

CANVAS o Lienzo de negocio

GUÍA DE PREGUNTAS CLAVE PARA CONSTRUIR UN CANVAS CON PERSPECTIVA FEMINISTA y de ESYs:

1. **¿QUÉ?** El contenido de nuestro emprendimiento.

- **PROPUESTA DE VALOR:** Es la razón por la cual los clientes/usuarios escogen una empresa u organización sobre otra. ¿Qué ofrecemos? ¿Por qué los consumidores nos eligen a nosotros/as? ¿En qué nos diferenciamos de la competencia? ¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes? ¿Les ayudamos a resolver algún problema? **¿Qué principios de la ESYs estamos aplicando en nuestra propuesta de valor?**

- DIMENSIONES A ANALIZAR: Novedades/Innovaciones, Diseño, Precio, Calidad, Rapidez, Estatus de marca, Accesibilidad, **Aportación o Potencialidad colectiva, Facilita autonomía** etc.

- **VISIÓN** (la razón de ser del emprendimiento) **¿Incorporamos la superación del patriarcado en nuestra visión? ¿Incorporamos el feminismo en nuestro ADN?**

- **MISIÓN** (el problema/necesidad al cual el emprendimiento intenta responder) **¿Se fomenta el empoderamiento grupal?**

- **EL CONCEPTO** (la idea del emprendimiento que le da una propuesta de valor) lo que ofrece a la clientela

¿El producto o servicio que ofrecemos incorpora mirada feminista? ¿Continua con los roles de género? ¿Contribuye nuestro producto o servicio a la vida? ¿Ayuda a conciliar la vida familiar? ¿Incorpora la dimensión del cuidado nuestro servicio o producto? ¿Mantiene estereotipos de género asignados? ¿Perpetua prácticas/actividades del heteropatriarcado? ¿Genera barreras para la diversidad? ¿Se explota al ser humano en la generación de ese producto o servicio?

- **IMPACTO PREVISTO** para las mujeres y hombres implicadas en el emprendimiento **¿Existe alguna diferencia en el impacto generado? ¿Se tiene previsto hacer un análisis del uso del tiempo y de la carga de trabajo no remunerado?**

2. **¿PARA QUIÉN?** La clientela es importante especificarla lo mejor posible, informar si ya tenemos clientes que nos compran quienes son porque nos compran... , la clientela que quisiéramos tener, y especificar cómo es la relación con los y las clientes...directa, por teléfono, virtual por internet...e identificar también cuales son los canales de comunicación. **¿Cubre necesidades específicas? ¿Se está generando nuevas necesidades?**

- **RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON CLIENTES:** Cómo nos acercamos a nuestros clientes para comunicar nuestra propuesta de valor. ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros clientes?

- Off line: Tarjetas de visita, Promociones, Revistas, Radio...

- On line: Web, Twitter, Facebook, Blog, etc...

¿De qué forma vamos a establecer la comunicación? ¿En qué horario? ¿Vamos a utilizar un lenguaje inclusivo? ¿Utilizamos un lenguaje no sexista? ¿Se tiene en cuenta la brecha tecnológica? ¿Se visibiliza el trabajo realizado? ¿Ofrecemos una atención (dentro y fuera) desde los cuidados?

- **CANALES:** ¿Cómo llegamos a nuestros clientes/usuarios?
 - Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio, mayoristas, tiendas aliadas, etc.

¿De qué forma vamos a establecer la comunicación? ¿Vamos a utilizar un lenguaje inclusivo? ¿Tiene en cuenta los horarios? (conciliación) ¿Los intermediarios cumplen con la equidad de género? ¿Se tiene en cuenta la brecha digital? ¿Utilizamos canales participativos y democráticos? ¿Utilizamos y fomentamos el trabajo en red?

- **SEGMENTO DE CLIENTES Y USUARIAS:** Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a las que mi proyecto quiere llegar. ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? Es importante conocer bien a nuestros clientes, lo que piensan, lo que opinan, conocer sus problemas, sus necesidades, para intentar cubrirlas.

¿Es accesible nuestro producto y servicio para todos los colectivos de personas? ¿El producto o servicio colabora en la conciliación de la vida? ¿Es un espacio abierto a todas las personas y transgeneracional?

3. ¿CÓMO NOS ORGANIZAMOS?

¿Cuál es la estructura/ modelo de empresa de nuestro emprendimiento social y solidario? ¿De qué manera se ha hecho la división de las funciones y los roles? ¿Cuál es el rol de las mujeres, en los emprendimientos? ¿Se va a garantizar que la toma de decisiones sea de forma equitativa? ¿Quiénes van a estar en los órganos de decisión? ¿La estructura y funcionamiento garantiza medidas de corresponsabilidad?

