

SEMILLAS DE LANZAROTE

# El medio rural de Lanzarote como oportunidad de desarrollo

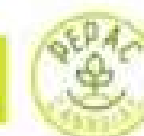
---

## ACTIVAS



Cofinanciado por  
la Unión Europea

**LEADER**  
Desarrollo liderado por las comunidades locales



ACTIVAS





**Semillas  
de Talento**   
HAZ CRECER TU IDEA

## Proyecto “Impulso al Emprendimiento y la Diversificación en el Medio Rural de Lanzarote”

Convierte tu idea en un proyecto real que promueva el futuro del  
medio rural de Lanzarote.

**¡Quiero participar!**





# ¿Qué incluye?

- **Talleres** de capacitación:
  - El medio rural de Lanzarote como oportunidad de desarrollo
  - Innovación en Productos y Servicios del Medio Rural
  - Cocreación Regenerativa
- **Visitas guiadas** a buenas prácticas
- **Participación en feria**
- **Mentoría** y acompañamiento en diversas materias
- Desarrollo de un **proceso participativo**







# ¿Qué es emprender?

Emprender es... identificar una **necesidad o un problema** en el mercado y crear una solución que aporte valor y genere rentabilidad

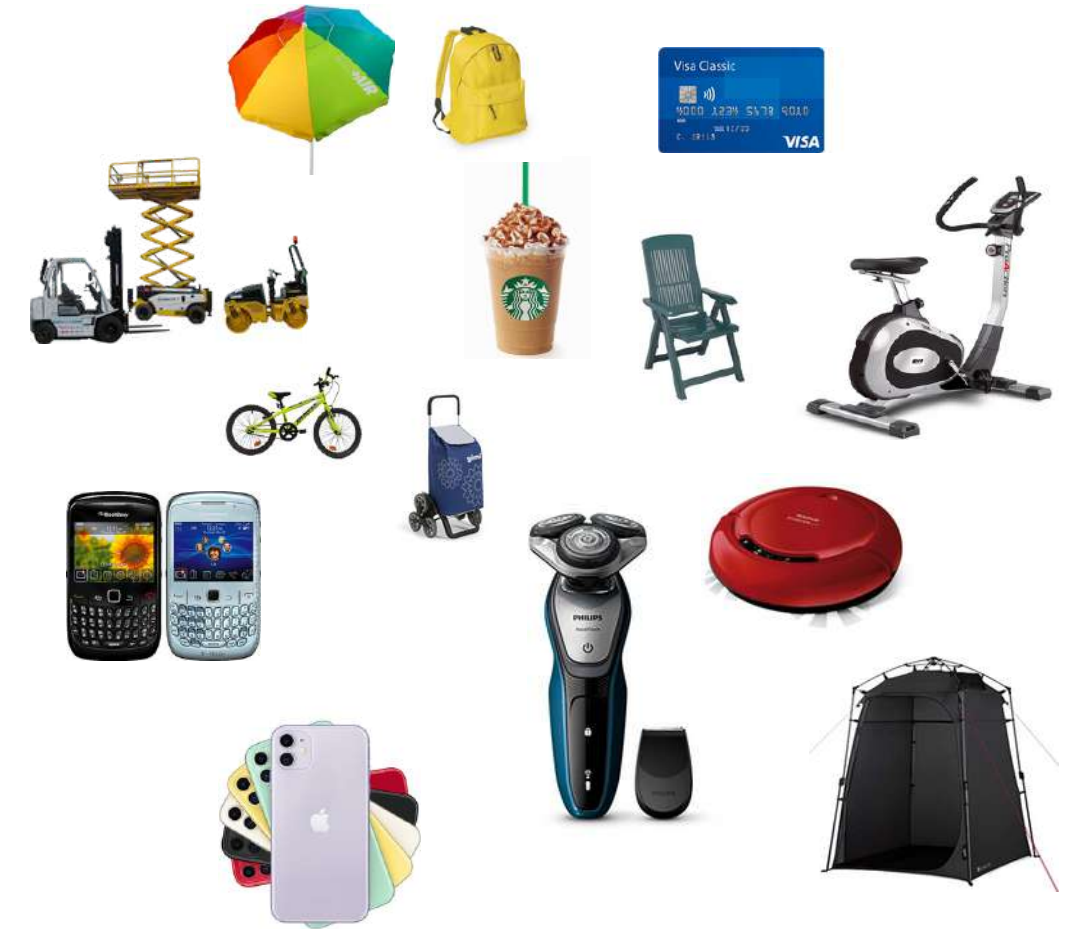
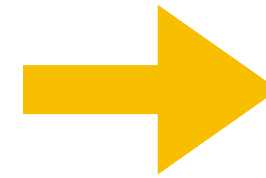
emprender = solución



emprender = **solución**

solución  
**nueva**

**mejora** de una  
solución







## Mensaje clave

La idea de negocio puede ser una solución nueva o una mejora de algo que ya existe, lo importante es que **debe aportar valor y tener sentido** para alguien



# Ejemplos de emprendimientos novedosos en Canarias





[Inicio](#)

[Equipo](#)

[Nuestros servicios](#)

[Tradiciones en Ruta](#)

[Mialbamar](#)

+

[Artesanos en escena](#)

[Nuestros hechizos](#)

[Cuaderno de magia](#)

[Noticias](#)

# ¿CREES EN LA MAGIA?

ENTONCES HAS LLEGADO AL LUGAR ADECUADO







Taller impartido por La Máquina Creadora

📍 La Vinoteca de Vega Norte

📅 7 de noviembre • 18:00

💶 10,90€ • Reserva previa

📞 822 255 523

# DIBUJO Y CATATA DE VINO



vinotecaveganorte y 4 personas más

Tifarfe, Canarias, Spain



Los esperamos el próximo 7 de noviembre para disfrutar juntos del taller "Catálogo de Especies del Suelo", una experiencia creativa inspirada en la vida que habita bajo los viñedos de La Palma 🍷🌱

A partir de materiales naturales —piedras volcánicas, raíces, hojas, uvas y fotografías del terreno—, exploraremos la riqueza invisible del suelo y la transformaremos en arte. Cada participante imaginará y dibujará nuevas especies que podrían habitar ese universo subterráneo donde nacen las raíces del vino.

Un encuentro entre arte, naturaleza y territorio, dirigido por Naza Martín – La Máquina Creadora, dentro del proyecto artístico y educativo Catálogo de Especies.

Durante el taller se podrán degustar nuestros vinos blanco y tinto ecológicos, así como también un exquisito picoteo con queso de Puntagorda, embutidos y patés 🍷

¡No te lo puedes perder! 🍷🌱🍷

Es una forma diferente de mirar la tierra desde la imaginación, celebrando la identidad y vida del paisaje palmero 🌱

📅 Viernes 7 de noviembre



90 Me gusta

20 de octubre



Añade un comentario...

📌 Publicar



[Inicio](#)

[Nosotros](#)

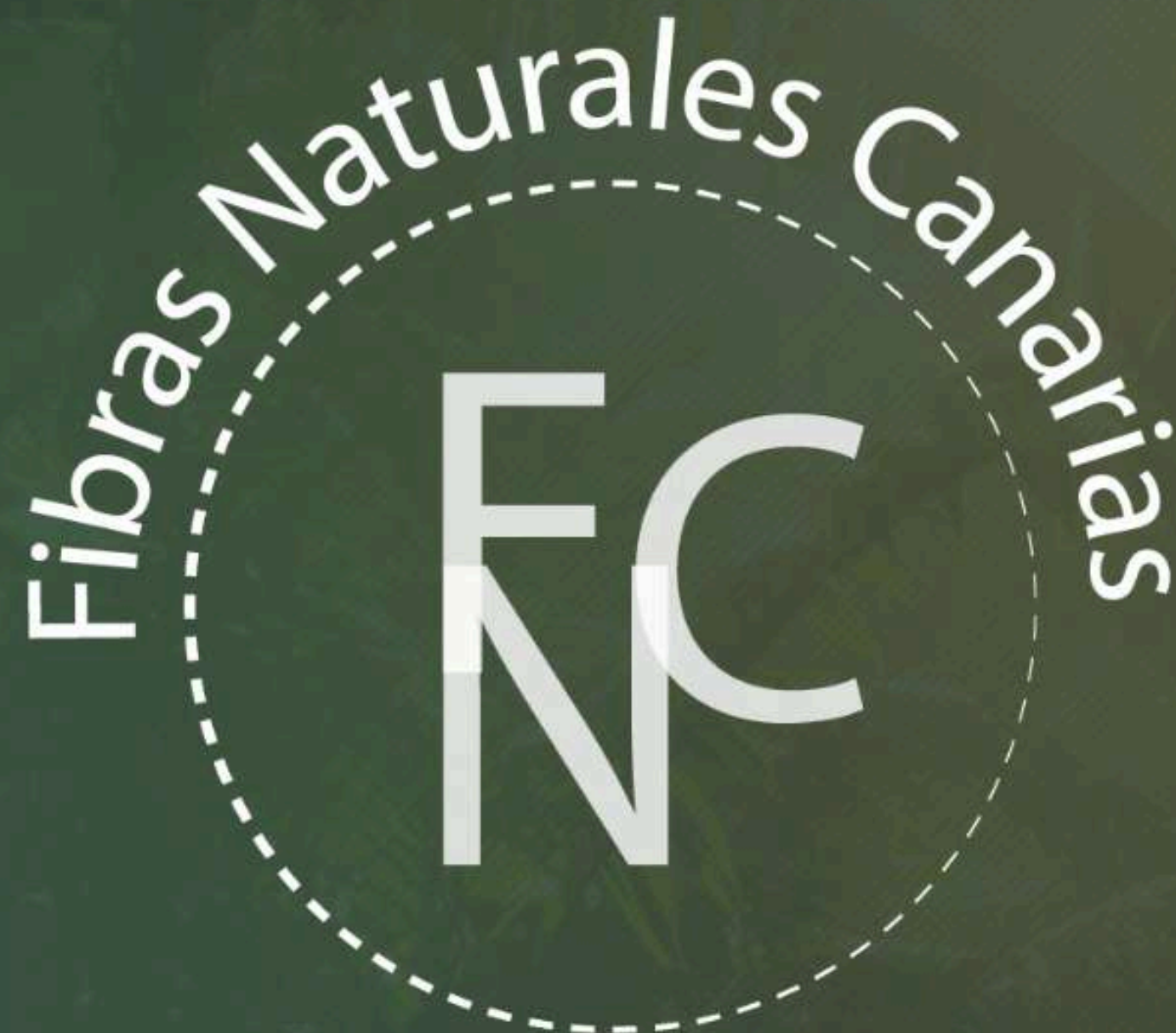
[Productos](#)

