

# Norte Rural

EMPRENDEDURISMO

4  
AÑO



Con la misión de formar adultos responsables  
Estrategias de inclusión laboral

MANUAL DEL VOLUNTARIO

# Norte Rural

EMPRENDEDURISMO

4  
AÑO



Con la misión de formar adultos responsables  
Estrategias de inclusión laboral

MANUAL DEL VOLUNTARIO



## BIENVENIDOS

Gracias por acompañarnos en este camino.

Fundación Vicente Lucci y UNSTA se unen en base a un convenio de colaboración institucional y Responsabilidad Social, con el objetivo de:

- Potenciar a las comunidades del Norte Argentino brindando herramientas de Emprendedorismo, generando alternativas de crecimiento económico, laboral y social y, mejorando la calidad de vida de las mismas.
- Formar líderes involucrados en el contexto, mediante estrategias de inserción laboral.
- Instalar modelos de negocios inclusivos.

La Responsabilidad Social es la forma de generar capital económico y social de manera responsable. Considerando como el mínimo exigible el cumplimiento de las leyes vigentes, combatiendo el trabajo ilegal, previniendo el Trabajo Infantil, disminuyendo al máximo el impacto ambiental y social y proponiendo sistemas de mejora continua. Dicho compromiso es voluntario y se busca el equilibrio interno y externo de las buenas prácticas productivas, sociales y ambientales. Entendemos que, de esta manera, se logrará la sustentabilidad y sostenibilidad de los proyectos.

Grupo Lucci gestiona su Responsabilidad Social Empresaria mediante un plan de gestión sustentable, en donde busca que el proceso económico esté acompañado de inversiones ambientales a mediano y largo plazo. Además apunta a una relación abierta con la comunidad en donde el compromiso, mediante Fundación Vicente Lucci, aporta a la sustentabilidad y a las alianzas logradas en esta trayectoria.

En este proceso nos acompañan empresas, organismos gubernamentales, instituciones educativas, organizaciones sociales, empleados y personas de la sociedad civil quienes aportan, desde su formación, compromiso y experiencia diversos criterios de mejora.

Todas las entidades públicas, privadas y sociales con quienes fuimos construyendo redes, convergen en el trabajo conjunto desde el voluntariado. Los voluntarios tanto internos como externos, brindan sus conocimientos, su tiempo y sus recursos en la implementación de nuestros proyectos sociales. En base a este espíritu, decidimos unirnos con la Universidad Santo Tomás de Aquino (UNSTA), cuyo interés es el de fortalecer a cada una de las comunidades con organizaciones líderes que potencien la educación y la cultura del trabajo.

A los participantes queremos dejarle este mensaje:

- ü Que tomen las oportunidades y evalúen los riesgos.
- ü Que se proyecten en un futuro digno y productivo y sepan que es posible mientras se lo propongan.
- ü Que adopten una actitud innovadora, emprendedora y creativa frente a la vida.
- ü Que logren convertirse en un ciudadano responsable y contagien ese espíritu innovador.
- ü Que movilicen a los que los rodean para que los imiten.
- ü Y sobre todo, a no perder la fe, la constancia y la responsabilidad, pilares importantes en cada proyecto de éxito.

## MUCHAS GRACIAS



## MISIÓN:

Institución de educación superior, la UNSTA tiene la finalidad de proporcionar una formación humanística y profesional en las Ciencias, Artes y Técnicas, con el objeto de favorecer la generación y el desarrollo del conocimiento en todas sus formas, contribuyendo a la promoción de la cultura y propiciando las actitudes y los valores requeridos para la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, capaces de mejorar la calidad de vida y de consolidar el respeto a las instituciones de la República, a la vigencia del orden democrático y a la protección del medio ambiente. (Estatuto UNSTA, art. 3°).

## VISIÓN:

Ser una Universidad de referencia regional en la formación de los líderes que la sociedad necesita.

## VALORES:

La UNSTA privilegia los siguientes valores:

1. Compromiso con la mejora de la calidad, tanto en la dimensión académica como en las prestaciones administrativas.
2. Compromiso a favor de la comunidad en una perspectiva de pertenencia social y de respuesta a las necesidades del medio.
3. Clima de libertad y respeto intercultural e interreligioso.
4. Realización de la misión de la UNSTA en conformidad con la Constitución Apostólica sobre las Universidades Católicas Ex corde Ecclesiae.

## DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN Y RELACIONES INSTITUCIONALES DE LA UNSTA:

Brinda un total de 14 acciones del programa UNSTA Emprende & Innova. Entre los objetivos de la política de Extensión se destacan:

- Búsqueda de un crecimiento horizontal competitivo, mediante el desarrollo de vínculos con empresas, organismos públicos y privados que impulsen la creación de empresas locales, asociadas a modelos de incubación.
- Lograr la incorporación de una cultura emprendedora/innovadora integrada en la comunidad universitaria, tanto en el proceso de formación de alumnos, como en la capacitación del personal de la universidad.
- Impulsar la formación de emprendedores y desarrollar empresas innovadoras de base tecnológica, promoviendo el crecimiento económico productivo de la región, el desarrollo cultural y la divulgación científica en el medio social.

El Programa de Fortalecimiento de Proyectos que brinda UNSTA Emprende & Innova persigue los siguientes objetivos:

- Apoyar a Emprendedores de la comunidad mediante una Mentoría con alumnos de la Cátedra Emprendedor Universitario.
- Relevar los Emprendimientos desarrollados e implementar planes de acción.
- Generar un espacio que posibilite al alumno de la UNSTA realizar un doble aprendizaje: aplicar sobre casos reales los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera, y efectuar una especial devolución al medio, colaborando en el asesoramiento a emprendimientos de instituciones sin fines de lucro.



## GRUPO LUCCI

**VISION:** Ser el mejor grupo empresario en producción primaria, agroindustria y bioenergía del norte argentino.

**MISION:** Producir e industrializar materias primas agropecuarias para la elaboración de alimentos y bioenergías, buscando permanentemente maximizar los beneficios basándonos en la excelencia, sustentabilidad y satisfacción de nuestros interesados claves.

GRUPO LUCCI desarrolla su compromiso social a través de FUNDACIÓN VICENTE LUCCI (FVL), formalizando así, su inversión comunitaria, que se centra en la misión de Educar en Valores para formar un ciudadano más responsable.

Desde su creación en el año 2003, esta institución se fue desarrollando como una fundación empresaria educativa, con organización externa, personería jurídica propia, gestión y administración de profesionales especializados y asesoramiento permanente de su directorio.

Con el objetivo de generar capital social, FVL trabaja en la implementación de diferentes programas que apuntan a contribuir al desarrollo de comunidades rurales sustentables y más equitativas.

Grupo Lucci adhiere a la RED

de Empresas Contra el Trabajo

Infantil, junto a más de 90 empresas

nacionales, el Ministerio de Trabajo,

Empleo y Seguridad Social de la Nación,

UNICEF Y OIT; ideando políticas para prevenir

y erradicar el Trabajo Infantil.





## FUNDAMENTACIÓN

Este es un proyecto interdisciplinario desarrollado conjuntamente entre la UNSTA y Fundación Vicente Lucci. Tiene por objetivo acompañar el crecimiento de los emprendimientos de la región, a partir de herramientas estratégicas para la planificación y puesta en marcha de los mismos. Brinda herramientas de Emprendedorismo que permiten potenciar algunas ideas y en función de ellas iniciar un camino hacia un plan de negocios. Aspiramos a que los jóvenes logren conocer y entender la existencia de diferentes modalidades de progreso, no solo en la búsqueda de empleo, sino en la generación del mismo. La creatividad y la organización posibilitarán conocer cuáles son los recursos con los que cuentan y cuáles necesitan conseguir.

Nos interesa apuntar a la búsqueda de las oportunidades de mercado y principalmente con quienes puedan asociarse en su comunidad, para llevar a cabo un proyecto. En cada uno de los casos

estableceremos desde una a varias fuentes de trabajo.

Este proyecto está desarrollado acorde a la edad de los jóvenes beneficiados y ofrecerá talleres que permitan conocer pasos básicos a tener en cuenta a la hora de emprender. Teniendo como eje la importancia de la planificación, la reestructuración de un plan inicial hasta la creación de un negocio.

Otro tema que tratamos en este manual es poder manejar algunos obstáculos que se nos presenta como emprendedor. Por lo que también es importante desarrollar una personalidad flexible y que se adapte fácilmente a los cambios.

## ¡MUCHAS GRACIAS!



# 1

## TALLER

### ■ ACTIVIDAD N° 1:

Armar de manera esquemática y ejemplificadora la introducción al emprendedorismo, incluir opiniones y conocimientos de los jóvenes a cerca de este tema para enriquecer el taller.

