un presupuesto de 10.000 euros. Disponen gratuitamente del gimnasio del colegio y 10 profesores se ofrecen voluntarios para ayudar durante el evento.

Cada grupo debe elaborar un plan en una hoja de rotafolio y:

- Determinar las tareas y los responsables en función de los talentos de cada miembro del grupo,
- Ordenar las tareas cronológicamente,
- Asegurarse de que se establecen hitos cuando el grupo se reúna para evaluar los progresos,
- Dividir el presupuesto en función de las adquisiciones necesarias,
- Repartir la carga de trabajo entre los voluntarios.

ACTIVIDAD 4: PRESENTACIÓN

TIEMPO: 20 min

INSTRUCCIONES:

Cada grupo presentará su trabajo a los demás, describiendo los motivos de sus decisiones. Los demás grupos podrán hacer preguntas o comentarios.

ACTIVIDAD 5: DEBRIEFING

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

En la última parte de la sesión, la moderadora compartirá algunas preguntas para ayudar a las participantes a reflexionar sobre sus experiencias.





Por ejemplo: ¿Qué ocurrió durante la actividad? ¿Qué observaste? ¿Cómo te sentiste trabajando en grupo para el proyecto? ¿Hay algo que te gustaría destacar? ¿Conseguiste alcanzar tus objetivos? ¿Qué te ayudó a realizar el trabajo? ¿Qué aprendiste de esta experiencia? ¿Qué podrías haber hecho mejor? Etc.

8) Material necesario

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input type="checkbox"/> Proyector | <input type="checkbox"/> Chinchetas | <input type="checkbox"/> Tijeras |
| <input type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input checked="" type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input type="checkbox"/> Post-it | <input type="checkbox"/> <i>Otros: -</i> |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input type="checkbox"/> Papel | |

9) Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)

Debe haber al menos una facilitadora para que dirija a las participantes. Deberá tener conocimientos básicos y experiencia en gestión de proyectos y haber leído las directrices metodológicas.

10) Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)

N/A

Modelización empresarial

① Duración:

60-70 MINUTOS

② Esta actividad puede realizarse...

EN EL EXTERIOR **INTERIOR**

③ El contenido está relacionado con el siguiente tema:

- GENERACIÓN DE LA IDEA**
- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO**
- GESTIÓN DEL NEGOCIO**

④ Breve descripción (máx. 10 líneas)

El objetivo del ejercicio es empujar a las personas participantes a profundizar en sus ideas empresariales y visualizar su diseño.

Además, al modelar su negocio potencial, las participantes pueden comprender algunos de los pasos necesarios para la generación de una idea de negocio y adquirir algunas habilidades útiles para poner en marcha sus propios proyectos.

⑤ Objetivos

1. Introducir las diferentes etapas de la generación de empresas o proyectos
2. Practicar algunas habilidades empresariales
3. Fomentar el trabajo en grupo en una situación empresarial «real»

⑥ Resultados esperados

6.1. HABILIDADES (de la lista)

COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión**
- Capacidad de liderazgo**
- Conocimientos de marketing
- Capacidad de comunicación
- Conocimientos financieros
- Capacidad de negociación**
- Pensamiento estratégico**
- Capacidad de gestión de riesgos**
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia**
- Motivación**
- Autoconfianza**
- Gestión del tiempo**
- Pensamiento crítico**
- Gestión del estrés
- Eficacia**
- Resiliencia
- Resolución de problemas**



6.2. CONOCIMIENTOS

- Pasos para generar una idea de negocio
- ¿Qué es un plan de empresa?
- Primeros pasos para iniciar sus propios proyectos
- Nociones generales sobre temas empresariales como marketing, branding, finanzas...
- Cómo enumerar y gestionar los pasos de un negocio concreto
- Cómo analizar la realidad de un proyecto

6.3. ACTITUDES

- Autoconfianza
- Empatía
- Análisis
- Colaboración
- Organización
- Creatividad
- Espíritu crítico
- Participación activa

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

Esta actividad es perfecta para practicar los pasos generales de la generación de una idea de negocio. Te recomendamos encarecidamente que eches un vistazo al capítulo «Diseño del modelo de negocio» de nuestra metodología, con el fin de tener el bagaje necesario para profundizar en algunos conceptos, si fuera necesario.

