Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Asociación Socioeducativa Llere
C/Valdehuesa 16, 45007 Toledo
Tlf: +34 925 24 17 62
llere@hotmail.com
www.llere.org

Emprendimiento juvenil
≈*módulos*≈

The content of this document does not reflect the official opinion of the European Union. Responsibility for the information and views expressed in the document lies entirely with the author.

Migrant (&) Youth Social Inclusion Through
Entrepreneurship (My-Site)
AN-2017-3-MT01-KA205-038323

Contenido

1. Introdución
2. Módulo I - Encuentra tu nicho de mercado
3. Módulo II - Desarrollando tu plan de negocio
4. Módulo III - Finanzas para emprendedores
5. Módulo IV - Marketing y comunicación
6. Módulo V - Financiación externa

Introdución

El proyecto LA INCLUSIÓN SOCIAL DE LOS MIGRANTES Y DE LOS JÓVENES A TRAVÉS DEL EMPRENDIMIENTO (**MY SITE - MIGRANT AND YOUTH SOCIAL INCLUSION THROUGH ENTREPRENEURSHIP**) aborda el emprendimiento como una herramienta hacia la integración.

El proyecto se está desarrollando entre siguientes socios de 5 países:

Asociación Socioeducativa Llere, España

People for Change Foundation, Malta

Cesfor, Italia

Aequitas, Chipre

Solidarity now, Grecia

El grupo objetivo del proyecto son los jóvenes de terceros países (TCN) y los jóvenes locales (Españoles). El proyecto contiene dos fases - la investigación y la formación.

Los objetivos del proyecto son:

1. Copilar investigación sobre las necesidades de los jóvenes emprendedores y sobre los recursos disponibles en cada país participante
2. Promover el emprendimiento juvenil como medio de empleo e independencia financiera
3. Promover la inclusión social de los jóvenes de TCN en cinco países diferentes

Proyecto está financiado por Erasmus+ KA2.

El documento "*Emprendimiento Juvenil ≈módulos≈"* contiene 5 módulos cubriendo los siguientes temas: Encuentra tu nicho de mercado, Desarrollando tu plan de negocio, Finanzas para emprendedores, Marketing y comunicación y Financiación externa. El documento se ha elaborado en Mayo-Julio de 2019 y es el Output 2 del proyecto Migrant and Youth Social Inclusion Through Entrepreneurship (Fase II - la formación).

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

llere
ASOCIACIÓN SOCIOEDUCATIVA

Encuentra tu nicho de mercado

Modulo I

Migrant (&) Youth Social Inclusion Through
Entrepreneurship (My-Site)
AN-2017-3-MT01-KA205-038323

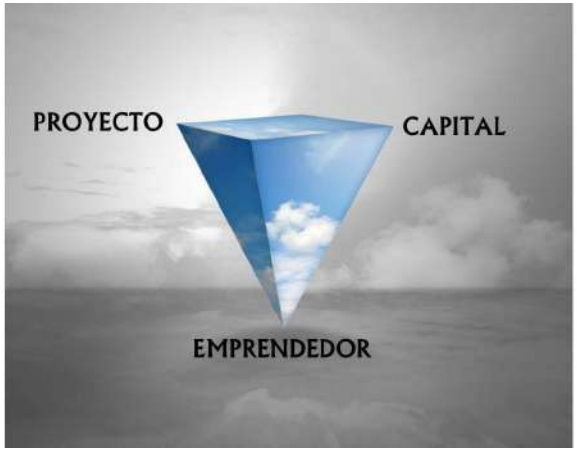
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

¿Cómo definir emprendimiento?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Emprendimiento - definición

“una manera de pensar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado”



¡EMPRENDIMIENTO ES CREER EN UNA IDEA Y LLEVARLA A CABO!

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

un medio:

innovación; ofrecer algo diferenciado/nuevo para satisfacer necesidades

un proposito o mision:

crear riqueza (valor) satisfaciendo necesidades

un instrumento:

la empresa; como persona jurídica y organización

emprendimiento

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

¿Qué es ser emprendedor?

es una persona innovadora, atenta a las oportunidades, tomadora de riesgos, y que considera la creación de empresas como la mejor opción de vida

Otros terminos

la vision emprendedora de manera simple podemos definir la visión como los sueños en acción que une los deseos, las expectativas y las metas que deseamos lograr en nuestra vida, en distintos órdenes y esferas, situados en el ámbito del trabajo

negocio social se crea sin fines de lucro teniendo como finalidad resolver un problema, es de tipo social, pero al igual que una empresa tradicional genera sus propios ingresos para cubrir los costos. Un negocio social se entiende como una empresa creada para resolver un problema social o ambiental y cuya utilidad se reinvierte en el mismo negocio para ampliar el valor social o crear nuevos negocios sociales

start-up una gran empresa en su etapa temprana; a diferencia de una Pyme, la Startup se basa en un negocio que será escalable más rápida y fácilmente, haciendo uso de tecnologías digitales

el mercado de negocio está constituido por organizaciones, ya sean públicas o privadas, independientes de su tipo de razón social; adquieren bienes y servicios para incorporarlos dentro de sus procesos productivos de nuevos bienes y servicios que van destinados al consumidor final