[Proyectos](#)

[Soy Agricultor](#)

[Portal de Transparencia](#)

[Contáctanos](#)



**Valorizamos los residuos de las plataneras**



abuelas\_a\_la\_olla

Siguiendo ▾

Mensaje



45 publicaciones

659 seguidores

305 seguidos

Con las Abuelas a la Olla

Evento

Festival con sabor a tradición 🎵 🍷

Abuelas, recetas canarias y mucha comunidad

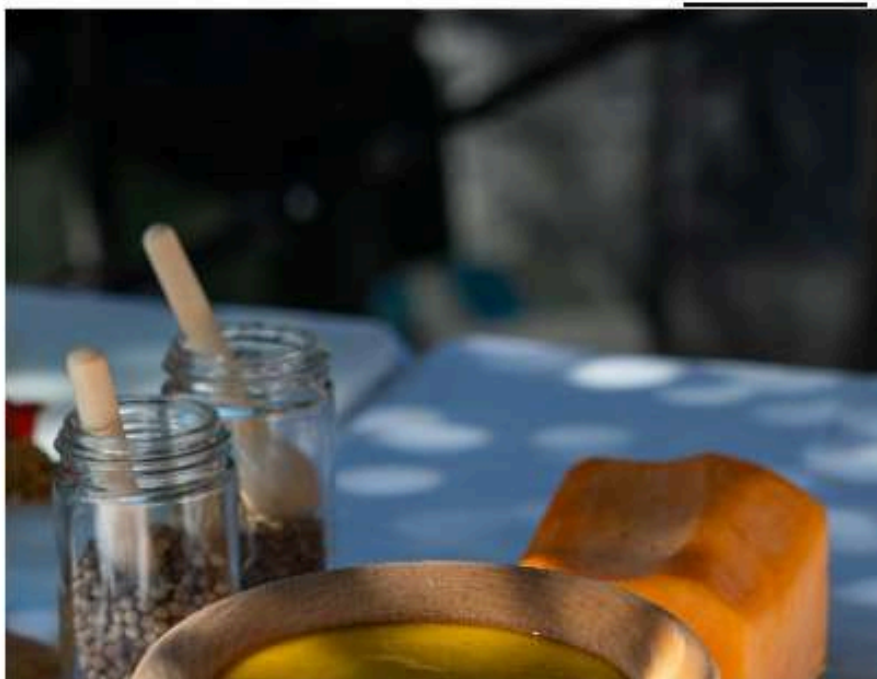
📍 27 septiembre en Vilaflor

Con las... más

C General Antequera nº3, Santa Cruz de Tenerife 38003

🔗 [www.abuelasalaolla.es](http://www.abuelasalaolla.es) y 1 más

covabertrand, mara\_esteban y patricampora siguen esta cuenta







**AVENTURA** ▾

**EXCURSIONES** ▾

**CONTACTO**

# AVENTURA

Vive la emoción de explorar Tenerife a pie, en bicicleta o en kayak, con experiencias únicas en la naturaleza.



Senderismo

**Barranco de Masca con  
guía**

Desde **145,00 €**

**RESERVAR**



Senderismo

**Barranco de Masca  
autoguiado**

Desde **89,00 €**

**RESERVAR**



Senderismo

**Masca Skyline**

Desde **25,00 €**

**RESERVAR**



kayak

**Kayak de mar en Los  
Gigantes**

Desde **35,00 €**

**RESERVAR**



[Quiénes somos](#)[Casos prácticos](#)[Financiación](#)[Colaboración](#)[ES/EN](#)

# Casos prácticos

## La experiencia convertida en inspiración

Explore soluciones reales y replicables, desarrolladas en islas y territorios remotos, que contribuyen a equilibrar el cuidado del planeta, el bienestar humano y el crecimiento económico sostenible. Se trata de proyectos de innovación con propósito y alma, seleccionados para inspirar, guiar y conectar a quienes creen que otro modelo es posible.







# THE MON●POLITAN®



ESTILO DE VIDA



GASTRONOMÍA



# ¿Qué es emprender en el medio rural?



# ¿Qué es emprender en el medio rural?



Emprender desde **lo que amamos**:

- Cuidar del **territorio**
- Apostar por la **sostenibilidad**
- **Revalorizar tradiciones** y recursos locales
- Apostar por la **innovación** desde la raíz

Y algo tan simple como **aportar soluciones donde no las hay**

# ¿Qué falta aquí?



**Reparto a domicilio**



**Marketing online**

**Talleres para jóvenes**



**Peluquería**





# Emprender no empieza con un plan de negocio, sino con una **acción: aportar una solución desde lo que nos importa**

Recuerda un momento de tu vida en el que viste que algo no funcionaba (en tu barrio, casa, trabajo, comunidad...) y hiciste algo para mejorarlo, aunque fuera pequeño.

- ¿Qué hiciste?
- ¿Por qué decidiste hacerlo?
- ¿Cómo te sentiste al ver que funcionaba?



**¿Qué requisitos debe cumplir  
mi idea de negocio o proyecto?**



# Una idea de negocio debe cumplir **3 atributos clave**:

- ✓ **APORTAR VALOR**
- ✓ **SER VIABLE**
- ✓ **SER SOSTENIBLE EN EL TIEMPO**





¿CÓMO LO HACEMOS?

**¿Qué significa eso de aportar  
valor?**

## **APORTAR VALOR**

Debe **solucionar una necesidad, aliviar un dolor o mejorar una situación.**



Tiene que **tener sentido desde la mirada del cliente** (no solo del emprendedor).





Muchos emprendedores **se enamoran de su idea** porque la ven innovadora, creativa o porque ellos mismos usarían ese producto o servicio.





# Mensaje clave

El mercado no funciona por intuición personal, sino por  
**valor real percibido** por quien va a comprar.



# Algunos tipos de valor

FUNCIONAL



EMOCIONAL



EXPERIENCIA



SOCIAL



INNOVACIÓN



ECONÓMICO



# Se trabajan **dos grandes áreas**

## CAPACIDAD **OPERATIVA**



## CAPACIDAD MENTAL (**EL MINDSET**)





# 1. Capacidad operativa

Lo que sabes hacer o puedes conseguir hacer con tus recursos actuales

- Tus **habilidades técnicas o profesionales** (cocinar, programar, vender, crear contenido, organizar eventos...)
- Tu **experiencia previa y red de contactos**
- Tu **tiempo** disponible
- Tus **recursos económicos y materiales**
- Tu acceso a **proveedores, herramientas, tecnología o equipo de apoyo**

## 2. Capacidad mental (el mindset)

Aquí entra en juego **tu fuerza interna** para sostener el proyecto, especialmente cuando aparezcan los retos:

- **Resiliencia:** ¿Tienes el compromiso para insistir aunque al principio no funcione?
- **Tolerancia al error y la incertidumbre:** ¿Puedes aprender rápido sin frustrarte?
- **Proactividad:** ¿Eres de los que esperan o de los que se mueven?
- **Autoconfianza:** ¿Te sientes capaz de liderar esto o siempre te saboteas?
- **Actitud de aprendizaje:** ¿Estás dispuesto a probar, preguntar, adaptarte?





