Guía de Emprendimiento Juvenil

Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo
Andalucía Emprende
Fundación Pública Andaluza

Índice

Módulo 01 ... p. 4
¿A quién va dirigida esta Guía? Perfil del emprendedor joven

Módulo 02 ... p. 12
Tengo una idea de negocio ¿Cómo la convierto en un proyecto viable y sostenible?

Módulo 03 ... p. 36
Financiación

Módulo 04 ... p. 50
Los primeros pasos como persona autónoma

Módulo 05 ... p. 70
Emprender con socios

Módulo 06 ... p. 86
Herramientas entorno digital para emprender

Módulo 07 ... p. 126
¿Quién me puede ayudar?

Anexo ... p. 138
Claves para que un proyecto sea invertible

Casos de Éxito ... p. 148

Edición y dirección
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.
Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo.
Junta de Andalucía.

Realización
Equipo de Alto Rendimiento de Autónomos de Andalucia Emprende (EAR Autónomos)
Equipo de Alto Rendimiento de Financiación de Andalucia Emprende (EAR Financiación)
Equipo de Alto Rendimiento de Emprendimiento e Innovación Social de Andalucia Emprende
(EAR Emprendimiento e Innovación Social)
Equipo de Alto Rendimiento de Economía Social de Andalucia Emprende (EAR Economía Social)
Equipo de Alto Rendimiento de Transformación Digital de Andalucia Emprende (EAR Transformación Digital)
Equipo de Alto Rendimiento de Coaching para el Autoempleo de Andalucía Emprende
(EAR Coaching para el Autoempleo)

¿A quién va dirigida esta Guía? Perfil del emprendedor joven

01. Tipos de Emprendimiento
02. Consejos a los jóvenes emprendedores

01

01. ¿A quién va dirigida esta Guía? Perfil del emprendedor joven

Esta guía va dirigida a jóvenes con ideas y proyectos con ganas de mejorar el mundo y con la que esperamos poder dar respuesta a las dificultades manifestadas para llevar a cabo sus iniciativas empresariales.

Según la II encuesta de Jóvenes Emprendedores 1 de cada 3 jóvenes españoles querría emprender, pero el 77% considera que es muy difícil llevarlo a cabo. El emprendimiento comienza a verse como una vía de empleo, tanto para quienes están iniciándose en el mercado como para aquellos que ya cuentan con experiencia.

Las principales razones que encuentran para pensar en emprender son, en primer lugar, la ilusión de hacer algo propio (67% de respuestas), seguido de la necesidad de tener independencia personal (47%) y porque han detectado una oportunidad empresarial que puede tener éxito (43,7%).

Sin embargo, 3 de cada 4 jóvenes piensan que es muy difícil emprender y señalan como principales obstáculos para ello la falta de capital para poner en marcha el negocio (47%), la falta de una idea clara que pueda tener éxito (28,2%), el desconocimiento de los trámites a seguir (14,4%) y los impuestos a pagar (13,7%).

A pesar de que el principal problema manifestado para emprender es la falta de capital, el 79% manifiesta desconocer cuáles son las vías de financiación para nuevas empresas promovidas desde la administración.

A pesar de todas estas dificultades indicadas por los jóvenes para emprender, son muy populares entre los jóvenes, aquellos emprendedores que lograron a una corta edad llevar con éxito una idea empresarial en muchos casos cuando aún no han cumplido la mayoría de edad. Probablemente sepas que Mark Zuckerberg, el “CEO” de Facebook, creó la red social con sólo 19 años.

Aunque los mayores referentes de jóvenes emprendedores de éxito, suelen ser norteamericanos, en España, también son numerosos los casos de jóvenes emprendedores, que han logrado el éxito en la puesta en marcha de sus proyectos empresariales, muchos de ellos vinculados al nuevo entorno digital hacia el que se va encaminando la sociedad y casi siempre también buscando la generación de un impacto social y la sostenibilidad y no tan solo la generación de altas rentabilidades económicas.

Dentro de este grupo de jóvenes emprendedores de “éxito”, podemos citar los casos como el del sevillano Pablo Vidarte, creador de Bioo, un proyecto líder de Arkyne para la generación de electricidad a partir de la fotosíntesis de las plantas; Uriel Romero y su proyecto Nekuno, una app que, gracias al uso de la inteligencia artificial, conecta a personas con empresas y otras personas con gustos e intereses afines, un proyecto que la llevó a figurar en la lista Forbes “30 under 30”. Los emprendedores con discapacidad Diego Soliveres, Aitor Carratalá y Roberto Mohedano, creadores de la firma de calzado deportivo Timpers, iniciaron una empresa desde su afición al futbol, y superando el hándicap adicional de sus discapacidades, o el caso de Gabriel Esteban, David Riudor y Carlos Rodriguez Guillen, creadores de la Fintech social GOIN.” Estos casos citados son tan solo un reducido elenco de por fortuna, una cada vez mayor lista de jóvenes emprendedores, que son capaces de llevar a cabo sus proyectos empresariales con éxito, y todos ellos con un componente común como es la capacidad de los mismos de generar un impacto social positivo.

Razones para emprender

Ilusión
67%

Independencia personal
47%

Oportunidad empresarial
44,7%

Estos jóvenes emprendedores han sabido cómo superar las múltiples dificultades para llevar a buen término sus proyectos, animados en la posibilidad de mejorar el planeta o la sociedad con ellos, gracias también a que muchos de estos proyectos se basaban fundamentalmente en un conocimiento o proceso que no precisaba para llevarlo a cabo de una gran inversión de capital, con lo que ya superaban lo que se considera la mayor dificultad para emprender de los jóvenes, que es su falta de capital.

Sin embargo, todos estos jóvenes tienen una alta competencia social que les ha hecho entender perfectamente qué necesidades tiene la nueva sociedad, una sociedad cada vez más digital y con un creciente compromiso social y medioambiental; por otro lado, esta competencia social les ha facilitado establecer y mantener relaciones con otras personas, algo fundamental para un emprendedor, quien tiene que relacionarse con otros colaboradores, clientes, proveedores, inversores, trabajadores, etc.

También estos jóvenes han considerado que nunca es muy pronto para poner tu primer negocio y, previamente, llevaron anteriormente otras iniciativas que les ayudaron posteriormente a los casos de éxito por los que han sido aquí citados.