## ORÍGENES DEL EMPRENDEDORISMO

Para comenzar es necesario definir lo que significa la palabra Emprendedorismo. Proviene del vocablo francés “entrepreneur”, lo que traducido a nuestro idioma significa aventurero. En la historia, a través de los siglos, esta palabra ha tenido diversos análisis, pero en la actualidad se la asocia fundamentalmente a personas cuya motivación no es esencialmente la de obtener una ganancia, sino a aquellas cuya innovación es capaz de modificar profundamente algún área económica e incluso a una sociedad entera. Un ejemplo fue la creación de internet, a través del cual, se puede ingresar a las redes sociales en forma masiva y desarrollar todo tipo de actividades, desde lo personal a lo comercial.

**El emprendedor, es la persona que identifica las oportunidades para innovar y las lleva a la práctica. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades de 1732, como: "La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua".**

**La función del emprendedor es reformar o revolucionar para producir un nuevo servicio y/o producto o transformar uno ya existente o introducir una innovación.**

## LA VISIÓN DEL EMPRENDEDOR

En la actualidad y en un contexto amplio, emprender es sinónimo de innovación y actualización. Una forma de pensar y de vivir acorde con tiempos marcados por el cambio continuo e incertidumbre y es que un emprendedor no solo innova sobre lo establecido, sino que además se recicla constantemente para adaptarse a los cambios. Por ejemplo, se pueden calificar como iniciativas emprendedoras las ideas sobre una nueva tecnología a través de un celular como lo son en la actualidad las guías virtuales para hacer reservas en hoteles en todo el mundo, y también lo es una rifa en un centro educativo por parte de los alumnos para recaudar fondos para un proyecto benéfico.

La iniciativa emprendedora es un proceso dinámico en el que las personas identifican oportunidades para innovar y las llevan a la práctica. En un contexto empresarial, se la asocia a la creación de empresas y su posterior gestión.



# LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ACTUALIDAD

En los últimos años, la influencia de la globalización económica y el aumento de la población hicieron necesario el ajuste de las economías regionales, en donde la evolución tecnológica disminuyó las fuentes de trabajo. Ante esta brusca disminución de las oportunidades de empleo, reapareció la posibilidad de emprender mediante la producción y el comercio. La promoción de los emprendimientos se considera como una herramienta válida para potenciar la generación del autoempleo, posibilitando, de esta forma, el mejoramiento del nivel de ingresos de sectores que difícilmente puedan incorporarse, al menos en el corto plazo, a las actividades productivas más avanzadas.

La opción de la microempresa es una alternativa muy positiva en la búsqueda de soluciones para enfrentar el desempleo, sin embargo, debemos tener en cuenta que en algunos casos hay falencias. Y ello ocurre, en gran medida, por falta de realización de un proyecto a conciencia que permita analizar con cierto grado de seguridad la factibilidad del emprendimiento. (VALSECCHI, Pedro P; VICTORIANO V, José y J. DE ECHAIDE, Marcela. La microempresa en el aula proyecto y gestión de micro-emprendimientos. 2º Edición. (2005)

## ■ ACTIVIDAD N° 2:

En función de los esquemas planteados consultamos a los presentes en el taller a cerca de los emprendimientos existentes que conozcan en el lugar. Tal vez no los identifiquen como emprendimientos, así que habrá que guiarlos consultando como fuentes de trabajo, pequeños negocios de los lugareños, etc.

Nº	Enumere 5 fuentes de trabajo en su comunidad
1	
2	
3	
4	
5	

# 2

## TALLER



### ■ ACTIVIDAD N° 1: DIAGNOSTICO Y RELEVAMEINTO

A continuación el/los Tallerista/s deberá/n contar y conversar con los jóvenes a cerca de los interés y proyecciones futuras de los mismos. Cuál es su inquietud y su proyección de futuro. Que les interesa y si ya lograron iniciar la búsqueda de información para sus inquietudes.

El tallerista hace esta pregunta a los participantes:

Pide que en su cartilla de capacitación respondan las primeras preguntas que están en el manual.

•¿Qué es ser emprendedor?

•¿Emprendedores en que se hace?

Estas preguntas serán disparadores para contarles acerca de nuestro proyecto. Los objetivos del mismo y adonde queremos llegar con ellos al final de los talleres. Una vez que respondan las preguntas, pedir a una persona del grupo que lea lo que escribió en voz alta para todos. Luego consultar si alguien escribió algo diferente, pedir que lea en voz alta.

