

# Curso

---

# Modelos de Negocio Innovadores

(20 horas)

**CENTRO DE EMPRESAS ACCEDE  
PAPAGAIO**

## 1. Introducción

O **CURSO SOBRE MODELOS DE NEGOCIO INNOVADORES (20 horas)** consta dun total de catro sesións de cinco horas de duración cada unha delas desenvolvidas ao longo do mes de novembro de 2017, en horarios de venres tarde e sábado mañá, os días 17, 18, 24 e 25.

Neste **CURSO** abordaranse temáticas e metodoloxías amplamente demandadas e de actualidade tanto para persoas emprendedoras como para emprendedores/as que busquen a escalabilidade dos seus negocios a cargo de equipos de relatores/as expertos/as.

Os obxectivos deste **CURSO** son:

- Coñecer polo miúdo as posibilidades que a actividade emprendedora e os novos modelos de creación de produtos, servizos e negocios, poden ofrecer a empresas de recente creación.
- Presentar os procedementos e as ferramentas propias das startups, empresas en fase de crecemento, en procura de modelos de negocio replicables e escalables, que operan en contornas de alta incertidume.
- Axudar a comprender que os negocios, os novos produtos e/ou servizos se crean dun xeito distinto, existindo un enorme potencial de desenvolvemento dentro das organizacións.
- Dotar de habilidades e coñecemento sobre modelos de negocio a emprendedores e organizacións co obxecto de que poidan desenvolver alternativas sobre aspectos clave de xestión estratéxica e operativa, aprendendo a reconfigurar a súa proposta de valor.
- Practicar unha metodoloxía dende unha perspectiva completa e lúdica que permita identificar melloras nos modelos de negocio.

## 2. Contidos e relatores

### ANÁLISE DE NOVOS PROXECTOS EMPRESARIAIS (primeira sesión 17/11/2017):

#### a) Puntos críticos para a creación dun negocio ou produto:

- Motivación, problema, oportunidade de mercado.
- Equipo: responsabilidades, perfís, recrutamento, reciclaxe e estratexias de retención.
- Mercado.
- Produto.
- Modelo de negocio e motores de crecemento.
- Estratexia e marketing.

#### b) Mercado:

- Definición.
- Arquetipo de cliente (ADN).
- Canles.
- Ciclo de vida dun cliente.
- Posición competitiva.

#### c) Métricas de negocio:

- Hipóteses do modelo - modelo de ingresos.
- Break even, Cash Burning Rate (CBR) e Time to Tomb (TTT).
- Lifetime Value (LTV) e Custe de Adquisición Cliente (CAC).
- Estado de Tesourería e Investmentos.
- Key Performance Indicator (KPI), métricas do negocio.

Relator: [Roberto Fraga Martínez](#)

CEO en Pilgrim Global Solutions, empresa centrada no desenvolvemento de solucións globais para o cliente enfocadas a branding, marketing e blogging, apps nativas, plataformas web, e-commerce, e-learning e hardware e wearables destinados á xestión de persoal, xestión de pagos e conversión de leads. Docente de marketing e estratexia social media no Posgrado en Xestión Empresarial da Innovación da UDC, foi community manager e social media manager do Hotel Ritz e investigador sobre tecnoloxías móbiles no Centro de Investigación TIC da Universidade da Coruña.

## METODOLOXÍAS INNOVADORAS DE DESENVOLVEMENTO DE NEGOCIOS I - DESIGN THINKING (segunda sesión 18/11/2017):

### a) O presente e o futuro chámase Design Thinking.

Para coñecer a metodoloxía faise preciso poñela en valor. Por iso, mediante unha breve sesión teórica introdutoria, exemplifícanse varios casos de éxito de empresas nacionais e internacionais que implantaron esta metodoloxía.

### b) Metodoloxía Design Thinking.

Trátase dunha metodoloxía para xerar ideas innovadoras que centra a súa eficacia en entender e dar solución ás necesidades reais das persoas usuarias.