La vida de un emprendedor suele estar llena de desafíos y frustraciones, sin embargo, ya te hemos citado un pequeño elenco de emprendedores capaces de superar dichos desafíos. Aunque hay muchísimos más emprendedores de los aquí citados, seguro que tú si te paras a pensar un momento eres capaz de identificar algún otro emprendedor en tu entorno, que nos demuestran que nada es imposible.

En esta guía partiremos desde la idea de negocio, cómo surgen las ideas y cómo se transforman las mismas en proyectos empresariales viables, siendo empáticos y capaces de ponernos en el rol de los usuarios de nuestra empresa. Hay un capítulo sobre lo que nos ayudará a identificar cuáles son las necesidades de financiación que tendremos que considerar para llevar a cabo nuestro proyecto, cuáles son las mejores opciones y cómo podemos conseguir obtener esta financiación. El cuarto capítulo trata sobre cuáles son las obligaciones y trámites que tiene que llevar a cabo un emprendedor para convertirse en empresario. El capítulo sobre el emprendedor con socios ofrece cuáles son las posibilidades para llevar a cabo un proyecto empresarial colectivo con diversos tipos de socios que se integren en el mismo, donde se tratará los diversos roles que pueden asumir en el proyecto los socios y qué tipo de sociedad interesa crear en función de los roles a asumir por los socios. Dado que como ya se ha indicado la sociedad actual es cada vez más digital en su forma de relacionarse o consumir, la forma en la que las nuevas empresas ofrezcan o presten sus productos y/o servicios debe ser por tanto también más digital, así las nuevas empresas deben tener en el centro de sus procesos las nuevas tecnologías, habiendo un capítulo centrado en los nuevos procesos digitales y las nuevas formas de comunicación de la empresa tanto en su ámbito interno, como en su ámbito externo y muy especialmente con sus clientes y usuarios. Y como sabemos que, lo que ya han hecho otros emprendedores y cómo lo han hecho, puede ser muy inspirador para vosotros, hay un capítulo dedicado a casos de éxito de empresas usuarias de los servicios de Andalucía Emprende llevadas a cabo por jóvenes emprendedores andaluces.

02. Tipos de Emprendimiento

Hay tantos tipos de emprendimiento como emprendedores o como usuarios de los servicios/productos de las empresas, pero a efectos de analizar qué tipos de emprendimientos son más factibles de poderse llevar a cabo por los jóvenes clasificamos los emprendimientos en cuatro tipos:

01

Emprendimiento de pequeños negocios

En este tipo de proyectos el dueño suele coincidir con el rol de gerente, y suele apoyarse con la propia familia o entorno local. Suelen ser proyectos de autoempleo, para generar ingresos que solvente las necesidades personales del emprendedor y su financiación habitual suele ser la propia conseguida con ahorros previos, préstamos de familiares o amigos y préstamos bancarios.
Ejemplos de este tipo de pequeñas empresas son: peluquerías, tiendas de comestibles, consultores, instaladores, bares, etc.

02

Emprendimiento de un negocio escalable

También conocido como startups, se caracterizan por ofrecer ideas innovadoras y tras el desarrollo de los prototipos iniciales y primeras verificaciones de que dicha innovación se adapta a una necesidad con un mercado potencial, buscan inversores, que les puedan facilitar el capital necesario para impulsar el proyecto en otros mercados. Existen cada vez más lo que se conocen como aceleradoras de startups, donde los emprendedores participan de programas ofrecidos por éstas , donde son asesorados y formados, para perfeccionar sus negocios, y resultar más atractivos para conseguir inversores.
Ejemplos de este tipo de negocios escalables son: Facebook, Netflix, o las españolas Cabify, Glovo, Smartick, etc.

03

Emprendimiento de grandes empresas

Las grandes empresas son aquellas que llevan a cabo la prestación de productos o servicios, pero que para llevar a cabo su actividad disponen de numerosos recursos propios, que no resultan accesibles para la mayoría del resto de las empresas. No obstante, aún partiendo de la ventaja de que disponen de grandes recursos igualmente precisan innovar para poder competir con el resto de empresas que operan en los mercados.
Ejemplos de grandes empresas: Microsoft, Apple, Unilever, Nestlé, Volkswagen o Grupo ACS.

04

Emprendimiento social

Los emprendimientos sociales, están orientados a crear productos o servicios que se ponen de manifiesto, por los cambios sociales que se producen tanto en un ámbito local como mundial, buscado la sostenibilidad del planeta, por lo que se centra en generar mejoras tanto desde un aspecto medioambiental como social. Y suelen centrarse más en generar un impacto social positivo que en una rentabilidad financiera elevada, aunque como cualquier empresa, también precisan de dicha rentabilidad financiera.

Ejemplos de emprendimientos sociales son: Apps for Good, Auara, WaterHealth, Change.org, Bridge for Billions, La Exclusiva.

Dentro de estos cuatro tipos de emprendimiento, los jóvenes tienen oportunidades en todos ellos, los primeros suelen ser los más comunes y que presentan menos complicaciones para acometer, y quizás los terceros parecen menos accesibles para los jóvenes, pero también presentan buenas oportunidades para los jóvenes, por la necesidad de innovación que tienen estas empresas y que muchas veces subcontratan con pequeñas empresas.

Pero sin duda es dentro de la categoría 2 y 4, donde los jóvenes andaluces tienen mayor potencial de emprendimiento, tanto por la puesta en valor del gran conocimiento adquirido por los jóvenes, como por la especial sensibilidad social que suelen tener estos.

Consejos a los jóvenes emprendedores.

Emprende en aquello que te apasione, como ya hemos citado el emprendimiento suele estar lleno de obstáculos, y la mejor manera de solventar estos, es que el proyecto que estés acometiendo te apasione, para ello que mejor que tu proyecto esté relacionado con tus intereses personales, de esta manera siempre estarás motivado a sacar adelante tu negocio y podrás aprovechar tus conocimientos y experiencias sobre dicha área, lo que te sitúa en una situación de ventaja, frente a otros posibles competidores.

Calcula cuales serán tus necesidades de financiación, muchos de los proyectos emprendedores, fracasaron por no prever de forma adecuada que necesidad de financiación sería necesaria, y en qué momento precisaríamos de ella. Por ello y aun cuando actualmente hay muchas vías de financiación para los proyectos empresariales, estas deben estar planificadas.