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: FORMACIÓN DE LOS GRUPOS

TIEMPO: 5 - 10 min

INSTRUCCIONES:

1. Dividir a todas las personas participantes en 3 grupos
2. Selecciona un tipo de empresa (al azar o de común acuerdo con todos los grupos). Debe ser el mismo ejemplo para todos los grupos.
3. Divide en los 3 grupos los siguientes términos: Idea de negocio; Producto; Proceso de producción





4. Al final de esta fase, cada grupo debe tener un término de los anteriores, como por ejemplo:
- Grupo 1 - Idea de negocio;
 - Grupo 2 - Producto;
 - Grupo 3 - Proceso de producción.

ACTIVIDAD 2: MODELIZACIÓN DE NUESTRA ACTIVIDAD

TIEMPO: 15 min

INSTRUCCIONES:

1. La actividad consistirá en modelizar las diferentes etapas del negocio elegido. Pero, modelar, de verdad. Cada grupo tiene una parte del negocio y dispondrá de 40 minutos para construir una pequeña maqueta que explique el desarrollo de ese paso.
2. Antes de comenzar el trabajo por grupos en la maqueta, todo el grupo dispondrá de 10 minutos de reflexión en grupo para fijar algunas decisiones comunes importantes sobre el proyecto. Por ejemplo:
 - ¿Dónde está establecido el negocio?
 - ¿Cuál es el principal grupo destinatario?
 - ¿Cuáles son las necesidades que el proyecto quiere cubrir?
 - ¿Cuál es el producto?
 - ¿Cuál es el objetivo principal?
 - etc.

ACTIVIDAD 3: MODELIZACIÓN DE LAS FASES

TIEMPO: 30 min

INSTRUCCIONES:

Cada grupo dispone de 30 minutos para modelar su paso, de la forma más original y creativa. Puede ser una construcción de papel, un dibujo, un collage...

ACTIVIDAD 4: PRESENTAR LA EMPRESA

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

Cada grupo dispondrá de 3 minutos para presentar la fase del edificio y su creación.

⑧ *Material necesario*

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input type="checkbox"/> Proyector | <input checked="" type="checkbox"/> Chinchetas | <input checked="" type="checkbox"/> Tijeras |
| <input type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input checked="" type="checkbox"/> Post-it | <input checked="" type="checkbox"/> Otros: Colores de lápiz, |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input checked="" type="checkbox"/> Papel | Pegamento, Periódicos |
| | | y revistas antiguos |

⑨ *Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)*

Sólo se necesita una persona facilitadora/formadora.

Para esta actividad la persona formadora necesitará conocimientos sobre los diferentes pasos para desarrollar un negocio. Le recomendamos encarecidamente que eche un vistazo al capítulo «Diseño del modelo de negocio» de nuestra metodología, con el fin de tener el bagaje necesario para profundizar en algunos conceptos, si fuera necesario.

Es importante dedicar unos 10 minutos al final de la actividad a evaluar y recoger algunas reacciones de las participantes.

⑩ *Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)*

N/A

Costes y financiación

① *Duración:*
60 MINUTOS

② *Esta actividad puede realizarse...*
 EN EL EXTERIOR **INTERIOR**

③ *El contenido está relacionado con el siguiente tema:*

- GENERACIÓN DE LA IDEA
- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO**
- GESTIÓN DEL NEGOCIO

④ *Breve descripción (máx. 10 líneas)*

El objetivo del ejercicio es presentar a las participantes los tipos de costes y la diferencia entre costes e inversiones.

Las participantes se dividirán en grupos y entregarán un tipo de negocio, en función del cual tendrán que analizar el tipo de costes posibles.