## EL EMPRENDEDOR

Tiene la capacidad de iniciar un negocio, identificando una o más necesidades no satisfechas, modificando un bien o servicio existente para presentar un factor diferenciador, que reúne los recursos necesarios para producir bienes o servicios capaces de satisfacer una necesidad, o de diferenciarse de la competencia, con el fin de obtener un beneficio.

Se debe tener en cuenta la capacidad de percibir, de crear y accionar, que está presente en todo ser humano. Para lograr su desarrollo, debe tratar de eliminar todo aquello que lo obstaculiza.

Los emprendedores son aquellos que saben que iniciar un proyecto comercial es un proceso que requiere el cumplimiento de una serie de etapas.

**Es necesario sembrar para cosechar, hay que creer en uno mismo y conocer las propias limitaciones.**



# ACTITUD DE VIDA = EMPRENDEDOR

La potencialidad de un individuo para ser empresario está, también, directamente relacionado con la situación económica de los individuos que van a participar de la microempresa y del apoyo que reciba de su entorno familiar y social. Aunque, hay excepciones, un ejemplo es el caso de Radio Milagrosa, un joven que pasó de ser cartonero a ser propietario de una Radio, y sobre todo, gestor de un cambio en la realidad de sus vecinos.

Ser emprendedor implica una actitud de vida que requiere un constante auto perfeccionamiento que permita mirar con

## OBSTÁCULOS REALES DEL EMPRENDEDOR

La falta de capital, o de recursos no es el único obstáculo con el que se encuentra el emprendedor a la hora de iniciar o de sacar adelante su proyecto. En cualquier ámbito, ya sea el de los negocios, en la ciencia, o en el deporte se dan casos o situaciones en el que los emprendedores, cuentan con todos los recursos esenciales para iniciar, pero quienes lideran no son capaces de romper las fuerzas que oponen resistencia. Un público que no tiene el mínimo interés en lo que se ofrece, un jefe que no está dispuesto a aceptar las modificaciones o la implementación de una idea, empleados que solo trabajan por dinero y autoridades que no aprueban solicitudes, son algunas de las tantas cuestiones que debe replantear un emprendedor y que debe ser capaz de vencer si quiere llegar a su situación ideal.

**Tratar de vencer una resistencia, implica un desgaste de energías. Mientras mayor sea la resistencia, mayor será la pérdida de energía que se deberá afrontar, pero aunque no se crea, la mayor resistencia a cualquier emprendimiento, proviene de nuestro interior.**

El miedo, la inercia y la pereza son fuerzas divergentes, como cualquier mecanismo y debilitan al individuo. Por eso, a la hora de iniciar un proyecto también deben considerarse estos factores, para que pueda vencerse cualquier obstáculo y tomar las medidas necesarias para lograrlo. Por ejemplo, que los empleados trabajen no tan solo por dinero sino que su trabajo sea considerado de alto valor, o que los productos o servicios, sean para los clientes más que una transacción. La clave está en aprender y conocer un efecto y descubrir cómo fue producido a partir del resultado y cuáles fueron los mecanismos lo hicieron posible.



## LA INDIVIDUALIDAD, EL SER ÚNICOS

Si para crear elementos únicos y realmente valiosos, se necesita de recursos intangibles, debe tenerse en cuenta que la mayor cantidad de elementos intangibles surge de las propias personas: sus ideas, talentos y experiencia. Por ello cuando tenemos la iniciativa de creación de algo nuevo es necesario saber con qué recursos se cuenta. Se trataría de realizar un simple inventario de uno mismo. Las personas estamos permanentemente afrontando cambios, lo que no debe parecer extraño el hecho que de un tiempo a otro cambie, y esos cambios afectan a los propósitos y objetivos. HERRERA, H., BROWN, D.

La guía del emprendedor. Ediciones Urano S.A. (Barcelona, 2006)..

## CREAR LA TRIBU

Para crear productos verdaderamente únicos debemos enfocarnos en sectores específicos y buscar características tribales. Ciertamente debemos entender que estamos vinculados a algunas tribus con mayor fuerza..

### 1-¿Cuál es la tribu con mayor volumen de integrantes y mayor poder adquisitivo?

En una tribu es importante que se cumplan ambas características, lo importante es que exista el factor común que hace la unión. Sin embargo hay tribus con pocos integrantes que cuentan con un alto poder adquisitivo. Y por el contrario, hay otras en las que no hay un alto poder de compra sin embargo están compuestas por muchos integrantes que merecen atención.