Ponte en el lugar de tu cliente e intenta conocerlo lo más posible, no podemos olvidar que un proyecto empresarial, tendrá éxito si es capaz de satisfacer la necesidad de nuestros clientes, y no si lo creamos en función de lo que prefiere el emprendedor, por ello intenta ser lo más empático posible con tus clientes, y estudia tu mercado y comportamiento del mismo.

Se cauto, pero no le tengas miedo al fracaso, en muchas ocasiones el éxito viene precedido de fracasos previos, intenta aprender de todo lo que hagas y no olvides que eres joven y que se te presentaran otras oportunidades en el futuro.

Intenta que tu objetivo sea compartido con tu equipo, emprender es una aventura de gran envergadura que la mayoría de los casos no puede ser acometida en solitario, casi siempre precisaremos contar con un equipo para poder llevarlo a cabo, y para que el proyecto pueda llegar a buen fin, el objetivo debe ser compartido por todos y complementarse en sus funciones dentro del proyecto, por ello se debe contar dentro del equipo con los conocimientos técnicos pertinentes y las habilidades necesarias para trabajar en equipo.

Ten confianza en ti, sabemos que ser el líder de una empresa emergente no es tarea fácil, por lo que habrá momentos de grandes dudas, lo que se conoce popularmente como la travesía por el desierto, es en esos momentos cuando debes sentirte seguro de lo que estás haciendo y formarte y prepararte para afrontar dichos retos e incrementar tu autoconfianza en el trabajo.

Tengo una idea de negocio, ¿cómo la convierto en un proyecto viable y sostenible?

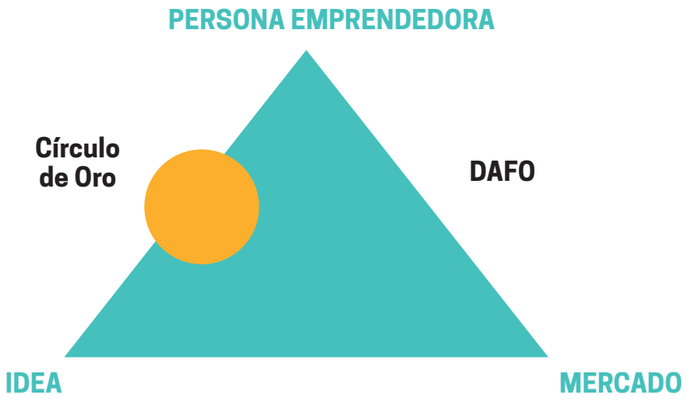
01. Triángulo del emprendimiento
02. Fases del emprendimiento
03. Aterriza tu idea
04. Construye el modelo de negocio utilizando el método del lienzo.
05. Lean startup, más que un método

02

01. Triángulo del emprendimiento

¿Cómo es emprender hoy en día?

Es necesario conocer cómo es el proceso de emprendimiento en la actualidad, cuáles son los elementos básicos para poner en marcha una idea de negocio y acercarnos al uso de herramientas ágiles de validación. Hablar de emprendimiento supone hablar sobre tres vértices de un mismo triángulo: persona, idea y mercado.



¿Qué decir de la persona emprendedora?
¿Cómo crees que son las personas emprendedoras?
¿Alguna especie de superhéroe o superheroína?
¿Alguien con algún gen especial?

Una persona emprendedora es una persona que decide poner en marcha un proyecto o empresa y con una idea clara: No pierden nada intentándolo. Vale la pena intentarlo.

Una persona emprendedora es quien decide tomar un papel activo y buscar una solución a una necesidad o problema del cliente. Es quien decide ser capitán de su destino. Ser actor o actriz principal en su vida profesional, creando un proyecto empresarial para dar respuesta a una necesidad.

De la persona emprendedora se requiere: Perder el miedo a equivocarse, rigor en el trabajo, constancia en el aprendizaje y entrenamiento.

Ya tenemos las claves de una persona emprendedora y ahora hay que partir de una **IDEA de empresa** suficiente, es decir, un hilo del que tirar y tomar contacto con el mercado desde el principio, porque sabemos que no hay negocio sin clientes. Así que, antes de poner un euro en marcha, comprobamos que tenemos clientes antes de la primera inversión. Controlamos los riesgos y emprendemos poco a poco y con el menor dinero posible.

La idea puede surgir de una necesidad o un problema que identifiques que es importante para el cliente y busques la forma de darle respuesta a través de tu idea de negocio.

Puedes empezar a cuestionarte el por qué de tu idea. “las personas no compran lo que haces sino por qué lo haces” Simon Sinek.

Tu modelo de negocio tiene que sustentarse en tu propósito, en el por qué. Podrás modificar, pivotar o iterar sobre la estrategia planteada, pero tu porqué será lo que te recuerden. Reflexiona sobre esto antes de poner en marcha tu proyecto.

Te proponemos para ello una herramienta denominada **El Círculo de Oro**, de Simon Sinek para definir el propósito de tu proyecto, que además te va a servir para comunicar a tus clientes y usuarios.

Herramienta: Círculo de oro. Definir:

1. **¿Por qué desarrollas estos productos o servicios? ¿Cuál es tu visión, o propósito al hacerlo, tu pasión, tu creencia?**
2. **¿Cómo haces posible que estos productos o servicios sean únicos? ¿Cuál es tu propuesta de valor?**
3. **¿Qué productos o servicios desarrollas?**

Para crear una oportunidad de negocio tenemos que conocer el entorno y la competencia y conocer los insights de nuestros potenciales clientes, llevando a cabo una serie de actividades de observación y comprensión. Te proponemos realizar el análisis DAFO que te ayudará a ordenar las acciones que deberás realizar para aprovechar las oportunidades, hacer frente a las amenazas, reforzar las fortalezas y tener cuidado con las debilidades.

Herramienta: Análisis Dafo

- Piensa en todas las amenazas y oportunidades que has detectado en el entorno y sitúalas en el cuadrante de la plantilla.
- Piensa en las fortalezas que tiene tu proyecto para hacer frente a esas amenazas y aprovechar esas oportunidades.
- Considera qué debilidades tiene tu proyecto, qué aspectos deberías potenciar para poder seguir siendo competitivo.