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Formas de operar en España

Constitución de sociedad española con personalidad jurídica propia	El inversor extranjero tiene a su disposición varios tipos de entidades mercantiles para invertir en España previstos por la legislación española. Las formas societarias más utilizadas son la sociedad anónima (S.A.) y, principalmente, la sociedad de responsabilidad limitada (S.L.).
Emprendedor de responsabilidad limitada	Desarrollo de la actividad directamente por persona física en caso de cumplir con determinados requisitos.
Sucursal o establecimiento permanente	Ambas figuras carecen de personalidad jurídica propia por lo que su actividad y su responsabilidad jurídica siempre irán directamente vinculadas a la sociedad matriz del inversor extranjero.
Cooperación empresarial	Asociaciones con otros empresarios ya establecidos en España. Permiten compartir los riesgos y combinar recursos y experiencia. En el ordenamiento español se pueden distinguir diferentes formas de joint venture que se desarrollan en el presente Capítulo: Unión Temporal de Empresas (U.T.E.). Agrupación de Interés Económico (A.I.E.) y Agrupación Europea de Interés Económico (A.E.I.E.). Celebración con uno o más empresarios españoles de una forma de colaboración propia del sistema jurídico español: “la cuenta en participación”. Préstamos participativos. Joint ventures a través de sociedades anónimas o de responsabilidad limitada.
Sin constituir una entidad o asociarse con otras entidades ya existentes o sin establecer físicamente un centro de operaciones en España	Las diversas alternativas en este sentido son las siguientes: Celebración de un acuerdo de distribución. Realización de operaciones a través de un agente. Realización de operaciones a través de un comisionista. Establecimiento de una franquicia.
Adquisiciones	Adquisición de acciones o participaciones sociales, adquisición de bienes inmuebles situados en España o adquisición de negocios.
Capital-riesgo	Inversión en entidades de capital-riesgo.

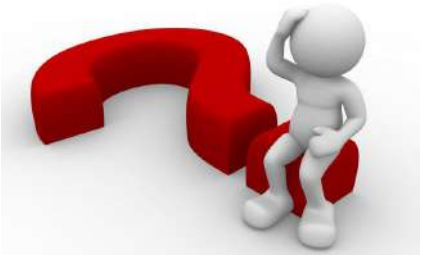
¿Qué es lo que busca mi desarrollo individual?

¿Qué es lo que quiero lograr en mi trabajo?

Cada uno de los participantes que escriba/piensa en sus pensamientos positivos y negativos sobre el trabajo y lo comparta entre compañeros. Con ese pensamiento empezamos con la parte II.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

¿El emprendedor nace o se hace?



¿Te has preguntado cuáles son las habilidades y las competencias necesarias para convertirte en un emprendedor?

COMPETENCIAS

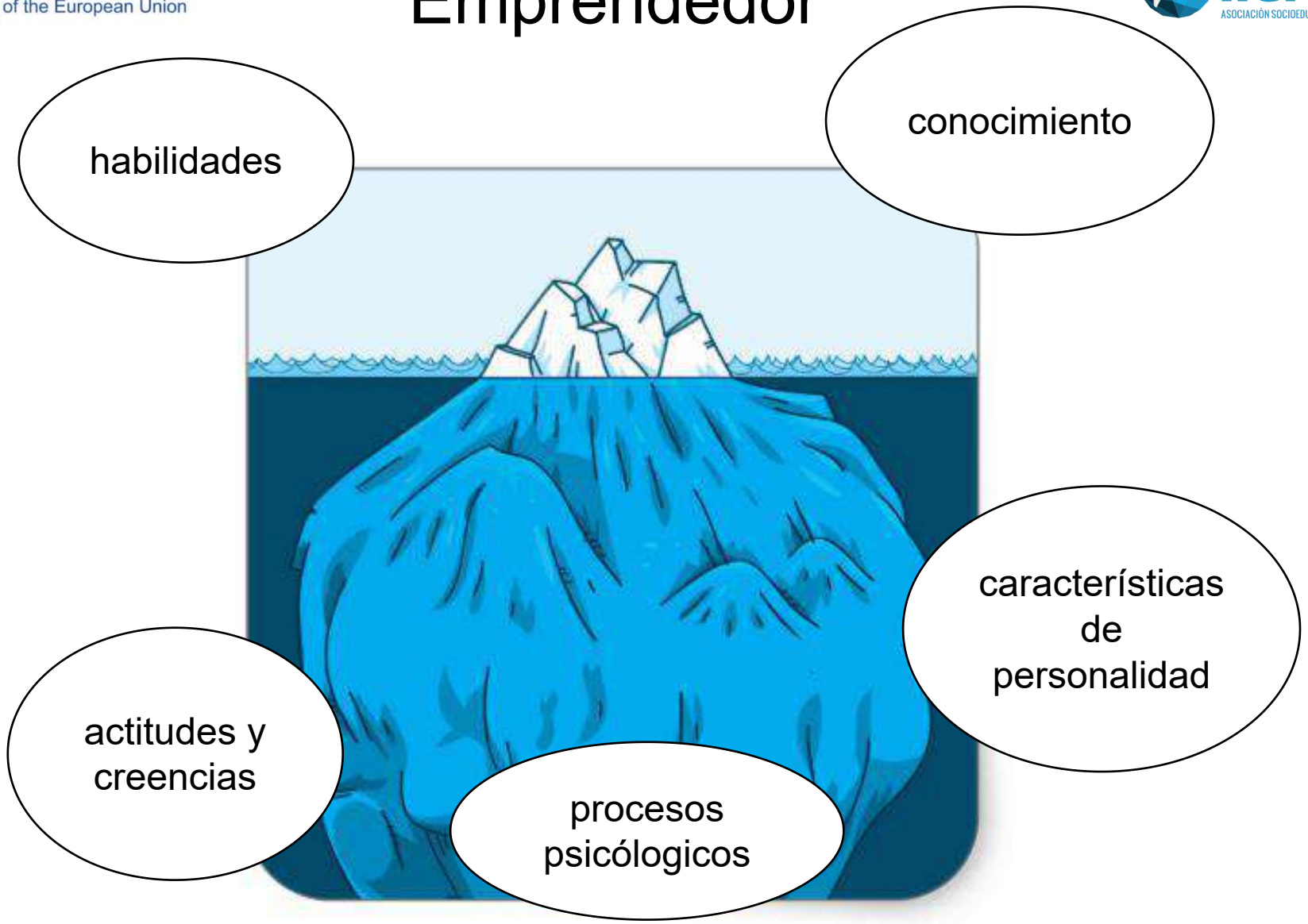
- liderazgo
- manejo del riesgo
- orientacion al resultado
- toma estrategicas de decisiones
- trabajo en equipo
- ....