### 2-¿Dónde se encuentra la Tribu?

Toda tribu tiene sus puntos de reunión. Hasta no hace mucho, esto ocurría en un plano real, ahora gracias a la tecnología todas las personas unidas en una tribu, pueden localizarse virtualmente.

### 3-¿Cómo se relacionan las tribus entre sí?

Si bien las tribus tienen características que las identifican, eso no significa que sean grupos cerrados, tienen la necesidad de relacionarse y muchas veces, cuando esto ocurre, pueden unas a otras influir en hábitos o formas de pensar y ver las distintas situaciones del mundo actual.

---

## ACTIVIDAD N° 2:

A - Identificar en la comunidad algunas necesidades a las cuales nosotros podemos dar respuesta mediante un proyecto de negocio.

---

---

B - ¿Qué tribus o grupos hay en nuestra comunidad y en las más cercanas para generar alternativas de

---

---



# 3

## TALLER



### ACTIVIDAD N° 1:

#### FODA transmitir de manera sencilla estos conceptos.

Este análisis permitirá conocernos y definir cuáles son los rasgos de nuestra personalidad que debemos potenciar para tener un espíritu emprendedor y cuáles debemos dejar de lado para no obstaculizar nuestro desarrollo personal.

El análisis FODA es una herramienta estratégica de diagnóstico para el emprendedor, que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc.. Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

#### ● Fortalezas:

son las capacidades especiales con que cuenta el Proyecto, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Tiene que ver con los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

#### ● Oportunidades:

son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el Proyecto y que permiten obtener

ventajas competitivas.

#### ● Debilidades:

son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Se refiere a recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

#### ● Amenazas:

son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. El objetivo es evaluar lo

### ACTIVIDAD N° 2: TU PROPIO FODA

Pedir que cada uno de los presentes en el taller arme su FODA personal, así logra hacer una introspección de sí mismo y poder potenciar los rasgos positivos y disminuir sus rasgos negativos

#### INTERNO

#### FORTALEZAS:

Son los aspectos positivos de una persona. La trayectoria escolar, laboral, las capacidades y recursos que cada uno tiene para

#### DEBILIDADES:

Son factores negativos de una persona que impiden avanzar en sus propósitos. Bloquean en las actividades así que son necesarios conocerlas y cambiarlas



<b>EXTERNO</b>	<b>OPORTUNIDADES:</b> son factores facilitadores en nuestro contexto de los cuales debemos servirnos para tener éxito en la vida. Hay que conocerlos en profundidad para poder mejorar y evolu-	<b>AMENZADAS:</b> son factores externos que no permiten avanzar en nuestro propósito. Es importante conocerlos para evitarlos y/o afrontarlos.
----------------	--	---

<b>INTERNO</b>		
<b>EXTERNO</b>		

El tallerista permite un tiempo considerable para que la mayoría termine de armar su Matriz FODA. Tomamos nota en el pizarrón de lo que escribieron los alumnos. Esto permitirá ver las

Cada persona tiene su propia visión de las cosas, es importante enfocar este análisis de manera responsable, sin limitarse en sus opiniones, defendiendo su mirada, de manera realista, y buscando la madurez en el trabajo.



# 3

## TALLER



# PLAN ESTRATÉGICO

Pueden ser varias las tribus a las cuales se puede enfocar el negocio. Se debe crear demanda del servicio o del producto, la idea es contactar con el mercado objetivo. Una de las formas más comunes es hacerlo mediante los medios de comunicación como radios, tv, redes sociales, etc... Sin embargo, para muchas personas, para tener seguridad de una clara demanda de un producto o servicio, se debe hacer un estudio que investigue la verdadera necesidad de la misma y con ello, definir cuáles la manera más apropiada y efectiva de llegar a nuestro público.

### CREAR EL PRODUCTO, CREAR LA DEMANDA

Como muchos paradigmas, cuesta aceptar las cosas simples especialmente a lo que se refiere al éxito. Los emprendedores siempre crean productos o servicios sin tener en cuenta si realmente existe necesidad de satisfacer por parte de los consumidores. La experiencia ha demostrado que:

**Es el producto o servicio innovador el que crea la necesidad y la necesidad es la que crea la demanda.**

Como profesionales o emprendedores, se debe tener la mente abierta para estar atento a las necesidades de los consumidores sin olvidar que las mismas pueden surgir en el momento de

## ACTIVIDAD 1: LEE ATENTAMENTE Y ARMA TU PROPIO NEGOCIO.

### DE UNA IDEA A UN NEGOCIO - MODELO-CANVAS

En 2010 Alex Osterwalder diseñó el Business Model Canvas; un formato que visualiza el modelo de negocio según estos nueve campos en sólo una 'hoja', resultando un documento que ofrece directamente una visión global (el 'helicopterview') de la idea de negocio, mostrando claramente las interconexiones entre los diferentes elementos.