# Mensaje clave

Una buena idea no es solo la que te emociona hoy, sino  
la que **puedes sostener, escalar o reinventar**  
**mañana.**

# Emprender es....



Ver la **oportunidad** donde  
otros ven un problema  
(despoblación, falta de  
servicios, etc.).



**Unir los activos y  
recursos** del territorio  
(patrimonio, producto  
local, tradiciones).



Activar el **desarrollo local**,  
generar riqueza en la  
comunidad y mejorar la  
calidad de vida.

Tu proyecto no solo te beneficia a ti, sino que es un motor para tu entorno.



02

# Mitos que nos frenan (¡y vamos a desmontar!)

DESMONTANDO MITOS



## Necesitas mucho dinero para empezar



Hoy se puede emprender de forma ágil y progresiva. El dinero ayuda, pero **no sustituye la estrategia ni la mentalidad.**

**El dinero llega después.** Lo que de verdad necesitas es validar, probar y ajustar.







**Necesito la idea perfecta para empezar.**



**No. Necesitas empezar.** Las ideas se pulen con acción, no en la cabeza.

Las ideas perfectas no existen. Lo que funciona es **probar, fallar rápido y mejorar**





“Las ideas no vienen completamente formadas,  
se van aclarando a medida que trabajas en ellas.  
Solo tienes que empezar”





**Si no sé de negocios,  
no puedo emprender.**



**Todo se aprende.** Nadie nace  
sabiendo de modelos de negocio,  
ventas o finanzas.







**Si no sale perfecto, no sirve.**



**La perfección no impulsa, paraliza.**  
Los negocios no crecen por lo impecable, crecen por lo **empezado**, **lo probado y lo mejorado con el tiempo.**







**Si emprendes es  
porque no encontraste  
trabajo**



Emprender es una decisión  
estratégica, no un plan B. Cada vez  
más personas eligen emprender  
para tener autonomía.





**Solo emprenden  
personas jóvenes o  
con estudios**



La edad o los títulos no definen tu  
capacidad para emprender.

Lo que cuenta es la **actitud**, la  
**creatividad**, la **perseverancia** y el  
conocimiento del entorno.







**En el campo no hay  
oportunidades**



Justamente en el medio rural hay  
muchas necesidades sin cubrir y  
recursos sin aprovechar.





# Oportunidades

## 1. Servicios básicos que faltan

- Peluquería / barbería
- Fisioterapia o masajes
- Acompañamiento a mayores
- Reparación (bicis, motos, electrodomésticos)
- Librería o papelería

**Donde hay carencia, hay oportunidad.**





# Ejemplo

## La Bodeguita de Guime chill out.

Hermoso y recondito local dentro del pueblo de Güime. Un lugar diferente donde tomarte algo y disfrutar de su tranquilidad y pintorescas características.





# Oportunidades

## 3. Tradiciones convertidas en experiencias

- Quesería, mojo, gofio
- Pan artesanal
- Cestería, cerámica
- Rutas con historia

**El turismo actual valora lo auténtico.**





# Ejemplo

**TIMIJOTA- Estudio de cerámica artística y  
utilitaria- Tinajo**

Ofrece Talleres de cerámica creativa.





# Oportunidades

## 4. Productos locales con valor añadido

- Conservas, mermeladas, salsas
- Cosmética natural (sal, plantas, aloe...)
- Artesanía con arena o lava

**Productos con identidad = productos con valor.**





# Ejemplo

## MAMA PEPA -JABONERÍA ARTESANAL- Uga

- Produce jabones artesanales 100% naturales, elaborados en Lanzarote y con envases ecológicos.



Volver a lo natural  
no es una moda,  
es un acto de  
amor propio.

# Oportunidades

## 5. Economía digital desde lo rural

- Marketing digital
- Diseño gráfico
- Formación online
- Servicios freelance

**Hoy, el talento viaja online.  
Tu ubicación no limita.**





# Oportunidades

## 6. Servicios para la vida cotidiana y el cuidado en el medio rural

- Cuidado infantil
- Apoyo escolar
- Entrenamiento personal
- Servicios de limpieza o mantenimiento
- Acompañamiento a mayores
- Gestión de citas y trámites

**Soluciones simples, impacto grande.**





# Ejemplo

## SALA ARCOIRIS- La Florida

- Madre de día - Guardería - Celebración de cumpleaños, actividades lúdicas y campamentos infantiles.





# Oportunidades

## 7. Movilidad y logística

- Reparto de productos agrícolas
- Transporte a mayores
- Entregas entre pueblos

**Si acercas servicios, solucionas vidas.**





# Ejemplo

## HUERTO CANARIO

Frutería especializada en productos km0 con reparto a domicilio que tiene como propósito empujar la economía de la isla y apoyar a los pequeños agricultores.





# Oportunidades

## 8. Bienestar en naturaleza

- Yoga, meditación, mindfulness
- Retiros en naturaleza
- Talleres de autocuidado

**El entorno rural es un valor en sí mismo.**



El campo NO está vacío de oportunidades.  
Está lleno de necesidades reales y recursos esperando una idea.  
Donde otros ven limitaciones, el emprendimiento ve posibilidades.





# Oportunidades de emprendimiento en Canarias 2025-2030



**Los mitos solo se  
vencen cuando se  
nombran y se  
cuestionan.**





## Especialización: menos es más.

Tener claro **qué haces y para quién lo haces** te **coloca en el mapa**.

Cuando tu mensaje es nítido, el mercado responde mejor, más rápido y con más confianza.





**¡Solás no! Ayuda de  
profesionales y  
organizaciones.**



CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL  
DE LANZAROTE  
**C.E.L.**



**ADERLAN**  
Asociación para el desarrollo  
Rural de Lanzarote



**mentorDay**

**Cámara**  
Lanzarote y La Graciosa





**Los CONTACTOS son los  
más importante en los  
negocios.**

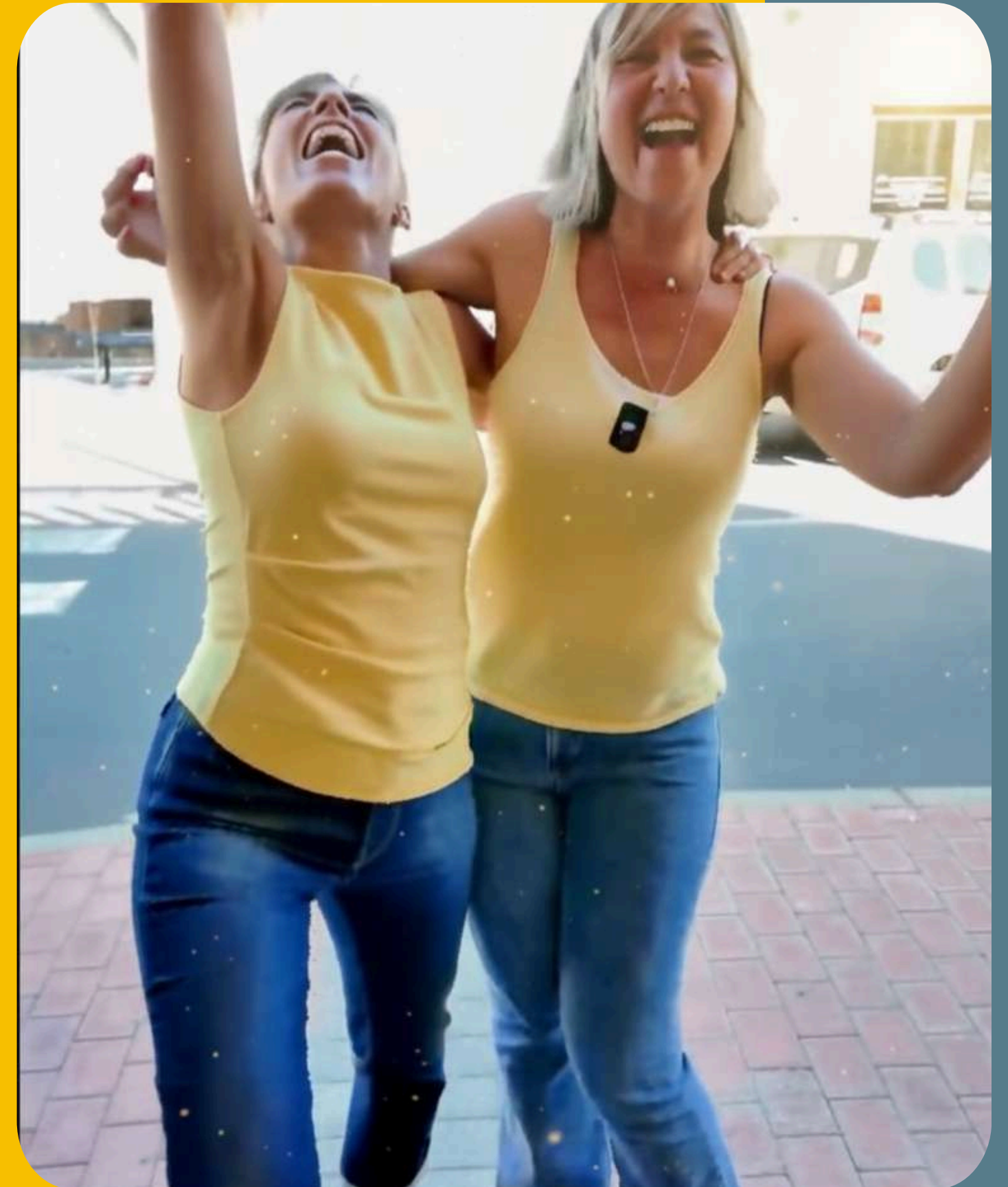




## **¡Rodéate de gente que impulse!**

Elige bien tus entorno.