HABILIDADES

- tolerancia al riesgo
- resiliencia
- visión
- trabajo duro
- locus de control interno
- ....

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Emprendedor



Procesos psicólogicos

- motivación - Cual es mi principal motivacion para emprender?
- aprendizaje asimilar el conocimiento proveniente del entorno y al mismo tiempo aprender de las propias experiencias --- transferencia del conocimiento
- emoción - sentir, pensar, actuar

Actitudes y creencias

- Como entiendo la realidad? Como me adopto a la realidad?
- saber - intrepetar - actuar
- caracteristicas de personalidad:
- autonomia, apertura, esmero, seguridad en si mismo, autocontrol
- entonces : intenciones - competencias - acciones - resultados = creatividad

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Test del emprendedor

Los jóvenes emprendedores españoles más influyentes

JAVIER OLIVÁN - la nueva mano derecha de Mark Zuckerberg en Facebook

BÁRBARA NAVARRO - directora de Políticas Públicas y Asuntos Institucionales de Google en Asia Pacifico, Oriente Medio, Africa y Rusia

PEDRO MONEO LAIN - a los 18 años creó Citybiking, para facilitar visitas a Madrid en bicicleta; inversor de tres compañías Core Photonics, Red Karaoke y Giga Trust

JAVIER AGÜERA RENESES - multiemprendedor, dirigió la ya extinta Geeksphone, fabricante del primer teléfono inteligente español con el sistema Android, fundó también Black Phone

PABLO PANTALEONI - fundó una plataforma de salud, Medtep, que permite a los médicos hacer un seguimiento de sus pacientes mediante los teléfonos móviles y ordenadores, lo que permite mayor calidad de salud.

¿En qué sector del mercado deseas trabajar y por qué?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

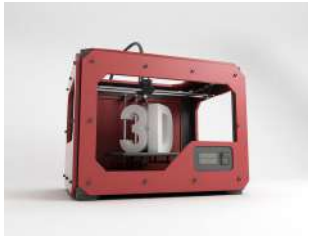
4 sectores con los negocios rentables en España

El turismo y el entretenimiento

Empresas comerciales

Sector de servicios

Nuevos negocios emergente e innovadores



¿Cómo encontrar el nicho adecuado para ti?

Consiste en contestar a las siguientes preguntas:

- 1. ¿Qué te apasiona?

¿Qué cosas te hacen “tilín”? ¿Qué te encanta hacer y te llena cuando lo haces? Escribe todo.

- 2. ¿Cuál es tu “expertise”?

¿En qué eres experto/a? ¿Qué se te da muy bien a raíz de haber dedicado muchas horas y mucho esfuerzo a practicar? Escríbelo en el mismo folio, justo al lado de tus pasiones.

- 3. ¿Dónde están las coincidencias?

¿Existen similitudes entre lo que te apasiona y aquello en lo que tienes cierto nivel de experiencia y que eres capaz de hacer bien? No hace falta con que la coincidencia sea exacta. Vale con que se parezcan, porque en se parecido hay posibilidades de encontrar un punto de encuentro.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

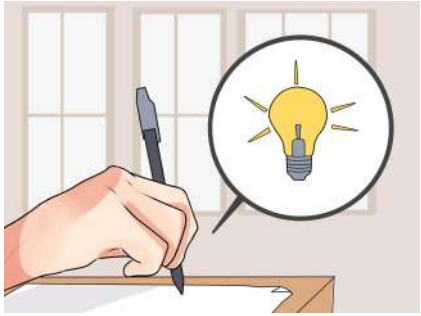
Desarrollando tu plan de negocio

Modulo II

Migrant (&) Youth Social Inclusion Through
Entrepreneurship (My-Site)
AN-2017-3-MT01-KA205-038323

Que es una idea de negocio?

Que es un plan de negocio?



el analisis DAFO

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

el analisis DAFO personal - ejemplo

DAFO

DEBILIDADES

poca experiencia laboral
falta de confianza
sin dominio de idiomas
sin movilidad geográfica

AMENAZAS

escasa oferta de empleo
entorno laboral conflictivo
falta de apoyo familiar
alta tasa de paro en jóvenes.

FORTALEZAS

formación universitaria y postgrado
gran motivación para trabajar
conocimiento de idiomas
actitud positiva para aprender y experimentar

OPORTUNIDADES

desarrollo marca personal
sector en crecimiento
oportunidad de emprendimiento
apoyo económico familiar

el analisis DAFO para un producto o servicio - ejemplo

DAFO

DEBILIDADES

elevado precio

baja calidad

dificultad de diferenciación

no tener una estrategia de marketing definida

AMENAZAS

cambio normativa legal

cambios de consumo

innovación tecnológica en el sector

restricción financiación externa

FORTALEZAS

imagen de marca conocida

clientela fiel

red de distribución eficiente

innovación y mejora constante

OPORTUNIDADES

nuevos nichos de mercado

incremento del consumo

desprestigio de la competencia

complementario con otros productos/servicios

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

¡Haz tu analisis DAFO!

Debilidades

¿En qué fallo más que los demás?

¿Qué me falta para dar el siguiente paso?

Amenazas

¿Cuál es mi competencia dentro de la empresa?

¿Cuáles son las variables externas que me impiden seguir avanzando?

