

**Green Entrepreneurship Training (GET-UP) Project**

**03-desarrollo del currículo**

**Unidad/módulo: Sensibilización de un negocio verde**

**Tipo de documento: Plan de sesiones del taller**

**Sesión 1: ¿Qué es?**

<b>Fecha:</b>		<b>Tiempo:</b>	
<b>Ubicación:</b>		<b>Facilitado por:</b>	
<b>Título</b>			

<b>Objetivo general:</b>	El objetivo de este taller es introducir lo que se entiende por crear conciencia de un negocio verde. Al hacerlo, el taller le permitirá: (i) reflexionar sobre cómo aumentar la conciencia de la empresa contribuye a la entrega de la propuesta de valor de la empresa y (II) entender las necesidades y deseos de sus clientes.
<b>Resultados de aprendizaje:</b>	LO1: entender lo que se entiende por crear conciencia en el contexto de iniciar y desarrollar un negocio verde LO2: comprender el impacto del entorno empresarial al desarrollar una propuesta de valor para un negocio verde LO3: ser capaz de analizar los mercados y las necesidades de los clientes

Tiempo	Resultado del aprendizaje	Entrada	Diapositivas	Actividades de aprendizaje y evaluación
09.30-09.45	-	<b>Visión general del taller</b> Presentar la sesión, el tema del taller, la agenda y debatir las expectativas <ul style="list-style-type: none"> <li>A través del rompehielos, reflexionar sobre lo que queremos decir al crear conciencia de un negocio verde y la importancia de entender tu propuesta de valor en el desarrollo y la gestión de un negocio verde</li> </ul>		Introducción de los participantes  Rompehielos – ¿qué significa para ti aumentar la conciencia en ¿iniciando y administrando su propio negocio?
09.45-10.00	LO1	<b>¿Qué es?</b> Introducir el concepto de marketing como una lente para desempacar lo que queremos decir con la comercialización Revisar las definiciones más comúnmente utilizadas de marketing Utilice las definiciones para esbozar la diferencia entre la comercialización y la venta Identificar la importancia de entender al cliente en la toma de decisiones sobre cómo comercializar un negocio verde <ul style="list-style-type: none"> <li>Usando la cita de Robert Craven, revise el valor del marketing como una actividad empresarial</li> </ul>		Completar la actividad 1 ⇨ Utilizando materiales sobre las actividades de las pequeñas y grandes empresas de la economía verde, los participantes identifican las similitudes y diferencias en las actividades de marketing de las pequeñas y grandes empresas. Reflexionar sobre los resultados a la luz de la cita de Craven
10.00-10.50	LO2	<b>Comprender el entorno empresarial para las empresas verdes</b>		Actividad completa 2 ⇨ En grupos de 3 a 4, complete un

		<p>Revisar las principales partes interesadas en el inicio y desarrollo de un negocio verde y su influencia en el desarrollo de la empresa Introducir al cliente como interlocutor y gestionar la relación con el cliente como fuente de datos y conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir el marco de la maja como una forma de entender el impacto del entorno empresarial</li> </ul>		<p>detallado análisis del ambiente de negocios para negocios verdes [en un país – por ejemplo, el Reino Unido]. El análisis debe completarse en rotafolios para que el contenido pueda ser utilizado en otras secciones del taller.</p>
10.50-11.00		<b>Té y café</b>		
11.00-11.30	LO2	<p><b>¿Cuál es su propuesta de valor?</b> Introducir el modelo de negocio y diferentes bloques de creación de un modelo de negocio Introducir el concepto de la propuesta de valor y su centralidad al modelo de negocio para un negocio verde</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempaquetar cómo desarrollar una propuesta de valor para un negocio verde-por ejemplo, a través de la comprensión de la competencia y la participación con las partes interesadas de la empresa acerca de por qué se involucran con el negocio</li> </ul>		<p>Completa actividad 3 ⇨ A los participantes a desarrollar una propuesta de valor y luego presentarla a otros participantes. Facilitar a otros participantes la prueba de la presentación de la propuesta de valor</p>
11.30-12.15	LO3	<p><b>Comprensión de las necesidades de sus clientes</b> Explore las diferencias entre necesidades y deseos Revisar la importancia de segmentar la base de</p>		<p>Completa actividad 4 ⇨ Participantes a reflexionar sobre los clientes de su negocio y emprender una</p>

		<p>clientes de un negocio verde Esbozar los diferentes criterios que se pueden utilizar para segmentar a los clientes de un negocio verde Introducir diferentes marcos que pueden ser utilizados para segmentar a los clientes de un negocio verde</p>		<p>segmentación informal. Facilitar una discusión de grupo sobre cuestiones clave que surjan del mapeo. Los resultados se pueden utilizar para apuntalar la tarea</p>
12.15-12.30	-	<p><b>Resumen y deberes</b> Proporcionar un resumen de las cuestiones clave para emerger del taller, incluyendo: lo que queremos decir al crear conciencia de un negocio, la importancia de desarrollar una propuesta de valor efectiva, la diferencia entre necesidades y deseos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esbozar la tarea – para completar un análisis de las necesidades de los diferentes segmentos de clientes</li> </ul>		