⑤ *Objetivos*

1. Introducir los distintos tipos de costes
2. Diferenciar el plazo de los costes y el plazo de las inversiones
3. Fomentar el trabajo en grupo en una situación empresarial «real»

⑥ *Resultados esperados*

6.1. HABILIDADES (de la lista)

COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión**
- Capacidad de liderazgo
- Conocimientos de marketing
- Capacidad de comunicación
- Conocimientos financieros**
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico**
- Capacidad de gestión de riesgos**
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia**
- Motivación
- Autoconfianza**
- Gestión del tiempo**
- Pensamiento crítico
- Gestión del estrés**
- Eficacia**
- Resiliencia
- Resolución de problemas



6.2. CONOCIMIENTOS

- Plazo de costes
- Plazo de las inversiones
- Diferentes tipos de costes en un proyecto
- Diferentes tipos de inversión en un proyecto
- Cómo enumerar y gestionar los costes de un proyecto
- Cómo analizar la realidad financiera de un proyecto

6.3. ACTITUDES

- Autoconfianza
- Empatía
- Análisis
- Colaboración
- Organización
- Creatividad
- Espíritu crítico
- Participación activa

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

Esta actividad es perfecta para explicar en profundidad los tipos de costes e inversiones de un proyecto. Puede que con la explicación teórica resulte difícil entender bien qué es un coste, qué tipos de costes existen y cómo se organizan las finanzas. Esta actividad pretende aclarar todo esto, practicando con ejemplos empresariales reales.

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: FORMACIÓN DE LOS GRUPOS

TIEMPO: 5 - 10 min

INSTRUCCIONES:

1. Dividir a todas las participantes en grupos (3-5 personas por grupo).
2. Reparte los tipos de proyectos entre los grupos. Cada grupo debe tener un tipo de proyecto.
3. Estas son los proyectos:
 - Grupo 1 - Panadería;





- Grupo 2 - Servicios turísticos;
 - Grupo 3 - Producción de muebles;
 - Grupo 3 - Servicios para bodas;
 - Grupo 3 - Bodega.
4. Comenta con los grupos el tipo de negocio que tienen, actividad fundamental de los mismos, y alguna otra información básica.

ACTIVIDAD 2: ¿QUÉ TENGO QUE PAGAR?

TIEMPO: 5 min

INSTRUCCIONES:

1. Entrega a cada grupo varias pegatinas o post-it de colores y pídeles que escriban en el papel cualquier elemento que haya que pagar, desde los propios procedimientos organizativos de su idea de negocio hasta la entrega del producto final.
2. Tienen 3-4 minutos para, lo más rápido posible, escribir lo que necesitan pagar en su negocio.
3. Recoge los papeles de cada grupo y empieza a agruparlos en el papelógrafo con un pegamento.

ACTIVIDAD 3: ¿QUÉ TIPO DE GASTOS TENGO?

TIEMPO: 5 min

INSTRUCCIONES:

1. En el rotafolio o la pizarra, anota las siguientes categorías:
 - Costes directos/variables;
 - Costes indirectos/fijo;
 - Inmovilizado; -Costes de preparación/ preoperativos
2. En grupo, dispondrán de 3 minutos para clasificar los costes que pusieron en los post-its en cada uno de los tipos de costes anteriores.

ACTIVIDAD 4: DEFINICIÓN DEL TIPO DE COSTES

TIEMPO: 15 min

INSTRUCCIONES:

1. Después de categorizar los costes bajo el tipo que representan, todo el grupo va a presentar sus tipos de costes, y explicar por qué han hecho esta categoría.
2. A continuación, la facilitadora ayudará al grupo a llegar a una descripción común y correcta para cada tipo de coste, de modo que aprendan la definición observando los ejemplos.





ACTIVIDAD 5: Y... ¿QUÉ PASA CON LA INVERSIÓN?

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

1. Después de repasar el tipo de costes, van de nuevo con cada grupo y hacen una lluvia de ideas sobre las posibles inversiones que podría recibir una empresa.
2. Se hace una presentación final de todos ellos para cerrar la actividad.