- Research: observar, preguntar e recopilar toda a información das persoas usuarias ás que queremos chegar.
- Focus: definir un reto de innovación a partir da información recibida na etapa anterior.
- Create: xerar ideas que resolvan o reto de innovación a través de diferentes metodoloxías.
- Prototipe: prototipar a mellor ou mellores ideas para analízala.
- Test: construír un mínimo produto viable que permita as persoas usuarias interactuar coa nosa solución ao seu problema ou necesidade.

### c) Casos prácticos.

En cada unha das etapas da metodoloxía, propórtese e resolveranse casos prácticos a realizar mediante diferentes técnicas.

Relator: [Pablo Crespo Pita](#)

Enxeñeiro en Deseño Industrial con dobre MA en Deseño de Produto e Arquitectura Interior. Ampla experiencia no sector do deseño, concibindo e desenvolvendo proxectos innovadores mediante a creatividade, a investigación e a automotivación. A súa extensa formación e experiencia en contornos nacionais e internacionais como xerente e creativo, permiten que aporte un enfoque dinámico, enérxico e proactivo aos proxectos con grande fluidez en inglés, español e italiano. Acostumado a traballar en contornos baixo presión con grande efectividade, no contorno laboral ten gran capacidade de escoita sendo asertivo. Gústalle contribuír ao equipo e á empresa.

## METODOLOXÍAS INNOVADORAS DE DESENVOLVEMENTO DE NEGOCIOS II – CANVAS , LEAN STARTUP (terceira sesión 24/11/2017):

### a) Búsqueda de modelos de negocio:

### b) Modelo Canvas:

- Clientes.
- Proposta de valor.
- Canles de distribución.
- Relacións cos clientes.
- Fontes de ingresos.
- Recursos chave.
- Actividades chave.
- Alianzas chave.
- Estrutura de custes.

### c) Introducción ao modelo Lean Startup:

- Descubrimiento e validación de clientes.
- Produto mínimo viable.
- Pivotes e iteracións.
- Encaixe produto mercado.

### d) Casos de éxito de modelos de negocio innovadores:

- Elementos comúns.
- Elementos diferenciais.

Relator: [Pablo López Pérez](#)

Coach executivo, consultor de RRHH, dinamizador de equipos e desenvolvemento de persoas, é coordinador da área institucional e de emprendedores do Instituto Ben Pensante, foi director de empresas de formación e consultaría especializadas en emprendemento, innovación e internacionalización como Analiza ou Proxectos. Licenciado en ciencias económicas pola Universidade da Coruña, e MBA pola Universidade Pontificia de Comillas e Postgrado en xestión e administración de cooperativas e Pemes pola Universidade da Coruña.

## INNOVACIÓN, EMPRESA E CONTORNO (cuarta sesión 25/11/2017):

Nesta sesión séntanse as bases da necesidade de innovar, observando as distintas posibilidades de innovación existentes e a súa implementación, xa sexa dende dentro da empresa ou identificando ou promovendo a innovación en terceiros.

### a) Situación actual e estado da innovación.

### b) Tipos de innovación:

- Incremental.
- Semiradical.
- Radical.
- De produto.
- De procesos.
- De modelo de negocio.

### c) O Corporate venturing:

- Startup / spinoff.
- Scouting.
- Aceladoras de negocios.
- Operacións corporativas.

### d) Emprendemento corporativo ou intraemprendemento.

### e) Identificación do talento emprendedor.

Relator: [Alexandre Bastos](#)

Enxeñeiro de telecomunicacións e máster en xestión e dirección de persoas, Alexandre foi director de innovación en Ednon, é un experto profesional en estratexia de produto, xestión e dirección, estratexias disruptivas e de xeración de valor engadido nas empresas tecnolóxicas, intraemprendedor e director de compañías do sector. Na actualidade está a liderar o equipo Ubismart, desenvolvendo unha spin off enfocada a lanzar a súa tecnoloxía ao mercado, tarefas que compatibiliza co seu rol de propietario e consultor en On The Bus Innovation, empresa especializada en axudar ás compañías e organizacións no deseño de novos produtos tecnolóxicos e novos negocios baseados neles. Destaca pola súa capacidade de crear unha visión de como serían as cousas e logo comunicar esa visión e motivar a outras persoas a través dela. Inquieto, traballador e comprometido coa natureza, é un emprendedor, líder do produto ou creador de cambios, dependendo do contexto especializado en innovación.