

## ANEXO III

### Modalidad II. Premios a proyectos emprendedores.

Formato: PDF

Letra Arial, tamaño 11.

Extensión: hasta 10 páginas. Si se excede este número, las páginas restantes no se tendrán en cuenta para la evaluación. El documento deberá contener, al menos, los siguientes aspectos:

#### 1. Resumen de la idea.

Presentación de la idea y análisis del entorno, explicación del carácter innovador de la propuesta.

#### 2. Misión, visión y objetivos.

Presentación de las necesidades que desea satisfacer, los problemas que pretende resolver, cómo se va a llevar a cabo y dónde ve la idea en el futuro. Ventajas competitivas y existencia de productos o servicios similares en el mercado.

#### 3. Modelo de negocio

Explicación de los principales aspectos de la idea de negocio, basada en el “Lienzo de Modelo de Negocio” de Alexander Osterwalder:

##### 3.1. Propuesta de valor.

Valor diferencial que se entrega a los clientes y las ventajas competitivas del mismo.

##### 3.2. Segmentos de clientes.

Clientes potenciales, descripción de sus características y qué les aporta la propuesta de valor.

##### 3.3. Canales

Medios a través de los cuales llega la propuesta de valor a los diferentes segmentos de clientes y cómo estarán integrados todos los canales propuestos.

##### 3.4. Relación con clientes

Qué tipo de relación espera el cliente, cómo de costoso puede llegar a ser este proceso y cómo se integra en el modelo de negocio.

##### 3.5. Fuente de ingresos

Qué cantidad de dinero están dispuestos a pagar los clientes, qué estrategia de precios se va a utilizar y cómo prefieren pagar por los productos o servicios.

##### 3.6. Actividades clave

Las actividades clave necesarias para hacer llegar la propuesta de valor a los clientes, a través de los canales elegidos.

### 3.7. Recursos clave

Los recursos clave necesarios para hacer llegar la propuesta de valor a los clientes, a través de los canales elegidos.

### 3.8. Socios clave

Quiénes podrían ser los socios y proveedores clave, además de qué actividades realizan y qué recursos proporcionan.

### 3.9. Estructura de costes

Cuáles son los costes más importantes en el modelo de negocio, es decir, las actividades y recursos que suponen mayores costes.

## **4. Descripción de validaciones realizadas con clientes, usuarios y cualquier otro agente implicado en la cadena de valor.**

## **5. Equipo promotor**

Número de mujeres en la composición del equipo.