

DE CERO A EMPRESA · CUADERNO DEL EQUIPO

Vuestro proyecto, paso a paso

Edición · Alumnado

EL EQUIPO

Nombre del proyecto:

Integrantes:

Curso y grupo:

Las fases

1. Fase 1 — Detecta — Detecta un problema que merezca la pena
2. Fase 2 — Idea y equipo — De la idea al equipo que la sostiene
3. Fase 3 — Modelo de negocio — ¿Cómo crea, entrega y captura valor vuestra empresa?
4. Fase 4 — Valida — Sal a la calle: valida antes de construir
5. Fase 5 — Marketing — Que os conozcan: marketing con poco presupuesto
6. Fase 6 — Operaciones y producción — Cómo se hace de verdad: operaciones y producción
7. Fase 7 — Personas y equipo — Las personas: organizar el trabajo y el equipo
8. Fase 8 — Financiación e inversión — ¿De dónde sale el dinero?
9. Fase 9 — Números y viabilidad — ¿Sale a cuenta? Números y punto muerto
10. Fase 10 — Estrés-test — Y si las cosas se tuercen: estrés-test con datos reales
11. Fase 11 — Pitch + dossier — Contadlo bien: pitch y dossier del proyecto
12. ★ Lanza — venta real — Lanza: vender de verdad

FASE 1 — DETECTA

Detecta un problema que merezca la pena

Entregable: Mapa de problemas del entorno + un problema elegido y justificado.

MANOS A LA OBRA

Salid a observar vuestro entorno (instituto, barrio, casa) y ****anotad al menos seis problemas reales****. Para cada uno, decidid a quién afecta y si vale la pena resolverlo. Al final, ****rodead el problema elegido****.

¿DÓNDE LO VEO?	EL PROBLEMA	¿A QUIÉN AFECTA?	¿VALE LA PENA RESOLVERLO?

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — *El problema que habéis elegido, ¿lo tenéis vosotros o lo tiene otra gente? Los mejores proyectos resuelven problemas de muchos, no solo propios.*

FASE 2 — IDEA Y EQUIPO

De la idea al equipo que la sostiene

Entregable: Una idea formulada como solución a vuestro problema (Fase 1) + reparto de roles del equipo con compromisos.

MANOS A LA OBRA

Formulad vuestra idea como ****una respuesta clara al problema de la Fase 1**** ("para [quién] que sufre [problema], ofrecemos [solución]") y, acto seguido, ****repartid los roles del equipo****: quién aporta qué y a qué se compromete cada persona.

INTEGRANTE	LO QUE SE LE DA BIEN	ROL EN EL EQUIPO

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — Si mañana faltase un miembro del equipo, ¿qué tarea quedaría sin dueño? Eso os dice dónde estáis poco cubiertos.

¿Cómo crea, entrega y captura valor vuestra empresa?

Entregable: El Business Model Canvas (9 bloques) de vuestro proyecto, en mural o documento.

MANOS A LA OBRA

Rellenad vuestro **Business Model Canvas**: empezad por la **propuesta de valor** (qué problema resolvéis y para quién) y completad después los nueve bloques. Usad los **ejemplos con chispa** de esta fase como espejo, no como plantilla a copiar.

SOCIOS CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	ACTIVIDADES CLAVE
RECURSOS CLAVE		RELACIÓN CON CLIENTES
ESTRUCTURA DE COSTES	FUENTES DE INGRESO	CANALES
SEGMENTOS DE CLIENTE		

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — ¿Qué bloque os ha costado más rellenar y por qué? Eso suele señalar la parte más floja del modelo.

Sal a la calle: valida antes de construir

Entregable: Hipótesis, un MVP mínimo y un informe de validación con la decisión: seguir o pivotar.

MANOS A LA OBRA

Escribid vuestras **hipótesis más arriesgadas**, salid a la calle a **preguntar a personas reales** (no a vuestros amigos) y anotad qué aprendisteis. Cerrad con una decisión honesta: **seguir o pivotar**.

HIPÓTESIS A COMPROBAR	A QUIÉN PREGUNTÉ	QUÉ APRENDÍ	¿SE CONFIRMA?

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — *¿Habéis preguntado por lo que la gente ***hace*** o por lo que ***haría***? Las respuestas educadas valen poco; los hechos pasados valen mucho.*

Que os conozcan: marketing con poco presupuesto

Entregable: Un plan de marketing mínimo: público objetivo, mensaje, canales y una acción concreta de captación.

MANOS A LA OBRA

Definid vuestro ****público objetivo concreto**** (nada de "todo el mundo"), un ****mensaje**** que resuene con ese público, los ****canales**** donde está y ****una acción de captación**** que podáis ejecutar esta semana con cero o poco presupuesto.