- **ALIADOS CLAVE:** Las redes del proveedor y los socios que hacen que mi proyecto funcione.
 - ¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione?
 - **Alianzas** de estrategia entre no competidores/as.
 - **Competición:** estrategias de asociación entre competidores/as.
 - **Empresas conjuntas** para crear nuevos proyectos.
 - **Relación con clientes.**
 - **Relación con proveedores.**

¿Qué socios/as queremos tener? ¿Se establecerán alianzas con otras entidades que trabajen con perspectiva de género? ¿Comparten la misma visión de ESyS, igualdad de género? ¿Priorizamos alianzas donde las mujeres tengan puestos de responsabilidad? ¿Se relaciona a largo plazo (fidelidad/cuidados)? ¿Existe transparencia en la relación con los/as aliados/as?

¿Se establecen relaciones horizontales y de cooperación? ¿Apoyamos la creación de empresas con este mismo enfoque feminista?

¿Qué tienes que hacer que nadie te paga para que alguien te pague por lo que haces? ¿Se pone en valor los activos de las mujeres? ¿Colaboramos o trabajamos con empresas de la ESS o del Mercado Social?

- **ACTIVIDADES CLAVE:** Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor? (Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, Redes, etc)

¿Cómo se van a distribuir las funciones? ¿Cómo y quién ejecutará las tareas? ¿Cuál es el papel de la mujer en la ejecución de actividades? ¿En el diseño de actividades se reduce (o al menos no se incrementa) la carga de trabajo no remunerado? ¿Se reparten las tareas de forma equitativa? ¿Existe una rotación en las tareas que permita empatizar desde la práctica? ¿Se deconstruyen los roles preestablecidos? ¿Se tienen relaciones horizontales entre las personas trabajadoras? ¿Cómo se gestionan los conflictos relacionados con el género? ¿Existe un procedimiento de control y reflexión por si se reproducen las relaciones desiguales/jerárquicas de poder? ¿Existe una brecha salarial? ¿Se co-crean relaciones asamblearias? ¿Igualdad de oportunidades en los RR.HH? Procesos de toma de decisiones desde la igualdad y la horizontalidad ¿Se toman decisiones de manera participativa y democrática? ¿Se tiene en cuenta la igualdad desde la diversidad? ¿Existe corresponsabilidad?

- **RECURSOS CLAVE:** ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor, nuestros canales, nuestras relaciones con los clientes, nuestras fuentes de ingresos?)
 - Físicos
 - Técnicos
 - Humanos
 - Financieros

RECURSOS NECESARIOS PARA CONSTRUIR EMPRENDIMIENTOS QUE PONGAN LA VIDA EN EL CENTRO:

- Materiales:
 - Acceso a recursos públicos de cuidados (guardería, hospitales, centros de tercera edad y escuelas
 - Acceso a servicios de transporte público
- Personales:
 - Capacidad de trabajar de forma colectiva
 - Capacidad de establecer objetivos y planificar proyectos
- Sociales/relacionales:
 - Apoyo de familia, amigos/as, comunidad
 - Conciliación vida familiar y laboral

- Liderazgo
- Motivación
- Autoestima
- Capacidad de resolución de conflictos
- Organizacionales/grupales:
- Grado de identidad como grupo
- Capacidad de autoevaluación grupal

¿Qué recursos clave tiene tu propuesta para que las personas usuarias sepan que es feminista?
 ¿Cómo se ha producido? ¿Son responsables social y ambientalmente los recursos materiales?
 ¿finanzas éticas?

4. **¿CUÁNTO?** los costos, los ingresos, la viabilidad financiera.

- **ESTRUCTURA DE COSTES:**










¿Cómo calculamos el precio de nuestro trabajo? ¿Confundimos valor y precio? ¿Ese cálculo de valor incluye los aspectos productivos nada más? ¿Tiene en cuenta el trabajo que queda fuera, el de cuidados? ¿Apoyamos otras iniciativas con los beneficios empresariales? ¿Existe igualdad en la remuneración? ¿Salarios equitativos? ¿Son las redes feministas fuentes de financiación?




- **FLUJO DE INGRESOS:**

¿Se contemplan ingresos no monetarizados?

5. **DIMENSIONES TRANSVERSALES:** ¿Cuál es el impacto que se espera generar?