**Un buen círculo acelera;  
uno malo te frena sin que te des cuenta.**







# Cuida tu MINDSET

Tu verdadera ventaja  
competitiva.



# MINDSET en el emprendimiento

El emprendimiento no empieza en un plan de negocio.  
Empieza en tu cabeza.



Emprender **exige empuje, foco y resiliencia.**



No se trata de no tener miedo, sino de tener la **fuerza mental**  
**para avanzar incluso cuando tiembla el suelo.**



# MINDSET en el emprendimiento

## AUTOCONFIANZA

La autoconfianza es la capacidad de creer en tus habilidades y en tu posibilidad real de lograr tus metas.

Es la voz interna que te dice:

**“Puedo con esto. Aunque no sepa cómo... lo voy a hacer.”**

# **MINDSET en el emprendimiento**

## **Desarrollo personal y emprendimiento van de la mano**

Crece la persona, crece el negocio.

Cada reto, cada decisión, cada caída... te moldea y te entrena.

**Emprender es tanto un viaje interior  
como profesional.**



# MINDSET en el emprendimiento

Mindset = herramientas para tu fortaleza mental

Lléname de recursos que te sostengan:

- hábitos,
- conocimiento,
- comunidad,
- autogestión emocional,
- límites....

## Tu mente es el músculo que más vas a usar.

# PUNTOS CLAVE


## NUESTRO MINDSET





# VISIÓN OPTIMISTA





Somos los únicos  
seres que podemos  
**PROYECTAR HACIA  
EL FUTURO**



La fuerza que tenemos en el presente está muy ligada a  
**COMO VEMOS EL FUTURO**



# PENSAMIENTOS





# Cuida tus pensamientos:

La fortaleza mental también implica ser **consciente de nuestros pensamientos** y elegir activamente enfocarte en aquellos que **nos fortalecen** en lugar de debilitarnos .



Esto significa **DESAFIAR** y **REEMPLAZAR** los pensamientos negativos con pensamientos más **constructivos y realistas**.





¿Sabíais que pensamos una media de **60.000 a 80.000 pensamientos** al día?



# ¿De qué es estás sembrando tu mente?

Pensamientos positivos y  
constructivos

Pensamientos negativos y  
limitantes

# LO QUE CREES ES LO QUE CREAS

*“Dime que semillas estás cultivando en tu mente y te diré que **RESULTADOS** sacarás”*



# ¡Cuida tus pensamientos!

**ELIGE ACTIVAMENTE** enfocarte en aquellos que te fortalecen en lugar de debilitarte.



**DESAFIA** y **REEMPLAZA** los pensamientos negativos con pensamientos más **constructivos y realistas**.



“No nos afecta lo que nos  
sucede sino lo que decimos  
acerca de lo que nos  
sucede”

Epitecto





El pensamiento positivo **NO** significa ver todo “bonito”



sino de **ENTRENAR LA MIRADA** para encontrar posibilidades,  
de manera más positiva y productiva





# AUTOCONOCIMIENTO





# AUTOCONOCIMIENTO

Conocer a ti mismo es fundamental para desarrollar tu fortaleza mental. Esto implica comprender tus **FORTALEZAS, DEBILIDADES, VALORES y CREENCIAS**.

Al conocer tus propios límites y capacidades, **puedes tomar decisiones más conscientes y adaptarte mejor a los desafíos que enfrentas**.



# AUTOCOMPASIÓN y GRATITUD





Tener compasión contigo misma/o:  
**No puedes dar lo mejor si no te tratas con amor.**

**¡Sé tu propia aliada/o!**





# El agradecimiento:

Afina tu atención hacia lo que Sí hay.

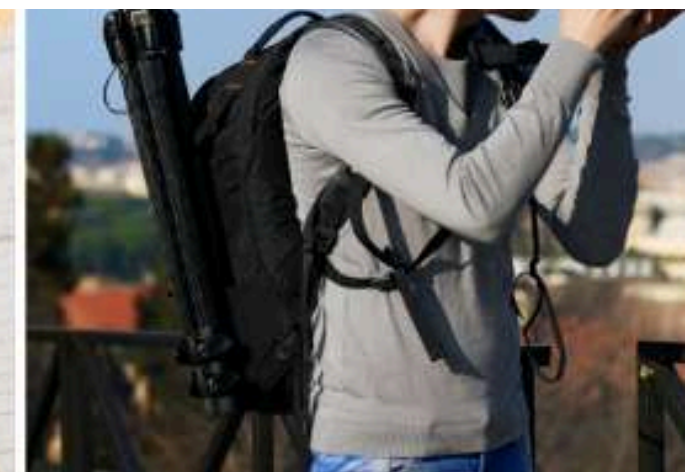
Cambia el foco.

Cambia tu energía.





**TENER HOBBIES O AFICIONES  
NO ES UN LUJO,  
ES UNA NECESIDAD.**





**Son esos espacios de conexión contigo  
misma/o, donde la mente descansa y el alma se  
recarga.**

Pintar, leer, caminar, cocinar...

No importa qué hagas, sino que lo **HAGAS POR Y  
PARA TI.**





Tu mente también necesita descanso y disfrute.



**Descansar no te frena:  
te impulsa.**



# HAZ EJERCICIO REGULARMENTE







# ¡Cuida de tu MENTE y tu CUERPO!



Sacando tu mejor VERSIÓN es  
cuando sacas a relucir tus mejores capacidades

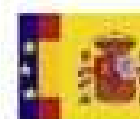




Cofinanciado por  
la Unión Europea

**LEADER**

Desarrollo liderado por los emprendedores locales



GOBIERNO DE ESPAÑA  
Ministerio de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural



Gobierno  
de Canarias



Asociación para el desarrollo  
Rural de Lanzarote

**Emprender no va solo de ideas, planes o números.**

**Va de personas reales con miedos, sueños, límites y fortalezas.**

**Personas que se caen, se levantan, se reinventan... y siguen.**



Estas realidades son las que no siempre se cuentan, pero **son las que de verdad sostienen un proyecto:**

- Tener claro qué haces y para quién.
- Rodearte bien.
- Cuidar tu mente.
- Atender tu energía.
- Conocerte, escucharte y tratarte con respeto.
- **Y ... darte permiso para vivir, descansar y disfrutar.**





**“Un negocio fuerte nace de  
una mente fuerte.”**



Con tus propios recursos e ideas se puede crear  
grandes cosas **PASANDO A LA ACIÓN.**