02. Fases del emprendimiento

Todo proyecto de empresa pasa por distintas fases:

FASE DE IDEACIÓN	**Segmentación cliente**	**Mapa de empatía. Propuesta de Valor**	**Primer canvas**
FASE DE VALIDACIÓN (salida al mercado)	**Entrevista de clientes. Comunicación**	**Mi primer prototipo**	**Pivotar**
CONSTRUYENDO	**Enfoque Lean**	**Arranque de proyecto**	

Te contamos cuales son estas fases brevemente:

1. Fase de ideación:
Esta fase es en la que piensas sobre tu proyecto, esto es qué quieres hacer y cómo vas a ganar dinero haciendo lo que quieres hacer. Realizamos un **primer aterrizaje de la IDEA** que significa hacer la primera confrontación con el mercado. Más adelante te ofrecemos herramientas para este trabajo.

2. Fase de validación:
Una vez que tienes el primer planteamiento de tu negocio (primer Modelo de Negocio), hemos de testar con el mercado para validar. Así iniciamos un trabajo de ida y vuelta, del papel a la calle, que te va a permitir poner en marcha el negocio con los riesgos medidos.

3. Fase de construcción del proyecto:
En esta fase acabaremos por construir un mecanismo sostenible y duradero en el tiempo que genere valor. Esto es, ni más ni menos, que construir una empresa. Aquí entraremos de lleno en la metodología Lean Start-up.

03. Aterriza tu idea

Tira del hilo de la idea. Comprueba que puede convertirse en negocio. Para iniciar tu emprendimiento debes comenzar por plantearte una serie de cuestiones sobre la idea que quieres poner en marcha, y que son las que aparecen en el siguiente cuadro.

Te proponemos que completes tu primer esquema de tu modelo de negocio, siguiendo el orden que aparece en la siguiente plantilla:

Aquí te proponemos anotar el primer esquema de tu modelo de negocio:

Tu idea de negocio
Describe tu idea con no más de 50 palabras

Clientes
Quienes van a ser tus clientes en tu MdN

¿Qué resuelves?
Describe el problema/necesidad/deseo que resuelves a estos clientes

¿Qué vendes?
Describe tus productos/servicios y cómo aportas valor para lo anterior

¿Cómo monetizas tu idea?
Describe porqué y cómo van a pagar los clientes y el cuanto si ya lo has pensado

04. Construye el modelo de negocio utilizando el método del lienzo.

En muchos casos, la persona emprendedora tiene una idea potencialmente válida, pero fracasa en la formulación de la empresa, o de otra manera, no consigue convertir la idea en un mecanismo sostenible de creación de valor. Para ayudarnos en este cometido utilizamos el lienzo CANVAS que va a ser la herramienta central de esta guía a partir de ahora.

Y... ¿Qué es un modelo de negocio?

Es la descripción de cómo compite una empresa en el mercado de una forma muy sencilla: qué hace la empresa y cómo gana dinero haciendo lo que hace.

Podemos definir el Modelo de Negocio de una empresa o un proyecto de empresa como: la lógica de cómo la organización creará, entregará y capturará valor. Para ello introducimos dos cuestiones:

• ¿Cuál es la historia de la empresa?

• ¿Cómo la empresa gana dinero a partir de la historia?

A partir de estas preguntas podemos bajar a un nivel mayor de detalle y plantear las siguientes preguntas:

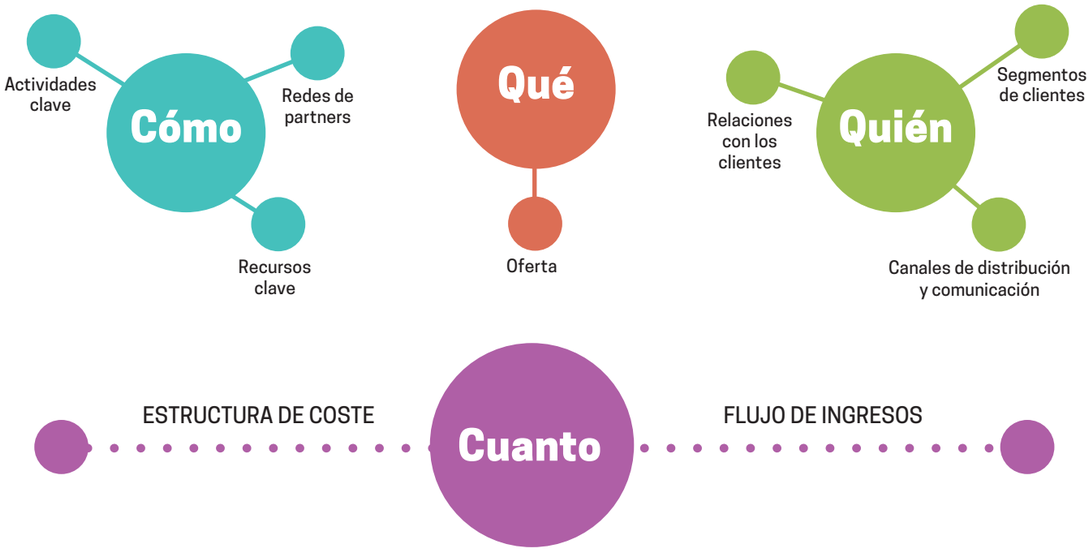
• ¿A quién servimos? Quiénes son nuestros clientes potenciales.

• ¿Qué ofrecemos? Cuál es nuestra oferta, nuestra propuesta de valor.

• ¿Cómo lo hacemos? Cuáles son las actividades, los recursos y la cadena de valor de nuestras operaciones.

• ¿Cómo ganamos dinero? Cómo estimar nuestros ingresos, nuestros costes y la generación de beneficios.

Te proponemos responder a estas preguntas desde el planteamiento del método Canvas o método del Lienzo, colocando las respuestas en la siguiente disposición:



Además hay dos cuestiones de carácter general que tienen interés a la hora de evaluar el Modelo de Negocio:

**• ¿Por qué es distinto? y ¿Qué ventajas aporta a nuestros clientes?
Cuál es la diferenciación respecto de la competencia.**

• ¿Cuáles son los elementos clave para que nuestro modelo funcione en el mercado?

Así, tenemos un marco que está constituido por cuatro elementos (Quién, Qué, Cómo, Cuanto).

Hagamos una descripción un poco más rigurosa de los mismos: Un Modelo de Negocio consta de:

• Un primer elemento, la oferta (qué), es decir la proposición de valor que hemos creado y distribuimos.