Fortalezas

¿En qué destaco sobre los demás?

¿Cuál es mi punto fuerte?

Oportunidades

¿Qué puedo aportar para seguir mejorando?

¿Qué aspectos externos me van a ayudar a crecer como profesional?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

llere
ASOCIACIÓN SOCIOEDUCATIVA

Objetivos SMART

Objetivos SMART

Specific (Específico) - lo más concreto posible, que es exactamente lo que pretendes hacer y cómo

Medible (Measurable) - ha de ser una meta cuantificable

Alcanzable (attainable) - debe ser ambicioso, un reto para nosotros pero posible

Realista (Realist) - objetivos dentro de nuestras posibilidades (tanto por nuestros recursos disponibles, como por nuestra motivación, etc.)

Tiempo (Timely) - cada objetivo debe estar definido en el tiempo, ya que nos ayudará a marcar las distintas etapas que nos permitirán llegar a la meta propuesta

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Objetivos SMART

¡Ahora tú!

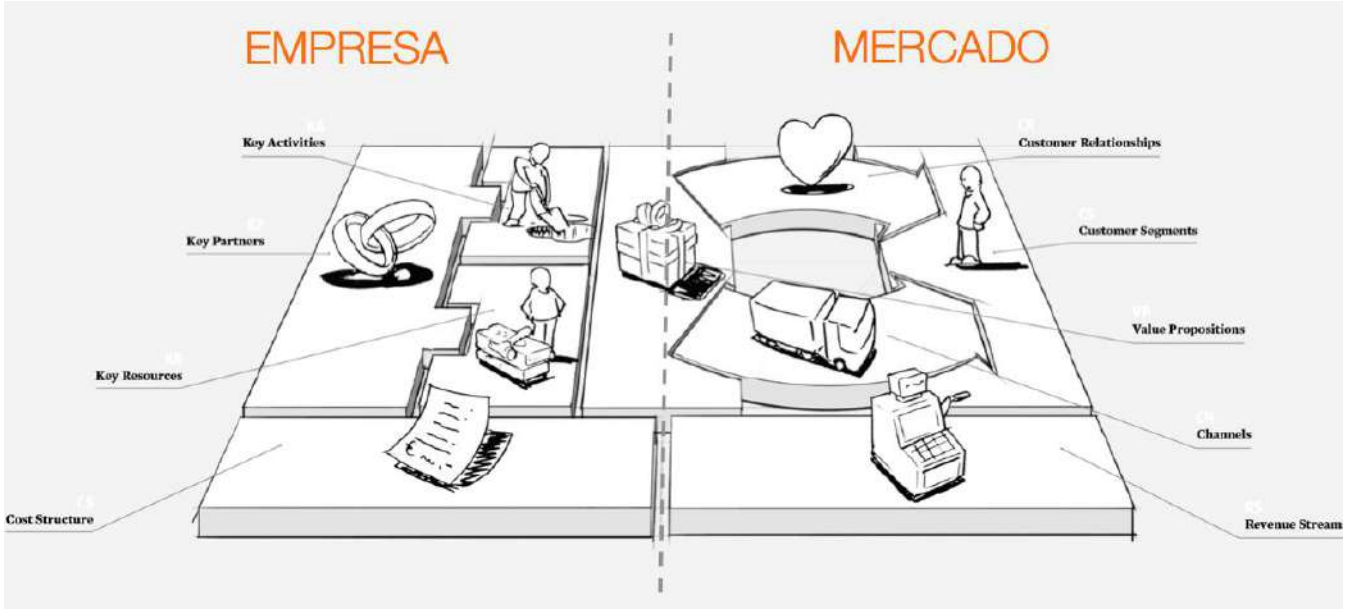
que sea específico, medible, alcanzable, realista y definido en el tiempo

Íconos hechos por: Freepik de Flaticon https://www.flaticon.com con licencia de Creative Commons BY 3.0

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Business Model Canvas

en otras palabras *Lienzo de modelo de negocio* - ¿Qué es?



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Business Model Canvas

Asociaciones Clave

¿Quienes son nuestros socios clave?

¿Quienes son nuestros proveedores clave?

¿Qué recursos clave podemos adquirir de nuestros clientes?

¿Qué actividades clave desempeñan nuestros socios?

Motivaciones para la asociación

Optimización y economía

Reducción de riesgos e incertidumbres

Adquisiciones de recursos concretos y actividades

Actividades clave

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

¿Nuestros canales de distribución?

¿Relaciones con los clientes?

¿Fuentes de ingresos?

Categorías
Producción
Venta
Soporte

Recursos clave

Recursos clave para nuestra propuesta de valor

Para nuestros canales

¿Relaciones con los clientes?

Tipos de recursos

Humanos
Físicos
Intelectuales
Económicos

Propuesta de valor

¿Qué valor añadido entregamos a nuestros clientes?

¿Qué problemas estamos ayudando a resolver?

¿Qué productos y/o servicios ofrecemos a cada segmento?

¿Qué necesidades estamos satisfaciendo?

Características

Precio

Novedad

Calidad

Conveniencia

Marca o Status

Desempeño

Reducción de riesgos

Reducción de costes

Diseño

Customización

Relaciones con clientes

Tipo de relaciones con cada segmento de clientes

Qué relaciones hemos establecido

Asistencia personal

Asistencia personal dedicada

Autoservicio

Automatización de los servicios

Comunidades

Co - creación

Canales

A través de qué canales queremos llegar a nuestros clientes

Qué canales funcionan mejor

Cuáles son más eficientes

Tipos de canales

Consciencia
Evaluación
Compra
Entrega
Post-venta

Segmentos de clientes

A quién va dirigida nuestra propuesta de valor

Quiénes son nuestros clientes más importantes

Mercado de masas

Nichos de mercado

Segmento

Diversificación

Estructura de costes

Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio

Qué recursos cuestan más

Qué actividades clave cuestan más

Fuentes de ingresos

Qué precio están dispuestos a pagar los clientes

¿Qué precio pagan actualmente?