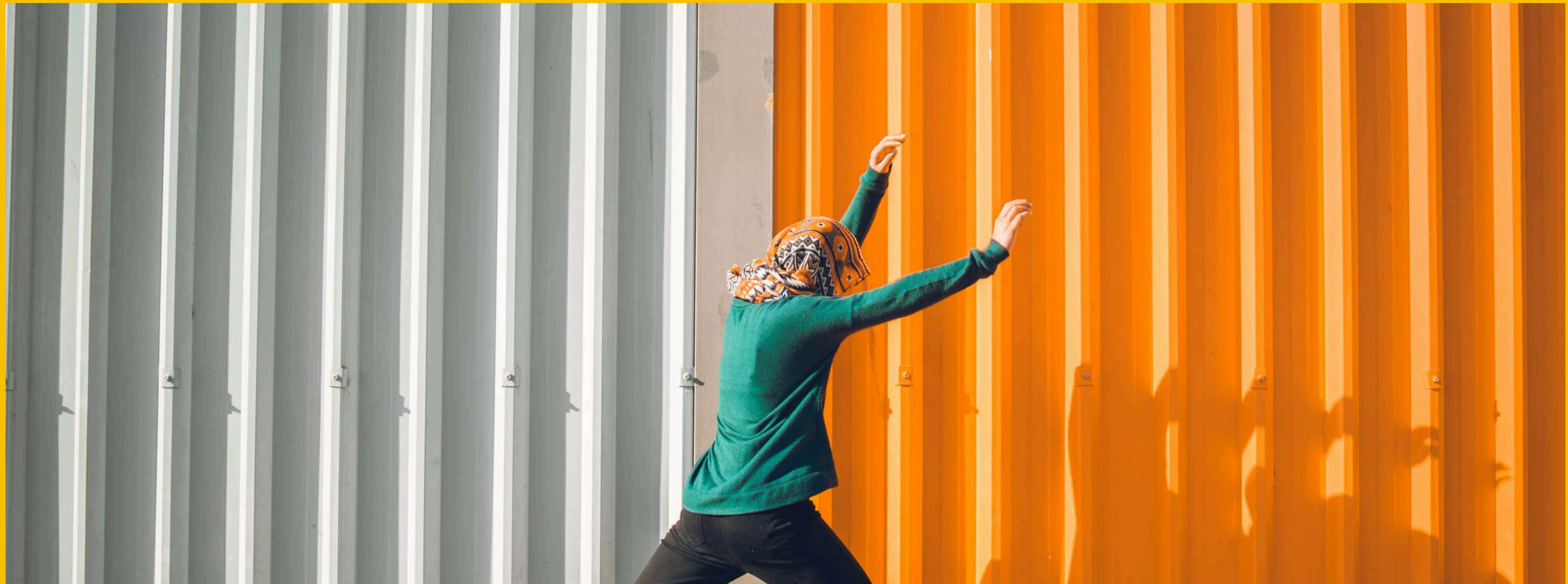
# SUERTE

**S**aber  
**U**tilizar  
**E**fectivamente mis  
**R**ecursos para  
**T**ener  
**É**xito.



Hay que pasar a la acción desde nuestro recursos, desde nuestra realidad:

**“Las historias para ser creidas, tiene que ser creadas”**

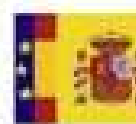


# ACTITUD POSITIVA + ACTITUD PROACTIVA



# ¿Qué es?





Existe una antigua historia sobre una empresa fabricante de zapatos que ilustra la importancia de la actitud proactiva. La historia dice así:

*“El gerente de una compañía de zapatos norteamericana envió a unos de sus vendedores a una isla del Pacífico para investigar si la empresa podía vender zapatos en ese lugar. Después de algunos días, el vendedor envió un mensaje a la compañía diciendo:*

*– Imposible vender zapatos aquí, todos andan descalzos.*

*El gerente decidió verificar esta conclusión y envió a otro vendedor a la misma isla. A los pocos días, el segundo vendedor llamó a la empresa y dijo:*

*– ¡¡Excelente oportunidad para vender zapatos!! La gente aquí anda descalza.*

*Confundido ante dos conclusiones opuestas entre sí, el gerente decidió mandar a su mejor vendedor a esa isla. Este último se tomó más tiempo y, finalmente, llamó y dijo:*

*– La gente tiene mal los pies y usar zapatos les beneficiaría. Haré lo siguiente:*

*...Diseñaré zapatos que solucionen sus necesidades.*

*...Invertiré en publicidad para informar a la gente sobre los beneficios de usar zapatos.*

*...Daré muestras gratis al jefe de la tribu antes de empezar, ya que necesitamos su cooperación para convencer al resto.*

*Luego agregó:*

*– Esta gente no tiene grandes riquezas, pero cultivan los ananás más dulces que yo jamás haya probado. Estimé el potencial de ventas de zapatos y todos los costos y, además, estimé la posibilidad de vender ananás a una cadena de supermercados australiana que paga en dólares”.*



# ACTITUD PROACTIVA

“La actitud en la que una persona asume el pleno control de su conducta de modo activo y se hace responsable de que las cosas sucedan.



# RECUERDA

**“El emprendimiento empieza en tu mente,  
pero solo cobra vida cuando actúas.”**



# 04

## Mi rincón favorito de Lanzarote

SEMILLAS DE LANZAROTE

# Dinámica: “Mi rincón favorito de Lanzarote” por qué.





# DINÁMICA

**“Escribid en el mural  
las palabras que  
asociéis con  
Lanzarote”.**



# Emprender en el Medio Rural es emprender con consciencia.



## Cuidar lo que amamos con visión de futuro.



# DINÁMICA

## MAPEO DE ACTIVOS DE LANZAROTE

### Objetivo:

Reconocer los recursos, talentos y elementos con valor del territorio.

**No busquen ideas aún.**

**Solo identifiquen lo que YA existe.**



# FASE 1: EXPLORACIÓN DE ACTIVOS

En grupos, se completa el Mapa de Activos de Lanzarote Rural con estas categorías:





# FASE 2: IDENTIFICACIÓN DE “IDEAS CALIENTES”

## Objetivo:

Cada grupo revisa su mapa de activos y marca las **“ideas calientes” (ideas con potencial)**, es decir, los activos que consideran que tienen más potencial para convertirse en oportunidad de negocio o proyecto comunitario.



# Fase 3: selección de idea

Cada grupo ubica sus 3-5 ideas calientes en el cuadrante según su percepción de:

- **Impacto:** ¿A cuánta gente beneficia? ¿Transforma algo clave en la comunidad?
- **Viabilidad:** ¿Es fácil de poner en marcha? ¿Requiere recursos accesibles?





# Fase 3: selección de idea

Cada grupo sale a exponer su matriz y explica:

- **¿Qué ideas colocaron en “ALTO IMPACTO” y “ALTA VISIBILIDAD?”**
- **¿Por qué consideran que tienen alto impacto?**
- **¿Qué las hace especiales?**

# Fase 4: convertir la idea en oportunidad real

**Cada grupo completa esta tabla con tres columnas:**

<b>IDEA Identificada</b>	<b>Necesidad que cubre o problema que resuelve</b>	<b>Posible oportunidad / idea de negocio o proyecto</b>



# Fase 4: convertir la idea en oportunidad real

## EJEMPLO

<b>IDEA Identificada</b>  <b>Jabones naturales.</b>	<b>Necesidad que cubre o problema que resuelve</b>  <b>Personas que buscan productos naturales y evitar químicos.</b>	<b>Posible oportunidad / idea de negocio o proyecto</b>  <b>Crear talleres + tienda local + kits DIY + venta a turistas.</b>
-----------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

# Fase 4: convertir la idea en oportunidad real

## EJEMPLO

<b>IDEA Identificada</b>  Recuperar un aljibe como espacio cultural.	<b>Necesidad que cubre o problema que resuelve</b>  Falta de espacios de encuentro en el pueblo.	<b>Posible oportunidad / idea de negocio o proyecto</b>  Talleres creativos, conciertos íntimos, actividades familiares.
----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



# Fase 4: convertir la idea en oportunidad real

## EJEMPLO

<b>IDEA Identificada</b>	<b>Necesidad que cubre o problema que resuelve</b>	<b>Posible oportunidad / idea de negocio o proyecto</b>
<b>Servicio de “corte de pelo a domicilio” para mayores.</b>	<b>Muchos mayores no pueden desplazarse.</b>	<b>Servicio social + baja inversión + alta demanda.</b>

# Fase 4: convertir la idea en oportunidad real

## Necesidad que cubre o problema que resuelve

Deja claro qué necesidad satisfaces o cuál es el punto de dolor al que pones solución.

- Necesidades de los clientes que cubrimos.
- Problemas de clientes que resolvemos.



# Fase 4: convertir la idea en oportunidad real

## RECORDAD

La gente compra un producto/servicio porque  
LES SATISFACEN UNA NECESIDAD O SOLUCIONA UN PROBLEMA.



Nadie te va a comprar algo si NO siente que tiene un problema o una necesidad.

# Fase 5: validar la idea

**Objetivo:** comprobar si la idea es viable antes de invertir tiempo y dinero.

## 1. Validar el problema

- Preguntas clave:
  - ¿Esa necesidad/problema que resuelve existe hoy en la comunidad?
  - ¿A quién afecta?

**Si no hay problema → no hay idea.**

## 2. Validar la competencia

- ¿Cómo resuelve la gente este problema hoy?
- ¿Hay otros que ofrecen algo parecido?
- ¿Qué limitaciones tienen?

**Si ya existe pero se hace mal → oportunidad.**

**Si ya existe y es excelente → buscar diferencial.**



# Hasta ahora....

**Qué es emprender:** solución o mejora

**Qué mitos frenan** el emprendimiento

**Qué mentalidad** debemos cultivar

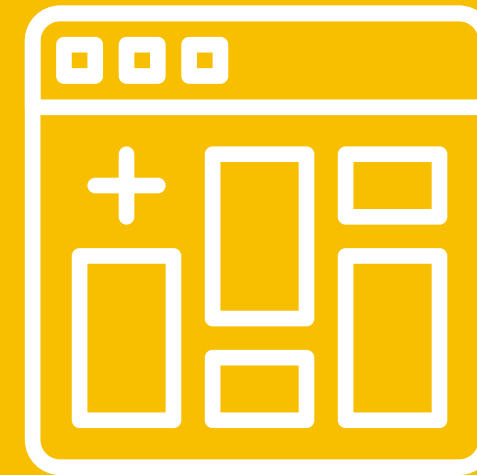
**Qué oportunidades** tiene el medio rural  
y **qué ideas** podemos poner en marcha....