### **Cientes:**

Los grupos de personas a los cuales se quieren ofrecer el producto/servicio. Se deben conocer perfectamente. Son la base del negocio.

### **Propuesta de valor:**

Trata la respuesta que se le da al cliente. Explica el producto/servicio que se ofrece a los clientes.

### **Canales de distribución:**

Se centra en cómo se entrega la propuesta de valor a los clientes, cómo nos comunicaremos, alcanzar y entregar la propuesta de valor a los clientes.

### **Relaciones con los clientes:**

Uno de los aspectos más críticos en el éxito del modelo de negocio y uno de los más complejos de hacer tangible.

### **Fuentes de ingresos:**

Representan la forma en que en la empresa genera los ingresos para cada cliente. En un solo pago o recurrente.

### **Recursos claves:**

Se describen los recursos más importantes y necesarios para el funcionamiento del negocio, así como tipo, cantidad e intensidad.

### **Actividades clave:**

Para entregar la propuesta de valor se deben desarrollar una serie de actividades clave internas (procesos de producción, marketing, etc.)

### **Alianzas Claves:**

Se definen las alianzas necesarias para ejecutar el modelo de negocio con garantías, que complementen las capacidades y optimicen la propuesta de valor.

### **Estructura de costes:**

Describe todos los costes en los que se incurre al operar el modelo de negocio. Se trata de conocer y optimizar los costes para intentar diseñar un modelo de negocio sostenible, eficiente y escalable.

Fuente <http://www.emprenderesposible.org/modelo-canvas>



## ■ ACTIVIDAD N° 2:

Desarrolle en grupo o de manera individual su idea y trasforme en un futuro negocio con el MODELO CANVAS.

¿Cuáles de los problemas de nuestros clientes que vamos a solucionar?

---

¿Qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clienteS?

---

¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

---

**Características:**

• **Novedad:**

---

• **Rendimiento:**

---

---



## Personalización:

- Diseño
- Marca/Status
- Precio
- Accesibilidad

## Canales:

- ¿A través de qué canales quieren ser contactados nuestros clientes?
- ¿Cuáles funcionan mejor?
- ¿Cuáles son más eficientes en costos?

## Actividades Claves:

- ¿Qué actividades requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Cuáles son nuestros canales de distribución?
- ¿Cuáles son las relaciones con clientes?
- ¿Cuáles son nuestras fuentes de ingresos?

## Recursos Claves:

- ¿Qué recursos claves requiere mi propuesta de valor?

### Tipos de recursos:

- Físico
- Intelectual
- Humanos
- Financiero

## Socios claves:

- ¿Quiénes son nuestros socios claves? ¿Quiénes son nuestros proveedores centrales?
- ¿Qué recursos vamos a adquirir de nuestros socios? ¿Qué actividades ejes realizan los socios?

## Fases para comercializar

- Atraer a un grupo de personas
- Encantara esos grupos de personas
- Hacer que ese grupo de personas traiga más personas.
- Donde hay gente hay negocios. A los clientes hay que:
  - Salir a buscarlos.*
  - Atraerlos.*
  - Reunirlos en un terreno neutral.*
  - Llevar a cabo todas las acciones anteriores.*

- Mientras más personas haya, más posibilidades habrá de tener clientes potenciales. Todo esto puede parecer imposible pero, quienes conocen los clientes y tienen la experiencia suficiente, pueden comprender que solo basta con estar preparados y tener conocimiento.

- **Cierre**



# Norte Rural

## EMPRENDEDURISMO

# MANUAL DEL VOLUNTARIO

4  
AÑO

Por consultas y/o por alianzas con Fundación Vicente Lucci, contáctanos en:

- Provincia de Tucumán  
0381-4515500 interno 5667  
Ruta 302-km 7 - CP (T4178XAX) - Cevil Pozo
- Provincia de Santiago del Estero  
381- 4515500 Opción 3  
Ruta 157 - Km 1052 – CP (4230) - Frías
- Provincia de Buenos Aires  
(011) 4328 3534  
Carlos Pellegrini 1163 Piso 3 Oficina A