¿Cuáles son los métodos de pago?

¿Cómo prefieren pagar?

Qué porcentaje de ingresos constituye cada una de las vías de ingresos

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Business Model Canvas

Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Illere
ASOCIACIÓN SOCIOEDUCATIVA

Finanzas para emprendedores

Modulo III

Migrant (&) Youth Social Inclusion Through
Entrepreneurship (My-Site)
AN-2017-3-MT01-KA205-038323

Establecimiento en España

Las formas societarias más comunes previstas por la legislación mercantil española son la sociedad anónima (S.A.) y la sociedad de responsabilidad limitada (S.L.)

Los trámites ordinarios de constitución y los gastos en que se incurre son similares en ambos tipos sociales.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sociedad de responsabilidad limitada

se limita al capital aportado - las necesidades de capital son inferiores a las de la sociedad anónima

• la responsabilidad de los socios es limitada y el capital social está dividido en participaciones

• un capital mínimo exigido de 3.000 euros, que debe desembolsarse íntegros en la firma de escritura pública

• el número mínimo de socios para su constitución es de uno

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sociedad de responsabilidad limitada

Ventajas*:* la responsabilidad es limitada - ante posibles pérdidas los socios no deben responder con su patrimonio; los trámites para la constitución y el funcionamiento son más sencillos que los de una sociedad anónima; para constituirla se requiere un capital asequible y puede ser unipersonal; a partir de cierto nivel de beneficios (40.000 euros), los impuestos son menores que los de un trabajador autónomo y con una sociedad el trabajador autónomo puede desgravarse su sueldo como gasto. Es posible constituirla en muy breve plazo por medios electrónicos (sociedades exprés).

Desventajas*:* las participaciones no son fácilmente transmisibles, los socios tienen prioridad, por lo que no es un tipo de sociedad mercantil conveniente si pretendes atraer a un gran número de inversores.

Sociedad anónima

- es el segundo tipo de sociedad mercantil más utilizada
- el capital está dividido en acciones que sí pueden transmitirse libremente –lo opuesto a la sociedad limitada – así como por la gran cantidad de socios que pueden llegar a participar en ella
- para su constitución se exige un mínimo de capital de 60.000 euros, desembolsado en un 25% en el momento de la escritura pública
- el número mínimo de personas para su constitución es de una.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sociedad anónima

Ventajas: la sociedad está dividida en acciones que se transmiten libremente, la responsabilidad de los socios es limitada al capital aportado, puede ser unipersonal y puede cotizar en bolsa. Además, determinadas actividades como las sociedades bancarias, farmacéuticas, los seguros, las gestoras de fondos de pensiones…exigen este tipo de sociedad mercantil.

Desventajas: el capital mínimo exigido es elevado, no se puede controlar la presencia de personas ajenas a la empresa y los trámites para la constitución y funcionamiento son más complejos que los de, por ejemplo, una sociedad limitada.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Tramites legales - generales

1. **Certificación negativa de denominación**	Solicitud al Registro Mercantil Central
2. **Solicitud de N.I.F. provisional**	Agencia Estatal de Administración Tributaria
3. **Apertura cuenta bancaria**	Cuenta bancaria a nombre de la entidadl.
4. **Acta de manifestaciones de titularidad real**	Ante notario
5. **Otorgamiento de escritura ante notario**	Ante notario público
6. **Solicitud de inscripción en el Registro Mercantil del domicilio social**	(I) en forma telemática por el notario o (II) de forma presencial por el interesado.
7. **Plazo de calificación e inscripción Registro Mercantil**	15 días
8. **Obtención N.I.F. definitivo**	Agencia Estatal de Administración Tributaria

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

llere
ASOCIACIÓN SOCIOEDUCATIVA

¿Cómo crear una empresa en España?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Sistema fiscal - impuestos estatales

Impuestos directos

Sobre la renta:
- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
- Impuesto sobre Sociedades.
- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)
- Impuesto sobre la Renta de No Residentes (IRNR)

Sobre bienes patrimoniales (afectan sólo a personas físicas):
- Impuesto sobre el Patrimonio (IP)
- Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (ISD)

Impuestos indirectos

- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
- Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD)
- Impuestos Especiales
- Derechos arancelarios a la importación
- Impuesto sobre las Primas de Seguros

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sistema fiscal - impuestos locales

Impuestos de carácter periódico

- Impuesto sobre Bienes Inmuebles

- Impuesto sobre Actividades Económicas

Otros impuestos

- Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras

- Impuesto sobre el Incremento del Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana

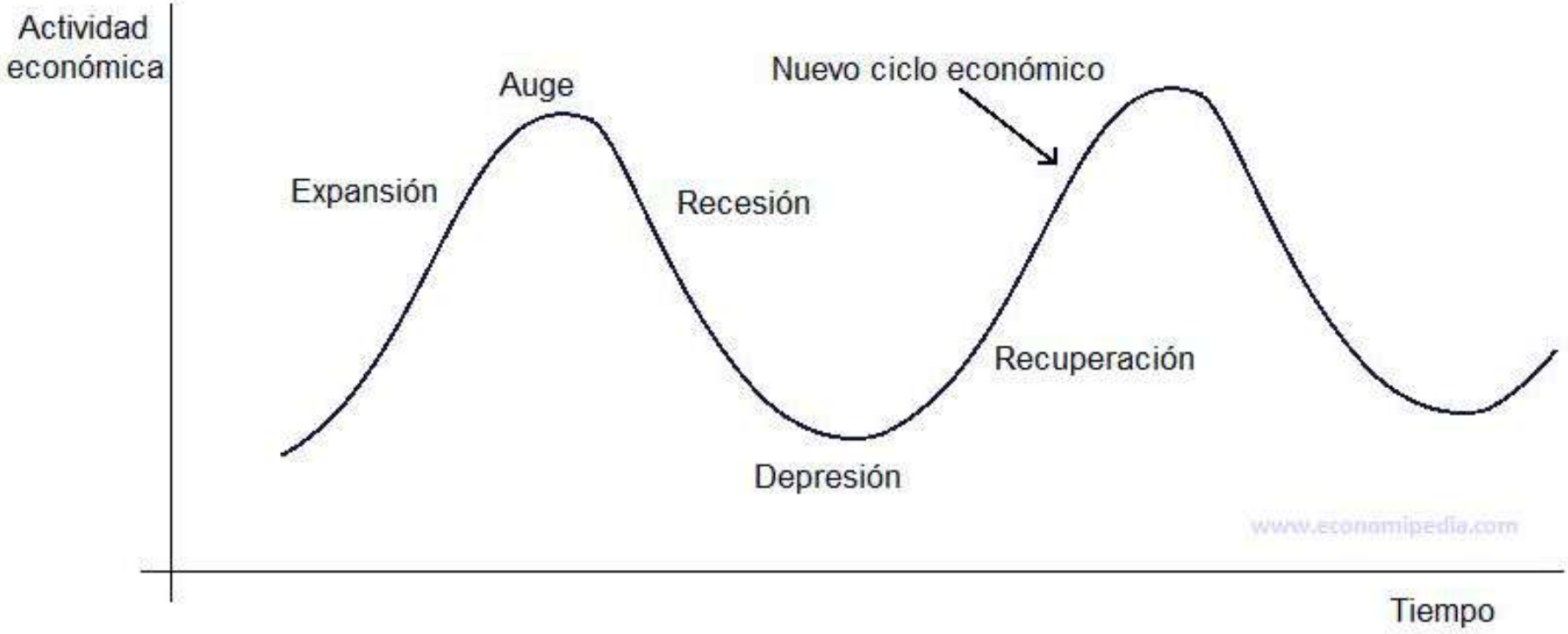
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ciclo Económico

¿Qué es y para que sirve?

Sus fases son...

Ciclo económico



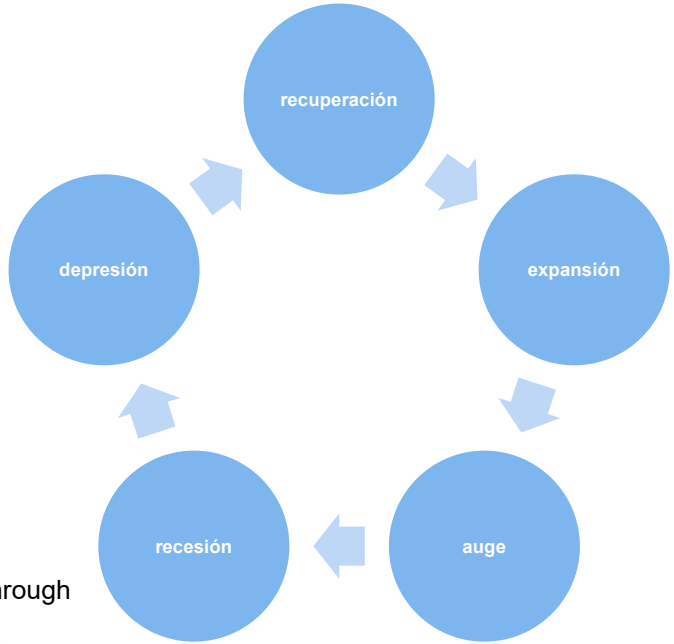
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ciclo economico

- una serie de fases por las que pasa la economía y que suceden en orden hasta llegar a la fase final en la que el ciclo económico comienza de nuevo

- pasa por periodos de recesión y periodos de expansión

- tiene 5 fases: - recuperación
  - expansión
  - auge
  - recesión
  - depresión



Ciclo economico

- Recuperación - fase del ciclo en que la economía está estancada o crece ligeramente
- Expansión - fase de mayor crecimiento económico
- Auge - fase en que el crecimiento económico empieza a mostrar señales de agotamiento
- Recesión - la actividad económica se reduce, conlleva una disminución del consumo, de la inversión y de la producción de bienes y servicios, lo cual provoca a su vez que se despidan trabajadores y por tanto, aumente el desempleo
- Depresión - cuando nos encontramos en una fase de recesión continua en el tiempo y sin previsión de mejora

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Informes financieros y contabilidad

- sirve para registrar todos los movimientos correspondientes a tu actividad económica para que puedas tener toda la información ordenada y agrupada

- Es importante llevar la contabilidad al día, para poder elaborar los **estados contables** de la empresa

Estados contables

– un tipo de informe que va dirigido a usuarios externos, donde la empresa da a conocer públicamente su situación, se muestran los aspectos patrimoniales, financieros y económicos de la empresa

- Los estados contables básicos son los siguientes:

Estado de situación patrimonial o balance

Estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas

Estado de evolución del patrimonio neto

Estado de flujo de efectivo

¿Quién está obligado?

Todas las empresas (persona natural o jurídica) salvo:

- persona física acogida al régimen de módulos: sólo tienen obligación de guardar las facturas ordenadas cronológicamente
- personas físicas acogida al régimen de estimación directa simplificada: en este caso, deben llevar un libro registro de ventas e ingresos, un libro registro de compras y gastos y un libro registro de bienes de inversión

¿Dónde presentarlo?