# ¿Cómo la pongo en marcha?

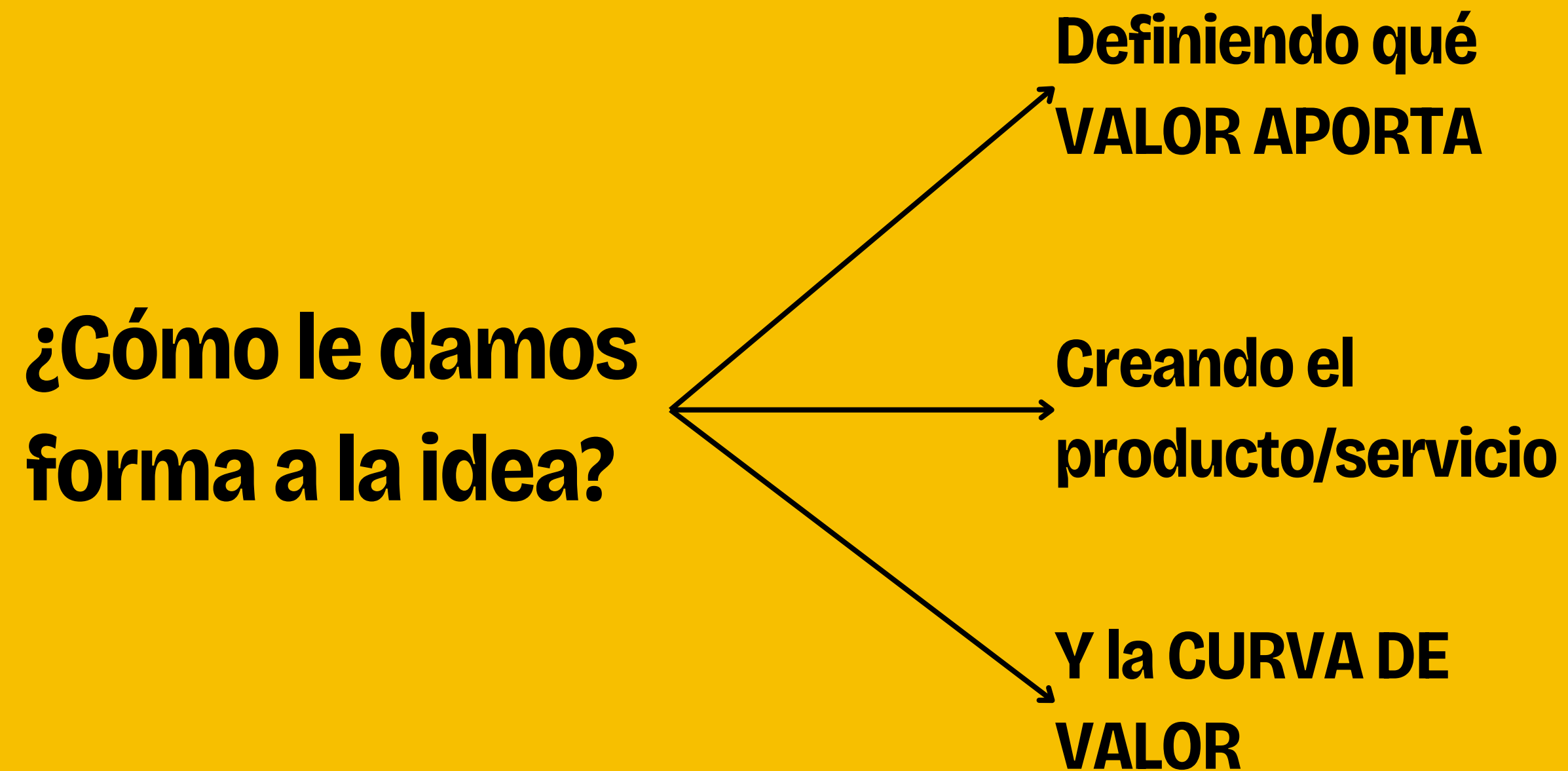
**Dándole forma  
a la idea**



**Modelo de  
Negocio**







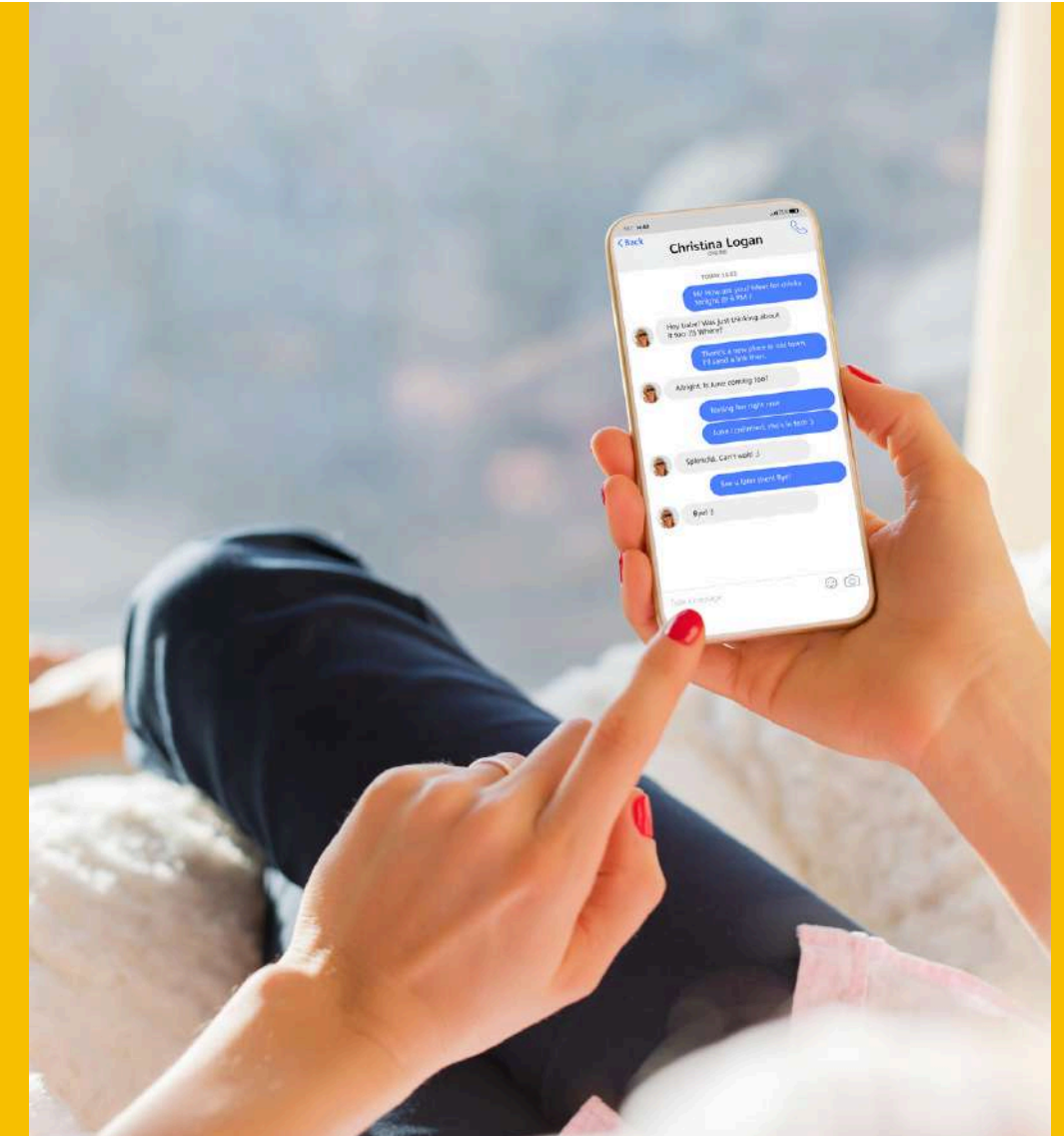
## Mensaje clave

El mercado no funciona por intuición personal, sino por **valor real percibido** por quien va a comprar.