PÚBLICO OBJETIVO	MENSAJE	CANALES	UNA ACCIÓN CONCRETA

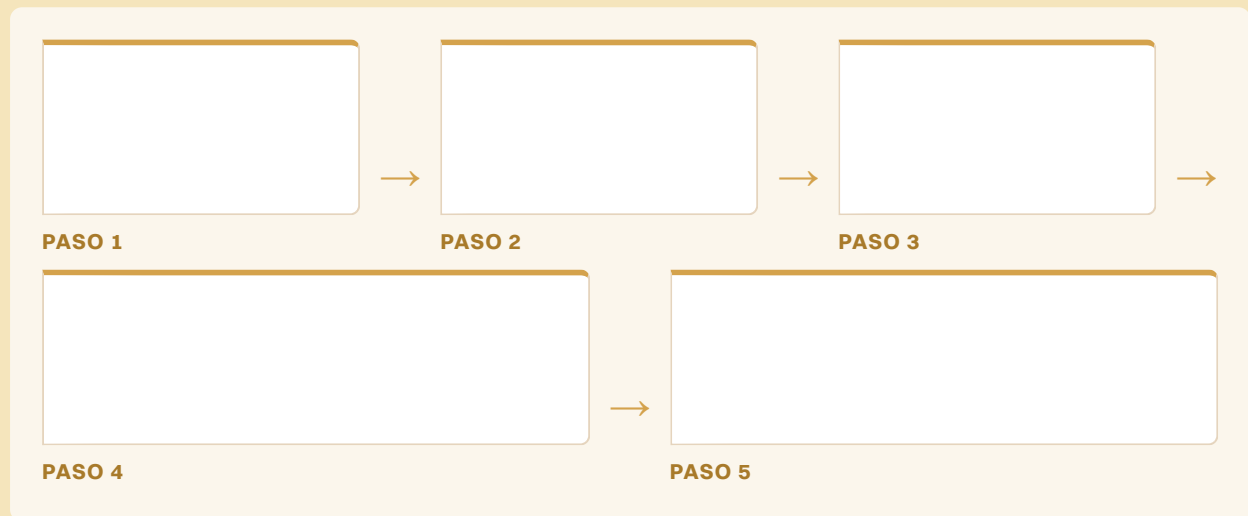
REFLEXIÓN DEL EQUIPO — *¿Vuestro mensaje habla del problema del cliente o solo presume de vuestro producto? La gente se mueve por lo suyo, no por lo vuestro.*

Cómo se hace de verdad: operaciones y producción

Entregable: El proceso productivo de vuestro producto/servicio paso a paso + identificación de cuellos de botella y costes de producción.

MANOS A LA OBRA

****Dibujad vuestro proceso productivo paso a paso**, desde la primera materia prima o el primer clic hasta que el cliente tiene lo que pagó. Marcad en qué paso está el ****cuello de botella**** y qué cuesta cada etapa.**



REFLEXIÓN DEL EQUIPO — *¿Qué paso de vuestro proceso es el más lento? Ese marca el ritmo de toda la empresa: ¿cómo lo aliviaríais?*

Las personas: organizar el trabajo y el equipo

Entregable: Organigrama del proyecto + descripción de funciones y un acuerdo de cómo se toman las decisiones y se resuelven conflictos.

MANOS A LA OBRA

Asignad ****un responsable a cada área o tarea**** del proyecto y acordad ****una norma de equipo**** por fila (cómo se decide, cómo se avisa de un retraso, cómo se resuelve un conflicto). Que nadie quede sin saber de qué responde.

ÁREA / TAREA	RESPONSABLE	NORMA DE EQUIPO

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — Cuando hubo un desacuerdo, ¿cómo lo resolvisteis: por quien grita más, por mayoría, por la persona responsable del área? ¿Os pareció justo?

¿De dónde sale el dinero?

Entregable: Plan de financiación: inversión inicial, fuentes y un análisis de coste y riesgo.

MANOS A LA OBRA

Desglosad ****para qué necesitáis dinero**** antes de arrancar (material, equipos, primeras existencias...), ****cuánto**** cuesta cada cosa y ****de dónde sale**** (recursos propios, familia, préstamo, subvención). Sumad la inversión inicial total.

¿PARA QUÉ NECESITO DINERO?	¿CUÁNTO?	¿DE DÓNDE SALE?