- en el Registro Mercantil

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Activos, pasivos y resultados componentes del patrimonio

- El patrimonio puede definirse como la riqueza de una persona, familia o entidad, así el patrimonio empresarial es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que pertenecen a la organización y que conforman su balance

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Activo	Patrimonio Neto y Pasivo
ACTIVO NO CORRIENTE Está integrado por partidas cuya conversión en liquidez requiere mucho tiempo, normalmente más de 1 año. Las partidas que lo componen son: Inmovilizado intangible Inmovilizado material Inmovilizado financiero	NETO PATRIMONIAL El Neto Patrimonial, está constituido por los fondos aportados por los propietarios o los generados por la propia empresa. Las partidas más importantes son: Capital Reservas
ACTIVO CORRIENTE Se incluyen los bienes y derechos de la empresa que se piensan convertir en dinero en un plazo inferior a 1 año. Las partidas que lo componen son: Existencias Deudores Inversiones financieras temporales Efectivo y otros activos equivalente	PASIVO NO CORRIENTE Financiación ajena obtenida por la empresa a plazo superior a 1 año. Las partidas más importantes son: Obligaciones y Bonos Préstamos bancarios Proveedores inmoviliz.a l/p
	PASIVO CORRIENTE Financiación ajena obtenida por la empresa con vencimiento inferior a 1 año. Las partidas más relevantes son: Créditos de provisión Proveedores, Administraciones Públicas Créditos bancarios a c/p

¿Comó hacer un presupuesto del negocio?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

llere
ASOCIACIÓN SOCIOEDUCATIVA

Marketing y comunicación

Modulo IV

Migrant (&) Youth Social Inclusion Through
Entrepreneurship (My-Site)
AN-2017-3-MT01-KA205-038323

¿Marketing?

¿Comunicación comercial?

Marketing

- una serie de técnicas que ayudan a las empresas a comercializar sus porductos o servicios
- el objetivo principal es conseguir ventas y para ellos se utilizan diferentes métodos

Comunicación comercial

- está dentro del marketing pero es una herramienta más, es solo comunicación
- su fin último es vender, como todoe lo que está relacionado con el amrketing, pero su objetvio principal es informar, dar a conocer - que las personas conoycan tu proyecto o a ti como marca personal, autónomos....

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Las 4P

Lo que no deberías hacer a la hora de tratar de vender

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Las 4P

PRODUCTO

PRECIO

DISTRIBUCION/PUNTO DE VENTA (PLACE)

PROMOCIÓN/PUBLICIDAD (comunicación comercial)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Las 4P - producto o servicio

- ¿Qué es lo que quiere el consumidor? ¿Qué necesidades quiere o necesita satisfacer?
- ¿Qué características tendría que tener el producto para satisfacer esas necesidades?
- ¿Esas características las tienes?
- ¿Tu producto tiene alguna característica que el cliente no utiliza?
- ¿Cómo y dónde utiliza el consumidor el producto?
- ¿Cuál es la experiencia de uso?
- ¿En qué tallas, colores, modelos, debería estar disponible tu producto?
- ¿Cómo debería ser el nombre del producto?
- ¿Cómo se llama actualmente?
- ¿Cómo se diferencia el producto frente a los competidores?

Las 4P - precio

- ¿Cuál es el valor del producto o servicio para el comprador?
- ¿Existen ya precios establecidos para ese tipo de producto o servicio?
- ¿El cliente es muy sensible al precio? ¿Una pequeña rebaja en el precio te hará ganar terreno en el mercado?
- ¿O por el contrario un pequeño aumento de precio será inapreciable y te hará obtener un mayor margen de beneficio?
- ¿Qué tipo de descuentos podrías ofrecer para captar la a

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Las 4P - punto de venta

- ¿Dónde buscan los compradores ese producto o servicio?
- Si lo buscaran en una tienda ¿qué tipo de tienda sería? ¿Una tienda especializada o unos grandes almacenes? ¿Venta online? ¿Catálogo?
- ¿Puedes acceder a los canales de distribución adecuados?
- ¿Necesitas un equipo de ventas? ¿Realizar ventas online? ¿Enviar productos de prueba a los distribuidores?
- ¿Qué es lo que hace la competencia? ¿Qué puedes hacer para diferenciarte?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Las 4P - promoción/publicidad

- ¿Cuándo y dónde puedes ofrecer tus mensajes de marketing para llegar a tus clientes potenciales?
- ¿Dónde se encuentra tu audiencia principalmente, en la prensa, en la TV, en la radio, en internet?
- ¿Cuál es el mejor momento para realizar las campañas de publicidad?
- ¿Cómo hace la publicidad la competencia?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Marketing Online vs. Marketing Offline

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Marketing Online vs. Marketing Offline

¡Haced el debate sobre los pros y contras de cada tipo de marketing!

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

BRANDING

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

BRANDING

BRANDING **Ahora tú!**

Consejos

- ser único e inteligente
- que sea simple
- que sea memorable
- que sea fácil y flexible
- que sea atemporal
- que sea versátil
- que sea apropiado

Medios sociales

- aplicaciones en Internet que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario
- la fan page es la nueva tarjeta de presentación
- mayores resultados por menores precios
- tu público más cerca que nunca
- una red social para cada caso

¿Qué tipos de redes sociales existen?

- Facebook - la más popular de todas; para comunicar con otras personas y marcas, crear grupos y eventos, buscar avisos clasificados y crear páginas públicas en torno a un determinado tema o interés

- Twitter - usar para relaciones públicas, crear recuerdo de marca, un método promocional, atención al cliente, comunicar noticias de última hora, comercio electrónico

- LinkedIn - una red profesional orientada en la empresa y los profesionales; para networking personal, selección de personal para la empresa, encontrar socios para tu empresa

¿Qué tipos de redes sociales existen?