- IMPACTO MEDIOAMBIENTAL (POSITIVO/NEGATIVO):
- IMPACTO SOCIAL (POSITIVO/NEGATIVO):
- **IMPACTO DE GÉNERO (POSITIVO/NEGATIVO):**

<p>7-ALIANZAS</p> <p>¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores/as • Prescriptores/as • Clientes/as • Redes (Clasificar) <p><i>Nota: Las redes del proveedor y los socios que hacen que mi proyecto funcione.</i></p> <p>Algunas alianzas pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia entre no competidores (fortalecimiento, presentación de trabajos de forma conjunta) • Coopetition: estrategias de asociación entre competidores. • Empresas conjuntas para crear nuevos proyectos, comprar de forma conjunta... 	<p>5-ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor?</p> <p><i>Nota: ¿Cuáles son prioritarias?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, Redes, etc.  <p>6-RECURSOS CLAVE</p> <p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor, nuestros canales, nuestras relaciones con los clientes/as, nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><i>Nota: recuerda utilizar el flujograma</i></p> <p>¿Qué son los recursos? Pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Físicos - Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.) - Humanos - Financieros (garantías, grandes Inversiones) 	<p>1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA</p> <p>Es la razón por la cual los clientes/as usuarios/as escogen una empresa u organización sobre otra.</p> <p>¿Qué ofrecemos? ¿Cuál es nuestro ADN?</p> <p>1.1-PROBLEMAS: Se debe identificar un problema. Qué alternativas identificamos a nuestra propuesta ¿Le ayudamos a resolver algún problema? ¿Cuál? Novedades / Innovaciones</p> <p>1.2- SOLUCIONES: Característica de nuestra solución para cada problema especificado. ¿Porqué los consumidores/as me eligen a mí? ¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes/as?</p> <p>1.3- VENTAJA DIFERENCIAL: Calidad que te distingue y es difícil de copiar ¿Porqué los consumidores me eligen a mí? ¿En qué me diferencio de la competencia?</p> <p>Diseño, Precio, Calidad, Rapidez, accesibilidad, etc.</p> 	<p>3-RELACIÓN CON CLIENTES (estrategia de comunicación)</p> <p>Cómo nos acercamos a nuestros/as clientes/as para comunicar nuestra propuesta de valor. ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros clientes/as?</p> <p><i>Nota: recuerda utilizar el mapa de empatía , para obtener mayor información.</i></p> <p>Off line: Tarjetas de visita, Promociones, Revistas, Radio...</p> <p>On line: Web, Twitter, Facebook, Blog, etc...</p>  <p>4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística)</p> <p>¿Cómo llegamos a nuestros clientes/as usuarios/as?</p> <p><i>Nota: piensa en procesos:</i></p> <p>Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio, mayoristas, tiendas aliadas, etc.</p> 	<p>2-SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a las que mi proyecto quiere llegar.</p> <p>¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes/as más importantes?</p> <p><i>Nota: imagina y escribe un día de tu cliente/a. ¿Qué es lo primero que hace cuando se levanta? ¿Qué desayuna? ¿Dónde come? ¿Cómo es su tarde? ¿Cuál es su rutina?.....</i></p> <p>Es importante conocer bien a nuestros clientes/as, lo que piensan, lo que opinan, conocer sus problemas, sus necesidades, para intentar cubrirlos.</p> 
<p>9-ESTRUCTURAS DE COSTES</p> <p>INVERSIÓN INICIAL Todos los costes necesarios para empezar el proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Costes Fijos -Costes Variables  <p>GASTOS : Todas las SALIDAS MENSUALES DE € DURANTE el proyecto (Todos los costes necesarios para que el proyecto funcione.)</p>		<p>8-FUENTES DE INGRESOS</p> <p>FINANCIACIÓN Todos los ingresos necesarios para iniciar el proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Financiación propia -Financiación ajena  <p>INGRESOS : Todas las ENTRADAS MENSUALES DE € necesarias para que el proyecto sea sostenible económicamente. ¿Cómo generamos ingresos?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ventas de productos -Tarifas por servicios -Suscripciones -Licencias -Comisiones -Publicidad, etc. 		

-  **Impacto social:** generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo . *Ejemplo: nuestro producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.*
-  **Impacto ambiental:** la iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional al desarrollar su actividad. *Ejemplo: ¿nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?*
-  **Enfoque de género :** nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad. *Ejemplo: nuestro producto, ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral?*

<p>7-ALIANZAS</p> 	<p>5-ACTIVIDADES CLAVE</p>  <p>6-RECURSOS CLAVE</p> 	<p>1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA</p> <p>2.1-PROBLEMAS</p> <p>2.2- SOLUCIONES</p> <p>2.3- VENTAJA DIFERENCIAL</p> 	<p>3-RELACIÓN CON CLIENTES (estrategia de comunicación)</p>  <p>4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística)</p> 	<p>2-SEGMENTOS DE CLIENTES</p> 
<p>9-ESTRUCTURAS DE COSTES</p> <p>INVERSIÓN INICIAL</p> <p>FINANCIACIÓN</p> 		<p>8-FUENTES DE INGRESOS</p> <p>GASTOS</p> <p>INGRESOS</p> 		