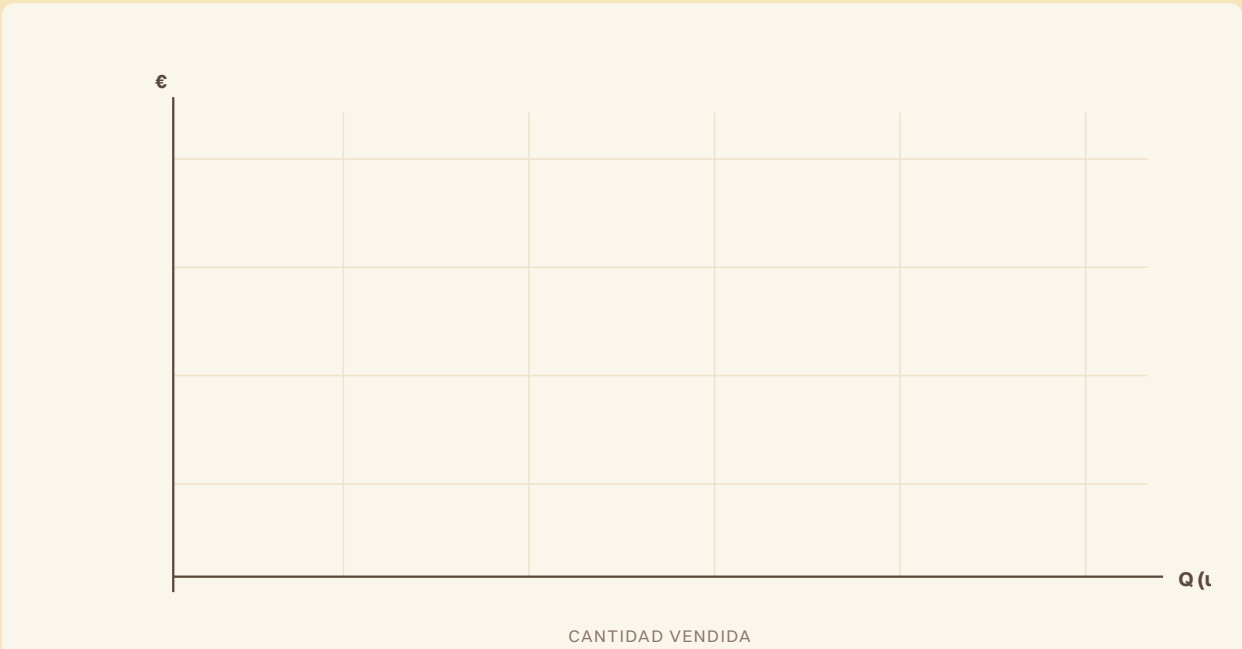
REFLEXIÓN DEL EQUIPO — Cada fuente de dinero tiene un coste o un riesgo: ¿cuál asumís en cada caso y estáis cómodos con él?

¿Sale a cuenta? Números y punto muerto

Entregable: Una cuenta sencilla: ingresos previstos, costes fijos y variables, y el punto muerto (cuántas unidades hay que vender para no perder).

MANOS A LA OBRA

Calculad vuestro ****punto muerto****: cuántas unidades necesitáis vender para empezar a ganar. Rellenad costes fijos, coste variable por unidad y precio, aplicad la fórmula y ****dibujad las dos líneas**** (ingresos y costes totales) en la gráfica.



Punto muerto (uds) = **Costes fijos ÷ (Precio – Coste variable unitario)**

COSTES FIJOS (€)	COSTE VARIABLE POR UNIDAD (€)	PRECIO DE VENTA (€)	PUNTO MUERTO (UDS)

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — Si el punto muerto exige vender muchísimo, ¿el precio es bajo, los costes fijos altos o el mercado pequeño? ¿Qué cambiaríais?

Y si las cosas se tuercen: estrés-test con datos reales

Entregable: Análisis de 3 escenarios (normal, malo, muy malo) ante shocks reales —inflación, subida de tipos, caída de demanda— y un plan de reacción.

MANOS A LA OBRA

Listad los **riesgos reales** que podrían torcer vuestro proyecto (subida de costes, caída de demanda, tipos de interés altos...), valorad cada uno por **probabilidad e impacto** y escribid un **plan B** concreto para los más peligrosos.

RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	PLAN B

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — De todos vuestros riesgos, ¿cuál es a la vez probable y de impacto alto? Ese es el que no podéis dejar sin plan B.

Contadlo bien: pitch y dossier del proyecto

Entregable: Un pitch de 3-5 minutos + un dossier breve que recoja el recorrido del proyecto (problema → solución → modelo → validación → números).

MANOS A LA OBRA

Guionizad vuestro ****pitch de 3-5 minutos**** rellenando las nueve diapositivas-clave (gancho, problema, solución, mercado, modelo, validación, números, equipo, petición). Empezad por el problema, ****no por presentaros****, y ensayad en voz alta.

1. PROBLEMA

2. SOLUCIÓN

3. MERCADO

4. PRODUCTO

5. MODELO DE NEGOCIO

6. COMPETENCIA

7. EQUIPO

8. NÚMEROS

9. PETICIÓN

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — *Si tuvierais que cortar la mitad del pitch, ¿qué quitaríais? Lo que sobreviva es vuestro verdadero mensaje.*

Lanza: vender de verdad

Entregable: Una venta real ejecutada (controlada o abierta) + un balance honesto: qué vendisteis, cuánto, qué gestionasteis y qué aprendisteis.

MANOS A LA OBRA

****Salid a vender de verdad**** (venta controlada o abierta) y llevad un registro honesto de cada operación: fecha, qué vendisteis, a quién y qué aprendisteis. Lo real enseña lo que ninguna simulación puede.

FECHA	QUÉ VENDÍ	A QUIÉN	QUÉ APRENDÍ

REFLEXIÓN DEL EQUIPO — Entre lo que creíais en la Fase 4 y lo que ha pasado al vender de verdad, ¿qué os ha sorprendido más?