8 Material necesario

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input type="checkbox"/> Proyector | <input type="checkbox"/> Chinchetas | <input type="checkbox"/> Tijeras |
| <input type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input checked="" type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input checked="" type="checkbox"/> Post-it | <input type="checkbox"/> <i>Otros:</i> - |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input type="checkbox"/> Papel | |

9 Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)

Sólo se necesita una persona facilitadora/formadora.

Para esta actividad, la formadora necesitará conocimientos sobre los diferentes tipos de costes e inversiones, y la definición de los mismos, así como algunos antecedentes sobre la gestión financiera en el espíritu empresarial.

Es importante dedicar unos 10 minutos al final de la actividad para evaluar y recoger algunas reacciones de las participantes.

10 Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)

<https://www.investopedia.com/ask/answers/041415/what-are-different-types-costs-cost-accounting.asp>

<https://www.youtube.com/watch?v=V6JqOzyuaF0>

Crear un Buyer Persona

① *Duración:*
90 MINUTOS

② *Esta actividad puede realizarse...*
 EN EL EXTERIOR **INTERIOR**

③ *El contenido está relacionado con el siguiente tema:*

- GENERACIÓN DE LA IDEA
- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO
- GESTIÓN DEL NEGOCIO**

④ *Breve descripción (máx. 10 líneas)*

El objetivo de esta actividad es aprender qué es un Buyer Persona, su importancia en la creación de una estrategia de comunicación y cómo crear uno para su propio proyecto. La metodología que aquí se presenta se basa en una simulación, en la que las participantes reciben la misión de una empresa/organización ya existente (véanse los ejemplos del apéndice).

De todos modos, es posible situar la misma actividad en una vía más amplia en la que se pida a las participantes que creen una idea de negocio. En este caso, tendrán que identificar la misión y los valores de su propio negocio, antes de crear la persona compradora.

Según nuestra experiencia, recomendamos pasar primero por la fase de simulación.

⑤ *Objetivos*

1. Familiarizarse con el concepto de Buyer Persona.
2. Ser capaz de crear un Buyer Persona acorde con la misión y los valores del proyecto.

⑥ *Resultados esperados*

6.1. HABILIDADES (de la lista)





COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión
- Capacidad de liderazgo
- Conocimientos de marketing**
- Capacidad de comunicación**
- Conocimientos financieros
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico
- Capacidad de gestión de riesgos
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia
- Motivación
- Autoconfianza
- Gestión del tiempo**
- Pensamiento crítico**
- Gestión del estrés
- Eficacia
- Resiliencia
- Resolución de problemas**

6.2. CONOCIMIENTOS

- Comunicación basada en valores
- Conocimientos sobre marketing
- Definición de Buyer Persona

6.3. ACTITUDES

- Trabajo en equipo
- Pensamiento crítico

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL TEMA

TIEMPO: 15 min

INSTRUCCIONES:

La formadora/facilitadora introduce el concepto de Buyer Persona, utilizando un rotafolio o un proyector. Es especialmente importante centrarse en el vínculo entre la misión/valores de su proyecto y su Buyer Persona. Encontrarás material al respecto en el último recuadro.





**ACTIVIDAD 2: DIVISIÓN EN GRUPOS.
ASIGNACIÓN DE LA TAREA**

TIEMPO: 10 min

INSTRUCCIONES:

Divide al alumnado en grupos de hasta 5 personas (puedes limitarte a contar o utilizar un enfoque diferente según el contexto en el que trabajes). Distribuye a cada grupo un papel con la misión de empresas/organizaciones que estés seguro que conocen. Encontrarás algunos ejemplos en el Apéndice.

ACTIVIDAD 3: TRABAJAR EN GRUPO

TIEMPO: 30 min

INSTRUCCIONES:

Pídeles que, en equipo, creen 2 Buyer Personas. Deben tener en cuenta al menos los 5 elementos siguientes (puedes encontrar elementos adicionales y más profundos en el material anexo): rango de edad, geografía, intereses, valores, hábitos.

Diles que utilicen lo mejor que puedan las competencias dentro del grupo. Además de hacer la lista de elementos, tendrán que imaginar cómo son esas personas y dibujarlas (también pueden inspirarse en la realidad). Invítales a dividir el trabajo dentro del grupo.