# Valor Funcional

utilidad práctica o funcionalidad que un producto o servicio ofrece para resolver un problema específico o satisfacer una necesidad concreta



**App móvil para  
gestionar el tiempo y  
las tareas**

# Valor Emocional

El valor emocional surge cuando un **producto o servicio genera emociones** positivas en el consumidor, como felicidad, seguridad, pertenencia o estatus



**Marca de ropa que promueve la sostenibilidad**



# ¿qué tipo de valor aporta Starbucks?





# Valor de Experiencia

Este tipo de valor se relaciona con la experiencia completa que el **cliente tiene al interactuar con un producto o servicio**



**Campus Belloch**



# Valor de Innovación

Se refiere al valor percibido en la novedad y la **originalidad** de un producto o servicio.



Relojes deportivos que monitorean tu salud

# Valor Social

El valor social está relacionado con la manera en que un producto o servicio permite al usuario conectarse con otros o cómo **mejora su estatus dentro de un grupo social**

# CHANEL

RELOJERÍA

GAFAS

PERFUMES

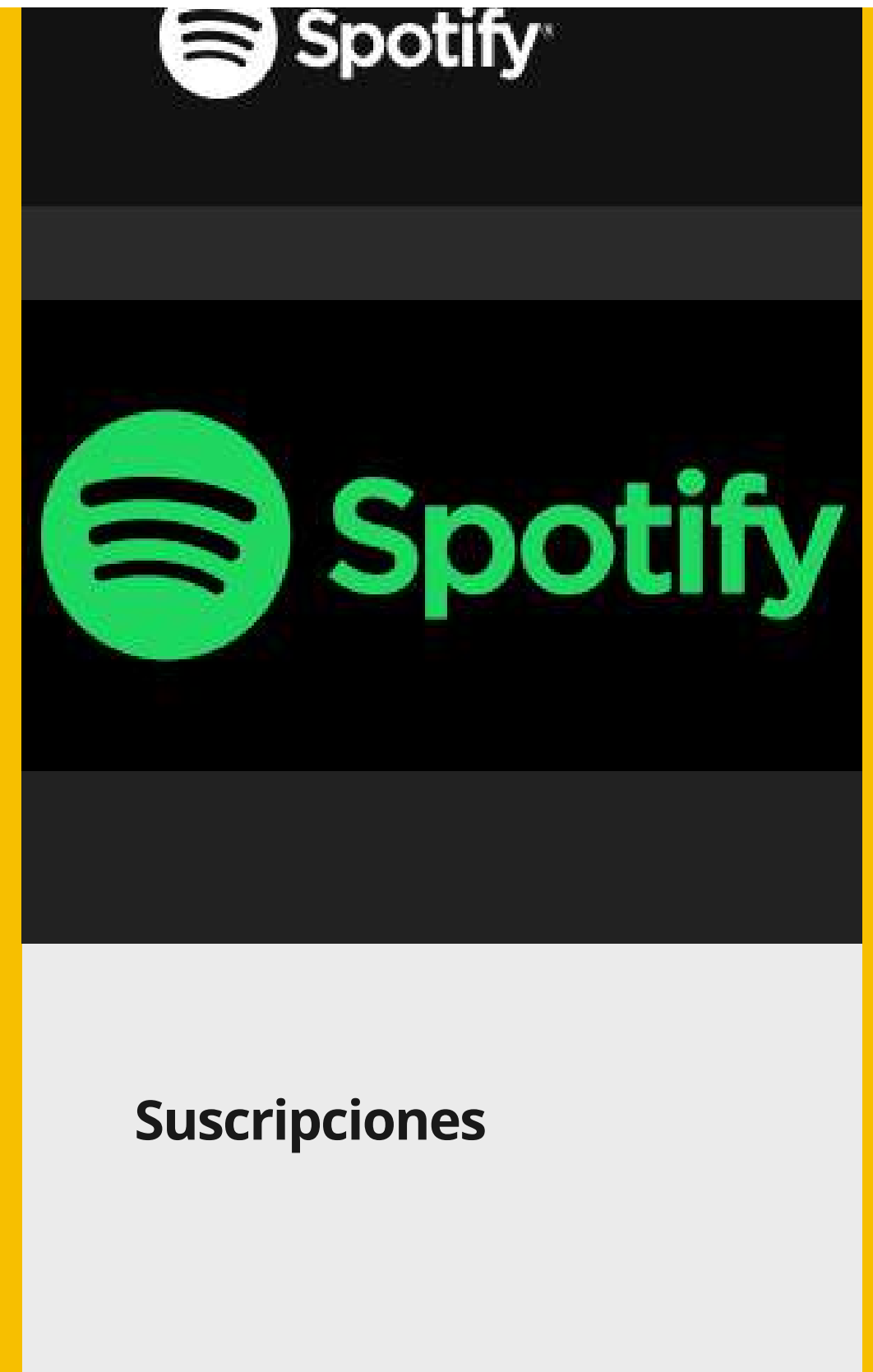


**Marcas de lujo**



# Valor Económico

Se relaciona con la percepción de que un producto o servicio ofrece una **buena relación calidad-precio**.



# 2 Creando el producto/servicio



**Ok, ya tienes el valor que aportas, y  
ahora... ¿en qué formato lo vas a  
convertir para poder ofrecerlo y  
cobrarlo?**

## ¿Es...?

- Un **producto** (algo tangible que entregas)
- Un **servicio** (algo que haces por la persona)
- Una **experiencia** (actividad, taller, visita, etc.)



**¿Qué incluye exactamente? (3-5 puntos)**

# ¿Para quién es concreto?



# 3 Creando la CURVA DE VALOR

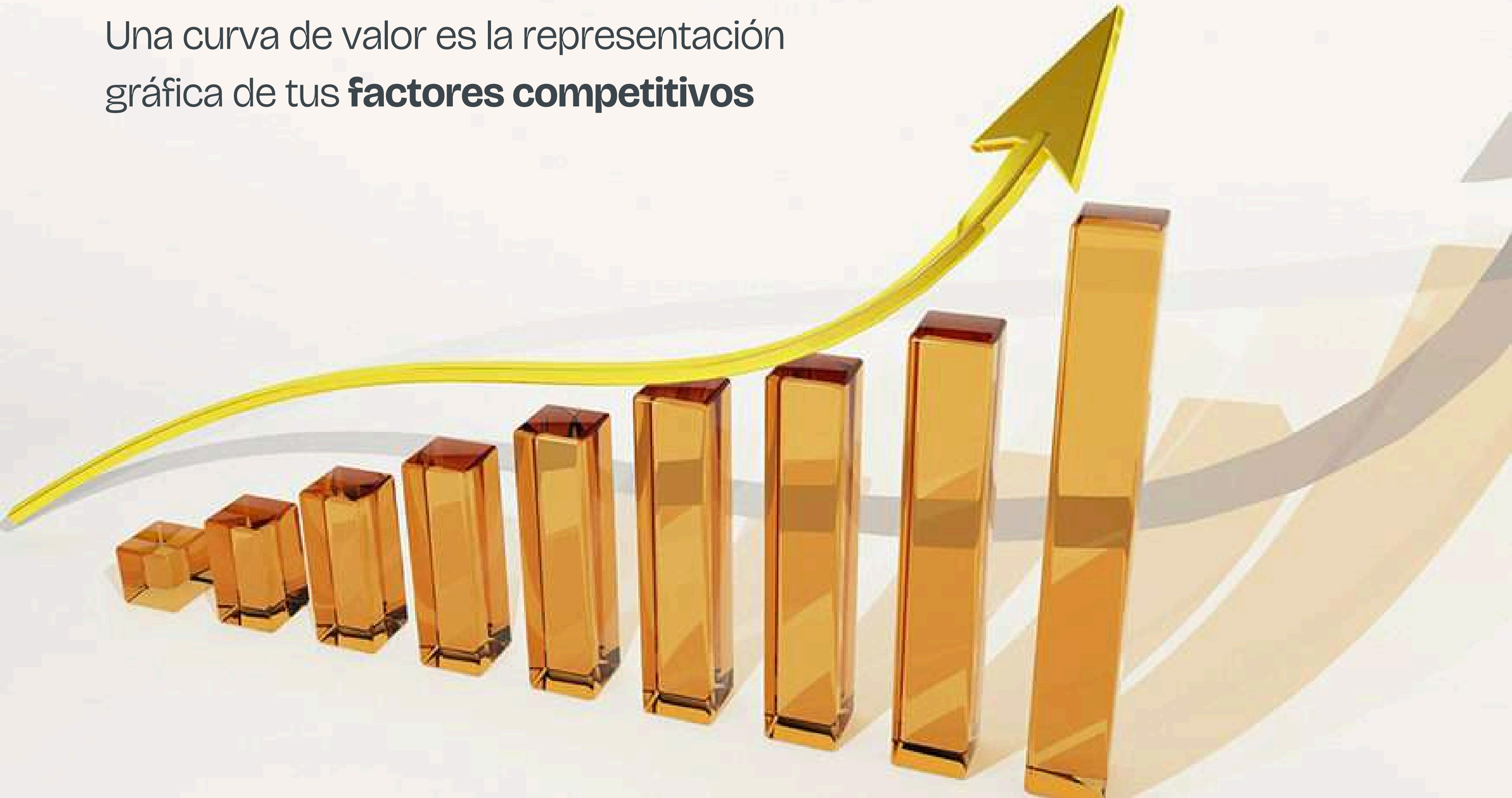
**Y ¿qué es la CURVA DE VALOR?**

una representación gráfica de los  
**factores competitivos** de tu producto o servicio