- Youtube - para compartir vídeos de productos, manuales de instrucciones, promocione, para viralizar

- Instagram - está más de moda a día de hoy, la preferida entre los jóvenes, las stories de Instagram también son una parte importante de esta red social, siendo cada vez más usadas por las empresas

- Pinterest - no es de las más utilizadas, para posicionar imágenes y derivar nuevos usuarios a tu web, 73% de usuarios femeninos, los negocios que más se aprovechan de esta plataforma son gastronomía y vida saludable, moda y belleza, diseño, marketing digital e innovación

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

¿Qué tipos de redes sociales existen?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

En grupos pequeños crear el Plan para Redes Sociales para el siguiente negocio:

Agencia de viajes

Sector de Hostelería, Restauración y Turismo

- una empresa minorista dedicada al ejercicio de actividades de mediación y/u organización de servicios turísticos

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

La importancia del networking para crear un negocio

= la creación de una red de contactos para crear oportunidades de negocio

- el Networking no son ventas
- te ayuda conocer la industria
- el networking puede promover tu marca
- colocarte en posiciones de oportunidad
- conoce aliados potenciales de mercados nacionales e internacionales

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

La importancia del networking

Dinámicas de roles:

1. director general *vs.* nuevo empresario

2. dueño de negocio *vs.* cliente/consumidor

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Financiación externa

Modulo V

Migrant (&) Youth Social Inclusion Through Entrepreneurship (My-Site)
AN-2017-3-MT01-KA205-038323

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

El acceso a la financiación

¡Supone un reto a la hora de comenzar un negocio!

Fuentes de financiamiento:

- familiares y amigos
- bancos
- concursos
- crowdfunding
- socios
- inversionistas
- business angels
- otras entidades financieras

El acceso a la financiación

- Préstamo bancario

- microcréditos
- préstamos a emprendedores
- créditos con condiciones especiales
- líneas de mediación - acuerdos con el ICO y el BEI

¡Los préstamos están sujetos a intereses!

El acceso a la financiación

- Ayudas públicas

- subvenciones
- créditos blandos
- Incentivos fiscales o bonificaciones en la S.S.

Entidades:

ENISA

Comisión Europea (p.ej. H2020)

CDTI

¡Los expertos recomiendan que no sea la única fuente de financiación!

El acceso a la financiación

- Capitalización del paro

- el servicio de empleo te permite capitalizar el paro si quieres abrir un negocio
- desventaja - cantidades pequeñas
- ventaja - no tienes que devolverlo ya que es tu dinero

El acceso a la financiación

- Incubadoras y aceleradoras

- aportan formación, mentoring y contactos que pueden resultar muy útiles al emprendedor
- pueden participar en el capital de la empresa

El acceso a la financiación

- Crowdfunding

- obtener fondos a través de una múltitud de pequeños inversores
- de manera desinteresada o a cambio de una recompensa o una participación en el capital
- pueden realizar un préstamo a cambio de intereses
- financiación rápida y de fácil acceso

El acceso a la financiación

- Business angel = Inversor angel

- es una persona (no empresa) que aporta su dinero, experiencia y contactos a nuevas empresas creadas por emprendedores

- quieren obtener una participación accionarial y una ganancia futura

- la inversión que realizan es temporal

Redes de Business Angels: ESBAN (Red Española de Business Angels); AEBAN (Asociación Española de Business Angels); EBAN (European Business Angels Network); asociaciones propias de comunidades

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

¿Cuáles son las mejores fuentes de financiamiento para tu proyecto? ¿Cuáles usarias tú?

Echamos un vistazo a:

- Guía dinámica de ayudas e incentivos para la creación de empresas

- esta Guía recoge todas las ayudas e incentivos destinados a la creación de empresas y empleo, otorgados y convocados por la Administración General del Estado, Administraciones Autonómicas, Administraciones Locales y otros organismos públicos

- Programas europeos de ayudas e incentivos

Recursos para emprendedores jóvenes

Unión Europea:

- Fondo Europeo de Inversiones
- Programa EUREKA
- Programa Eurostars
- Banco Europeo de Inversiones
- Instituto Europeo de Innovación y Tecnología
- Programa Erasmus para jóvenes emprendedores
- El Instrumento Europeo de Microfinanciación Progress (Microfinanciación Progress)
- Programas de cooperación industrial entre la UE y Japón

Administración Estatal:

- CIRCE, portal para la creación de empresa a través de internet
- Registro de la Propiedad Intelectual
- Registro de Dominios.es
- Facturación electrónica
- Programa España-Emprende
- Portal comercial de las mujeres rurales emprendedoras
- Porgrama de crecimiento empresarial
- Portal Crea tu empresa
- ENISA la empresa nacional de innovación
- Programas de la DGIPYME
- Portal de Ayudas del Ministerio
- Cursos para emprendedores y PYME
- Registro de Franquiciadores
- Programa de Apoyo Empresarial a las mujeres-PAEM

Castilla La Mancha:

- Plan Emprende Joven CLM 2018-19
- Programa Integral de cualificación y empleo PICE
- Plan comercio minorista 2019
- InnoCámaras-Prrograma Operativo de Crecimiento Inteligente FEDER 2014-2020
- Programa TicCámaras
- Programa Emprende Inno-Digital CLM
- Plan adelante 2016-2019 CLM
- Centro de Apoyo Tecnológico de Castilla-La Mancha

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Asociación Socioeducativa Llere
C/Valdehuesa 16, 45007 Toledo
Tlf: +34 925 24 17 62
llere@hotmail.com
www.llere.org

llere
ASOCIACIÓN SOCIOEDUCATIVA

Muchas gracias por vuestra atención y colaboración!