ACTIVIDAD 4: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS **TIEMPO: 5 MIN POR GRUPO**

INSTRUCCIONES:

En sesión conjunta, pide a cada equipo que presente la empresa/organización que les ha tocado y que expongan los Buyer personas que han imaginado. La tarea de la persona formadora/facilitadora es moderar el debate y dar feedback sobre los perfiles que crearon las participantes.

8 *Material necesario*

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input checked="" type="checkbox"/> Proyector | <input type="checkbox"/> Chinchetas | <input type="checkbox"/> Tijeras |
| <input type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input checked="" type="checkbox"/> Post-it | <input type="checkbox"/> <i>Otros: -</i> |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input checked="" type="checkbox"/> Papel | |

⑨ *Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)*

- La formadora debe saber un poco sobre Buyer Personas. Podemos sugerir el estudio de los Buyer Personas creados por marcas famosas, tratando de comprender mejor el vínculo entre su misión/valores y sus Buyer Personas específicas.
- No hay una necesidad real de formadoras adicionales. Cuando lo pusimos en marcha, había una persona formadora encargada de la parte técnica y una facilitadora que se encargaba de los debates. Pero no es obligatorio.

⑩ *Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)*

1. Algunas diapositivas que pueden ayudar al formador a preparar la presentación: <https://bit.ly/3GDmq6b>
2. Ejemplos de misiones de empresas/organizaciones que pueden utilizarse para la simulación: <https://bit.ly/3EswxrW>



Crear una identidad de marca

- ① **Duración:**
90 MINUTOS (versión básica)
180 MINUTOS (versión ampliada)
- ② **Esta actividad puede realizarse...**
 EN EL EXTERIOR **INTERIOR**
- ③ **El contenido está relacionado con el siguiente tema:**
 GENERACIÓN DE LA IDEA
 DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO
 GESTIÓN DEL NEGOCIO

④ Breve descripción (máx. 10 líneas)

Esta actividad tiene como objetivo aprender las bases de la creación de una identidad visual para una empresa, organización o evento. Las participantes tendrán la oportunidad de aprender más sobre el branding y aprenderán a desarrollar su propio mood-board. Esta actividad también se puede ampliar, en caso de que se puedan realizar 2 sesiones de 90', añadiendo tiempo para crear un logotipo y definir el tono comunicativo.

⑤ Objetivos

1. Familiarizarse con el concepto de marca
2. Aprender a crear un mood-board
3. **Para la versión ampliada:** aprender a crear un logotipo y a establecer el tono de voz de la comunicación.

⑥ Resultados esperados

6.1. HABILIDADES (de la lista)

COMPETENCIAS PRIMARIAS

- Capacidad de gestión**
- Capacidad de liderazgo
- Conocimientos de marketing**
- Capacidad de comunicación**
- Conocimientos financieros
- Capacidad de negociación
- Pensamiento estratégico
- Capacidad de gestión de riesgos
- Capacidad para trabajar en red

COMPETENCIAS SECUNDARIAS

- Capacidad para trabajar en red
- Paciencia
- Motivación
- Autoconfianza
- Gestión del tiempo**
- Pensamiento crítico**
- Gestión del estrés
- Eficacia**
- Resiliencia
- Resolución de problemas**



6.2. CONOCIMIENTOS

- Comunicación basada en valores
- Conocimientos sobre marketing
- Conocimientos sobre marcas

6.3. ACTITUDES

- Trabajo en equipo
- Pensamiento crítico
- Creatividad

7 Instrucciones

¿Cuál es el trasfondo metodológico sobre el que se ha construido esta sesión y cuáles son las técnicas que se utilizarán?

EXPLICACIÓN PASO A PASO: _____

ACTIVIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL TEMA

TIEMPO: 10 MIN

INSTRUCCIONES:

La persona formadora/facilitadora introduce el concepto de marca, posiblemente utilizando el material que puede encontrar en el Apéndice.