• Los clientes (quién), lo constituye el conjunto de actividades que realizamos para vender nuestros productos.

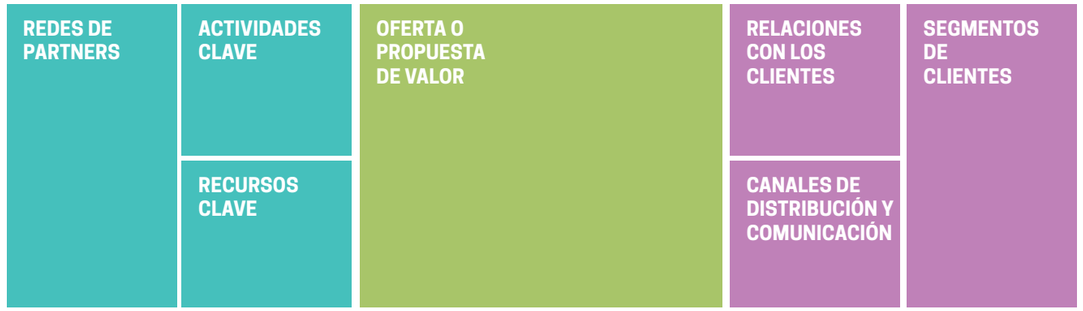
• La infraestructura, o conjunto de actividades que desarrollamos para producir y entregar nuestros productos.

• Por último, el conjunto de las finanzas que, a partir de las fuentes de ingresos y de la estructura de costes del modelo, ayuda a entender la lógica económico-financiera o motor de rentabilidad de nuestro modelo de negocio.

Te proponemos, un ejemplo de una forma nueva de ver el modelo de negocio de una empresa:

El esquema del teatro.

Una empresa o idea de negocio puede ser contada
como una producción de teatro:
La ilustración que se presenta muestra un esquema de la misma:



En primer lugar, a toda empresa le hace falta una obra de teatro, la propuesta de valor, (el qué) y debe ser una obra que atraiga al público (el quién) en realidad para que se produzca esta atracción, para ser más eficaz, conviene seleccionar un público concreto: joven, moderno, clásico, culto, etc. y poner una política de precios adaptada (adaptada al cliente).

Es posible que haya diferentes tipos de públicos, los que ocupan el patio de butacas, los de los palcos centrales y laterales, y por último los del gallinero, todos ellos deben ser considerados.

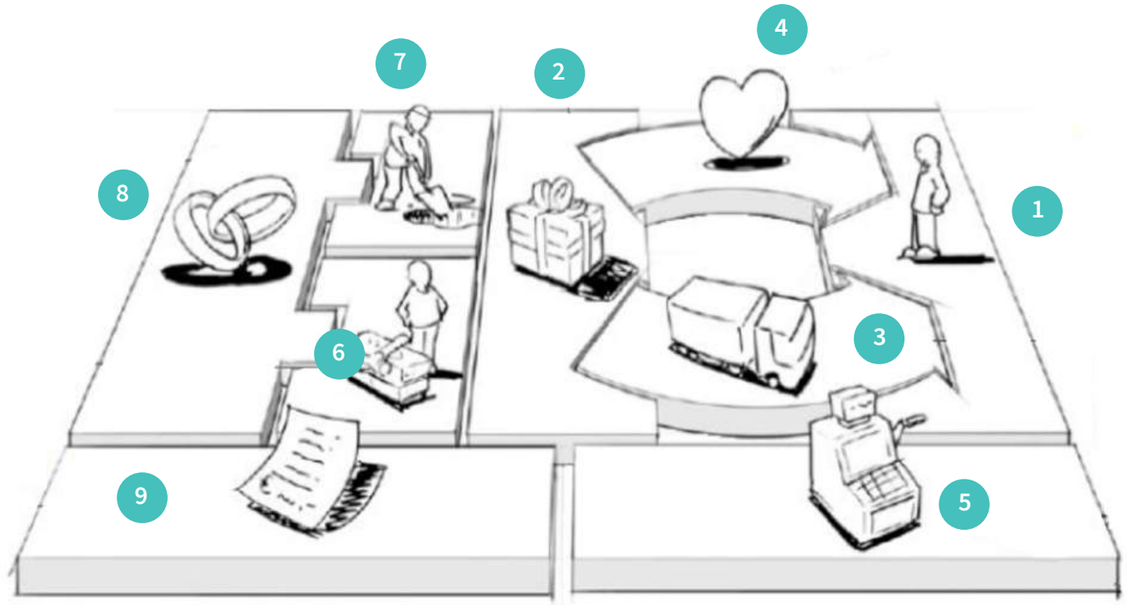
Estos son los segmentos de clientes, a cada uno de los cuales tendremos que comunicarles la obra de manera diferente, y cada uno de ellos comprará la entrada por vías alternativas.

Para representar la obra necesitamos una infraestructura (el cómo) más o menos compleja: Un escenario, un telón, un foso para la orquesta, luces y sistemas de sonido, etc. también necesitamos actores, directores, tramoyistas, maquilladores, técnicos de sonido e iluminación, etc.

También necesitamos conocimiento: Guiones, dirección de actores, saber cantar, saber actuar, etc.

Por último, es posible que requiramos de otros negocios que nos ayuden a levantar el telón, como una agencia de transporte, operadores que compren grupos de entradas o representantes de actores o entidades de patrocinio y financiación, esto es la sala de máquinas, sin ello no se podría levantar el telón de la obra.

Te presentamos una representación de los 9 bloques del lienzo Canvas que representan un modelo de negocio:



1. Segmentos de clientes:
Uno o varios segmentos de clientes.

2. Propuesta de valor:
Trata de resolver problemas de los clientes y satisfacer las necesidades del cliente con propuestas de valor.