VEAMOS ALGUNAS



Una curva de valor es la representación gráfica de tus **factores competitivos**



Y ¿qué los  
**factores competitivos** de tu producto o  
servicio?

aquello que como consumidores consideramos  
importante

VEAMOS ALGUNAS

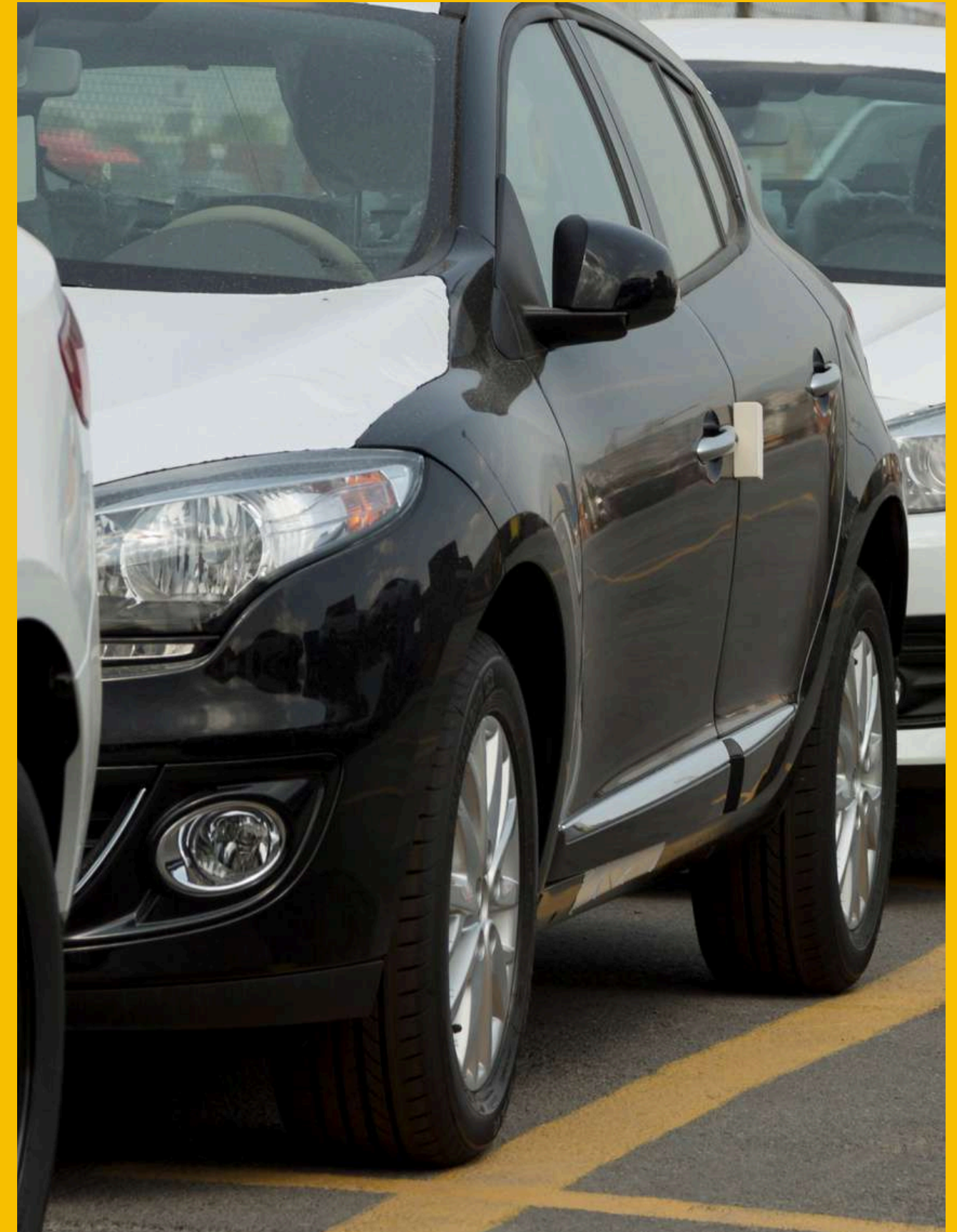
algunos ejemplos de  
**factores competitivos**





# Coches

- Precio
- Marca (identificación por valores)
- Motor
- Diseño
- Confort
- Seguridad



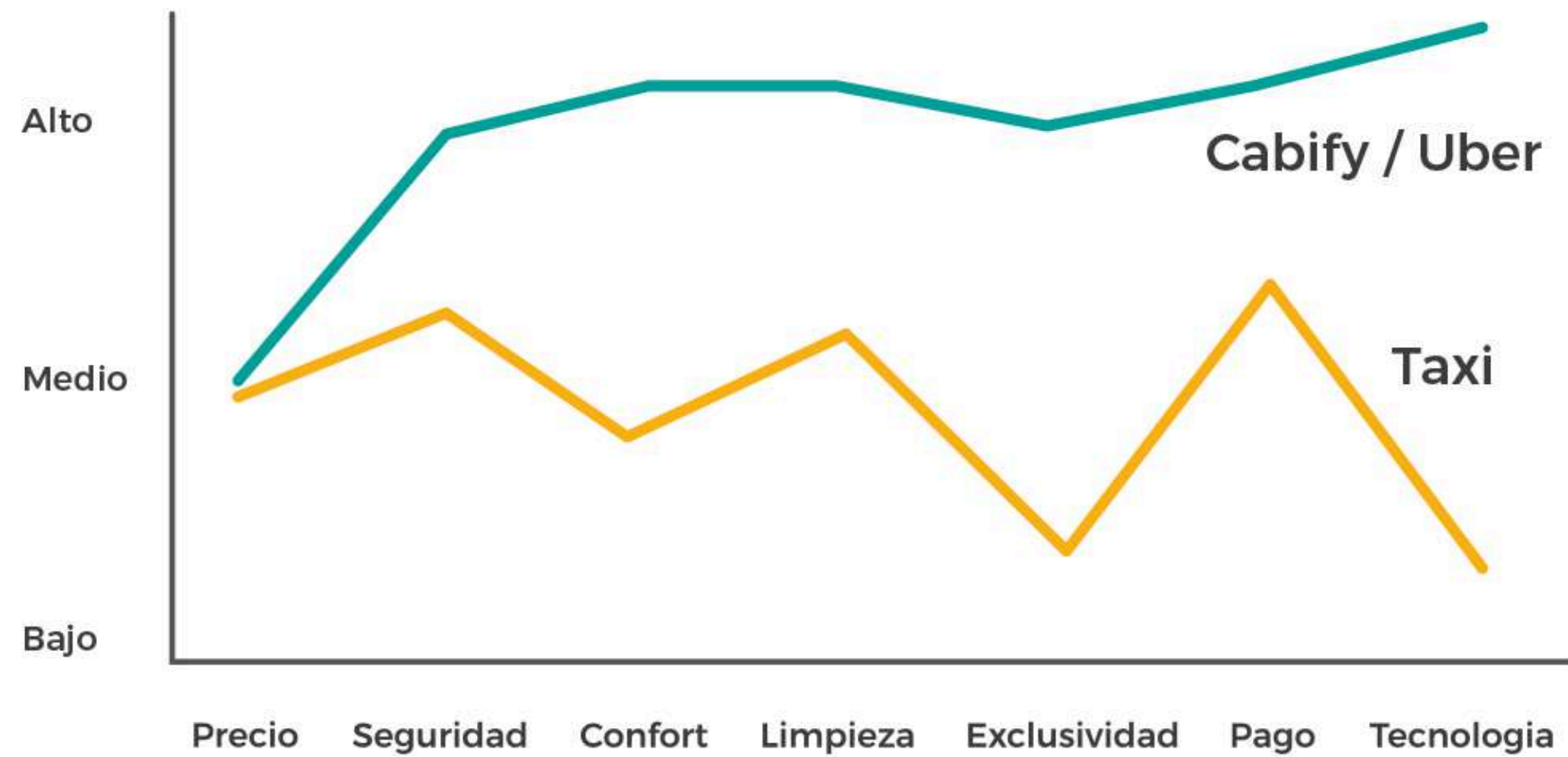
# Restaurantes

- Precio
- Calidad comida
- Variedad comida
- Situación local
- Estética del local
- Servicio
- Chef (área premium)
- Estrellas Michelin (área premium)





# curva de valor





# curva de valor