ACTIVIDAD 2: DIVISIÓN EN GRUPOS

TIEMPO: 5 MIN

INSTRUCCIONES:

Las participantes se dividen en grupos de hasta 5 personas (puede limitarse a contar o utilizar un enfoque diferente según el contexto en el que trabaje).

ACTIVIDAD 3: ASIGNACIÓN DE LA TAREA

TIEMPO: 5 MIN

INSTRUCCIONES:

La formadora/facilitadora decide qué ejemplos dará a las participantes y también puede decidir si todos los grupos trabajarán sobre la misma organización, empresa o acontecimiento, o si recibirán casos diferentes. Por ejemplo: eres un grupo que organiza una fiesta escolar; eres una organización internacional que se ocupa de los derechos de los niños; eres una empresa que se ocupa de la fabricación de productos ecológicos...





ACTIVIDAD 4: TRABAJO EN GRUPO (versión básica)

TIEMPO: 50 MIN

INSTRUCCIONES:

Ahora se acompaña a los grupos paso a paso. La persona formadora/facilitadora introducirá 1 paso por vez (proporcionando, en su caso, alguna información teórica), e introducirá el nuevo paso al cabo de cierto tiempo (puedes seguir el tiempo sugerido aquí).

- a. a. Identifica 3 valores que identifiquen tu marca (~20')
- b. b. Imaginería: piensa en el tipo de imágenes y colores que identifican a tu marca y dibuja un tablón de anuncios. Los grupos pueden decidir si quieren dibujarlo en papel o si quieren utilizar un soporte digital (~30')

ACTIVIDAD 5: TRABAJO EN GRUPO (versión ampliada)

TIEMPO: 80 MIN

INSTRUCCIONES:

A añadir a las actividades del punto anterior:

- c. Logotipo: presenta los diferentes tipos de logotipos (véase el Apéndice) y pide a los grupos que dibujen un logotipo para su empresa, organización o evento, teniendo en cuenta los valores y el moodboard (~30').
- d. d. Tono comunicativo: presenta el Espectro de Personalidad de Marca (véase el Apéndice) y pide a los grupos que discutan e identifiquen el objetivo al que quieren dirigirse y el tono que quieren mantener, situándose en el gráfico (~20')
- e. e. opcional: Pide a los grupos que creen un contenido teniendo en cuenta los 4 elementos (valores, mood-board, logotipo y tono de voz) que han establecido. (~30')

ACTIVIDAD 6: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS **TIEMPO: 5 MIN PER GROUP**

INSTRUCCIONES:

En sesión plenaria, pide a cada equipo que presente los valores identificados y el tablón de anuncios, y pídeles que expliquen sus elecciones. Después de cada presentación, puedes dejar un breve espacio de tiempo para preguntas.

8 Material necesario

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Papel de rotafolio | <input checked="" type="checkbox"/> Bolígrafos | <input type="checkbox"/> Panel de moderación |
| <input checked="" type="checkbox"/> Proyector | <input type="checkbox"/> Chinchetas | <input type="checkbox"/> Tijeras |
| <input checked="" type="checkbox"/> Portátil | <input type="checkbox"/> Tarjetas de moderador | <input type="checkbox"/> Cinta adhesiva |
| <input checked="" type="checkbox"/> Acceso a Internet | <input checked="" type="checkbox"/> Post-it | <input type="checkbox"/> <i>Otros:</i> - |
| <input checked="" type="checkbox"/> Marcadores | <input checked="" type="checkbox"/> Papel | |

9 Requisitos para las personas facilitadoras (por ejemplo, número mínimo de formadoras de apoyo, formación académica y experiencia necesaria, etc.)

La formadora debe saber algo de branding. El material que encontrará en el apéndice puede ser útil, pero también puede serlo echar un vistazo a las estrategias de branding de algunas empresas u organizaciones conocidas.

10 Más recursos o materiales de apoyo a la actividad (por ejemplo, diapositivas, vídeos, imágenes, plantillas...)

- Algunas diapositivas que pueden ayudar al formador a preparar la presentación: <https://bit.ly/3JuVIOC>
- Espectro de la personalidad de marca: <https://bit.ly/3X0uEK9>