3. Canales de distribución y comunicaciones:
Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta.

4. Relación con el cliente:
Se establecen y mantienen con cada segmento de clientes.

5. Flujos de ingreso:
Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas cos éxito a los clientes.

6. Recursos clave:
Son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos descritos anteriormente.

7. Actividades clave:
Mediante la realización de una serie de actividades fundamentales.

8. Red de partners:
Algna actividades se externalizan y algunos recursos se adquieren fuera de la empresa.

9. Estrucura de costes:
Los elementos del modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos.

Te proponemos completar los bloques del Canvas en el siguiente orden:

01
Los segmentos de clientes a los que se dirige la empresa o a los que se plantea atacar el emprendedor.

02
La propuesta de valor o la oferta, que cuenta qué hace la empresa.

03
Los canales de distribución o la manera en la que la propuesta de valor llega a los clientes.

04
Las relaciones con los clientes, esto es cómo la empresa comparte información con sus clientes.

05
Los flujos de ingresos: Cuánto obtenemos por nuestra actividad.

06
Los recursos clave: Qué bienes tangibles son necesarios para que se produzca la propuesta de valor.

07
Las actividades claves: Qué conocimiento necesitamos para que se produzca la propuesta de valor.

08
Los socios claves: Quién o quienes nos ayudan o nos pueden ayudar para desarrollar nuestra actividad.

09
La estructura de costes: Cuánto cuesta producir y llevar nuestros productos o servicios a los clientes.

Haciendo un repaso, la persona emprendedora se ha familiarizado con el problema del emprendimiento y con la herramienta de los modelos de negocio.

En este apartado vamos a avanzar sobre el modelo de negocio para tener mayor autonomía.

05. Mira tu idea de negocio desde la perspectiva del cliente

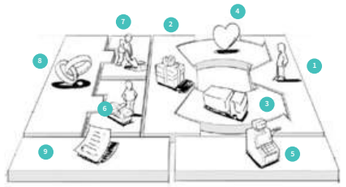
El objetivo es desarrollar la idea de la empresa desde el punto de vista de los clientes. Los clientes son el juez del negocio, y en el proceso de emprendimiento debemos tener este principio presente desde el primer momento, en lugar de construir el negocio centrados en el producto o servicio como ocurre en algunas ocasiones.

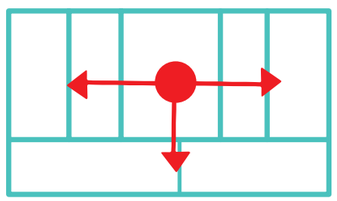
“El cliente es el juez. Todo de que decimos vale si se consiguen ventas.”
Raul Peralta.

Vamos a introducir en este punto un concepto nuevo que es importante y denominamos **La línea de Valor del Negocio.**

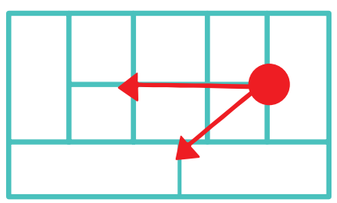
La metodología para construirla estriba en la utilización conjunta de estas tres metodologías en el concepto de “línea de valor del negocio”, que se muestra en el grafico siguiente, enlaza las percepciones del cliente (Mapa de empatía) con la oferta de la empresa (Propuesta de valor) y finalmente su Modelo de Negocio (CANVAS).

Trazabilidad desde el cliente hasta el modelo de negocio





Negocio centrado en la oferta



Negocio centrado en las necesidades del cliente

Y su objetivo es capacitar a las personas emprendedoras en el proceso de cambio de la perspectiva de la visión del negocio muy centrada en el producto/servicio hacia una visión centrada en el cliente.

Para construir la **Línea de Valor de un Negocio** utilizaremos tres plantillas relacionadas que describen cómo compite una empresa.

Estas tres plantillas son:

1. El Mapa de Empatía, que identifica y describe al cliente. Esto es conocer al cliente.

2. La plantilla de Diseño de la Propuesta de Valor, que encaja nuestro producto o servicio en las preferencias del cliente.

3. El Modelo de Negocio que describe a partir del cliente y producto, el resto de los elementos de cómo compite la empresa.

Las plantillas se ordenan de derecha a izquierda, cómo la escritura árabe o la judía de acuerdo al siguiente esquema.

Esta **Línea de Valor del Negocio** facilita la construcción del Modelo de Negocio, pues en la misma línea visual los participantes pueden ver una descripción del cliente, sus requerimientos, el encaje del producto o servicio a los citados requerimientos y consecuencia de ello el Modelo de Negocio resultante

De alguna manera la **Línea de Valor del Negocio** facilita la comprensión y la construcción del Canvas, al pautar el proceso desde el cliente al negocio.

Para construir tu modelo de Negocio **desde el punto de vista de los clientes o desde la perspectiva del cliente,** te proponemos las siguientes **técnicas concretas:**

1. Identificación de clientes. Segmentación
Quiénes son nuestros clientes potenciales. Una definición concreta.

2. El mapa de empatía de clientes.
Cuáles son las percepciones de nuestros clientes potenciales.

3. Lienzo de Diseño de la Propuesta de Valor.
Ajuste producto-mercado o problema-solución.

4. El Modelo de Negocio.
Partiendo de los 2 bloques ya definidos (Segmentos de Clientes y Propuesta de Valor) se construyen los 7 bloques restantes sobre la base de conocimiento del cliente que ahora tenemos.

5. La interacción con el mercado real: Entrevistas y experimentos.
Cómo es el mercado sobre el que vamos a interactuar.

Primera Técnica.
Identificación de los segmentos de clientes/mercado a los que nos dirigimos.

Esta técnica trata de hacer explícitos los grupos diferentes de clientes potenciales a los que nos dirigimos con la idea de negocio.

Te proponemos seguir el siguiente proceso en la identificación:

1. Formalización de la idea empresarial. Se procederá a definir y consensuar las principales características de la idea que se pretende poner en marcha.
(Por ejemplo: imaginemos que somos unos emprendedores que acabamos de inventar el tejido reflectante y pensamos que sería una buena idea diseñar, fabricar y vender chaquetas reflectantes para ayudar a evitar accidentes que se producen por falta de visibilidad de personas en diferentes circunstancias).

2. Determinación y formalización de las soluciones que ofrece la idea. Estas soluciones se glosarán en un listado de trabajo.
(Por ejemplo: una chaqueta fluorescente puede servir para evitar atropellos si circulamos por la carretera, para ser vistos de lejos por personas necesitadas de ayuda en un espacio con múltiples personas o para que las señalizaciones de una persona sean vistas sin confusión).

3. El siguiente paso es identificar para cada una de las soluciones, perfiles de clientes interesados potenciales.

Para el ejemplo que nos ocupa este sería un posible listado:

1. Deportistas
2. Excursionistas
3. Trabajadores de emergencias sanitarias
4. Trabajadores de obras públicas
5. Policía
6. Bomberos
7. Policía Local
8. Guardia civil
9. Trabajadores de aeropuertos
10. Otros

Esta lista de clientes es la primera segmentación de clientes; y una base de trabajo sobre la cual ha de desarrollarse las siguientes actuaciones.

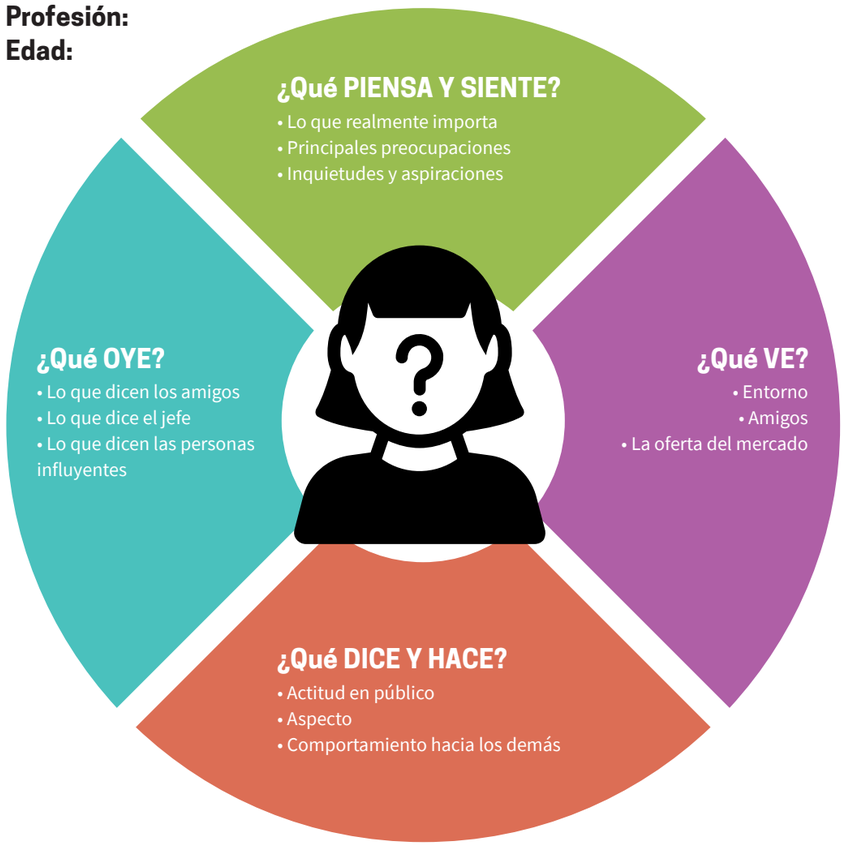
Para lograr una segmentación efectiva de los clientes potenciales se debe trabajar en la agrupación de clientes sobre criterios de “necesidad que se satisface” o “beneficio que se entrega”. Y priorizar los segmentos de clientes a los que te vas a dirigir.

Segunda Técnica.
Mapa de la empatía.

Segunda técnica, engarza con el resultado de la primera, es el **Mapa de Empatía de clientes.**

Tras identificar nuestro segmento de clientes, le ponemos rostro y definimos las características del cliente tipo. A continuación, este cliente tipo va respondiendo a las preguntas de las seis cajas del Mapa de Empatía. Se trata de ponernos en la piel de nuestro cliente y dejarlo que hable. Nunca debemos hablar por él.

Nombre:
Profesión:
Edad:



ESFUERZOS
- Miedo
- Frustaciones
- Obstáculos

RESULTADOS
- Deseos / Necesidades
- Medida del éxito
- Obstáculos

Veamos cómo ir analizando cada bloque:

1. ¿Qué ve nuestro cliente? Describe lo que el cliente ve en su entorno: en la gente que lo rodea y en las ofertas del mercado que atiende y de la competencia. Y qué problemas tiene que resolver en su día a día.

2. ¿Qué escucha? Determinar que oye el cliente en su entorno. Qué dicen sus amigos, qué dice su jefe y que dicen las personas que influyen sobre él. Describe cómo el entorno influye en el cliente.

3. ¿Qué piensa y siente? Determinar que piensa y siente el cliente. Qué es lo que realmente le importa, sus principales preocupaciones y las inquietudes y aspiraciones que tiene. Imagina qué pasa por la cabeza del cliente, y sus emociones.

4. ¿Qué dice y hace? Describe qué dice y que hace el cliente potencial. Cómo es su actitud en público, su aspecto y su comportamiento hacia los demás. Imagina qué puede decir el cliente y cómo se comporta.

5. ¿A qué desafíos se enfrenta? Temores y Miedos. En este bloque es necesario identificar sus esfuerzos, sus miedos, frustraciones y obstáculos.

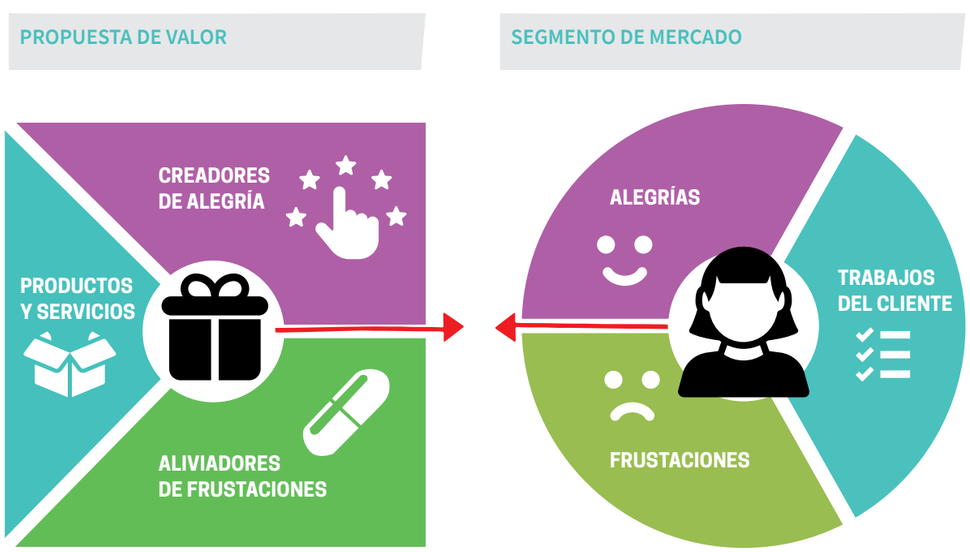
6. Aspiraciones y Deseos. Por último tendremos que imaginar sus deseos y necesidades, cómo mide el éxito y qué obstáculos ha de superar. Identifica los aspectos que reportan beneficio para el cliente, lo que espera obtener, lo que lo hace feliz.
Se trata de llegar a conocer a nuestro cliente, pero todavía sin pensar en el producto o servicio que le queremos vender.

Con la información obtenida de nuestro cliente, estamos en condiciones de empezar a construir una Propuesta de Valor. Ahora sí, vamos a detenernos en el cliente desde el punto de vista de sus preferencias con respecto a lo que queremos venderle. Así avanzaremos en nuestra Propuesta de Valor desde la perspectiva del cliente. Para ello utilizamos otra herramienta: Lienzo de la propuesta de Valor.

Tercera Técnica.
Propuesta de valor.

Es la materialización de una propuesta que nos diferencie de lo que ya existe y que les ayuden a resolver sus problemas, evitando así construir cosas que los clientes no quieren. Es la definición de nuestro producto o servicio pero recogiendo esa diferencia por la que el cliente va a elegirnos. Por eso es tan importante conocer al cliente en profundidad.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



El **Lienzo de Diseño de la Propuesta de Valor** es una herramienta que ayuda a trabajar más sistemáticamente para conseguir un mejor ajuste del producto-mercado o ajuste problema-solución.

El objetivo de esta herramienta es intervenir en el diseño de una propuesta de valor sólida que coincida con las necesidades reales de los clientes.

En cada uno de estos dos grandes bloques del canvas, segmento de cliente y propuesta de valor, se trabajan y analizan tres aspectos:

En el **bloque de cliente** (el de la derecha del lienzo), se trabaja en definir:

1. Trabajos del Cliente: Se comienza por describir, los problemas que quieren resolver, o las necesidades que están tratando de satisfacer. Los requisitos mínimos que piden al producto o servicio.

2. Las ganancias o beneficios de clientes (lo que le gusta): Se reflejan los beneficios que el cliente espera, desea o se sorprendería de obtener. Esto incluye las utilidades, las conquistas sociales, las emociones positivas o el ahorro de costes.

3. Los "dolores" de clientes (lo que no le gusta): Lo que teme, lo que echa de menos, como precios, distancias, horarios y otras dificultades no resueltas.

En el **bloque de la propuesta de valor** (a la izquierda del lienzo), se trabaja en diseñar y adecuar los productos y servicios que vamos a ofrecer y cómo éstos crean valor para el cliente:

1. Potenciadores de los beneficios (Creadores de alegrías): Tenemos que plantear mejoras a los beneficios que el cliente espera obtener.

2. Calmantes para el dolor: Describe cómo nuestra propuesta alivia los dolores de los clientes, es decir, cómo elimina o reduce las emociones negativas, los costes, las situaciones no deseadas, o las experiencias de riesgo que los clientes podrían sufrir antes, durante o después de hacer el trabajo.

3. Producto o servicio a proponer: Por último, se describe cómo los productos y servicios crean beneficios al cliente. Beneficios que el cliente espera, o por los que se sorprendería, incluyendo utilidad funcional, conquistas sociales, las emociones positivas y el ahorro de costes.

Ahora con esta información obtenida, volvemos al CANVAS y la plasmamos, en sus cajas correspondientes, esto es SEGMENTO DE CLIENTES y PROPUESTA DE VALOR, y redefinimos el resto de casillas del lienzo.. Cada cambio en una caja, supone la revisión de todas. Si ahora conocemos al cliente mejor y hemos ajustado nuestra propuesta de valor, el contenido del resto del CANVAS cambia.

Cuarta Técnica.
La interacción con el mercado real.
Entrevista de clientes y experimentos

Salir del edificio

En palabras de Steve Blank: *"Get out of the building"* (salir del edificio), y hablar con los potenciales clientes, es la única forma de conocerlos y entender lo que realmente piensan, quieren y valoran.

Todo el trabajo realizado hasta ahora, tanto en la definición del Modelo de Negocio, como con las herramientas planteadas en este módulo se basa en hipótesis, lo que creemos o lo que pensamos que quieren y necesitan los clientes, pero es necesario transformar estas hipótesis en hechos, en certezas, antes de lanzarnos a crear una nueva empresa para tener unas mínimas garantías de éxito de la misma, y esto sólo podremos conseguirlo interactuando con los cliente y conociendo de primera mano sus opiniones.

Entrevista

La **entrevista a potenciales clientes** es un instrumento fundamental para validar tus hipótesis. La primera hipótesis que tendrás que validar es identificar los problemas que quieren satisfacer tus clientes. Esto es validar el **encaje cliente-problema**, es decir, validar toda la información que has obtenido de tu cliente, a través de herramientas como el Mapa de Empatía.

La entrevista también te va a servir para validar el encaje problema-solución, es decir, contrastar con tu cliente potencial toda la información que tengas de tu producto o servicio. Este tipo de entrevista se hará en un segundo momento. No es conveniente mezclar los dos tipos de entrevistas para no confundir los resultados.

¿Cuántas entrevistas tienes que realizar?Aconsejan realizar de 10 a 20 entrevistas, o bien hasta que obtengas los mismos resultados. Es decir, hasta que consigas identificar patrones de respuesta.

Te resumimos los pasos clave para realizar las entrevistas:

¿Cómo se hace una entrevista Cliente - Problema - Solución?

APERTURA	PLANTEAR ESCENARIO Y OBJETIVOS
VALIDAR PERFIL	CONFIRMAR PERFILADO DEL CLIENTE
HISTORIA	ESTABLECER CONTEXTO DEL PROBLEMA
RANKING PROBLEMAS	ENTENDER LO QUE MÁS PREOCUPA AL CLIENTE
EXPLORAR PUNTOS VISTA	COMPRENDER SU VISIÓN Y COMO RESUELVE PROBLEMAS
REACCIONES SOLUCIÓN	VALIDAR LAS REACCIONES INICIALES A LA SOLUCIÓN
ÚLTIMOS PASOS	POSIBILIDAD DE RETOMAR CONTACTO Y REFERENCIAS
DOCUMENTAR RESULTADOS	ANOTAR CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Gráfico de Javier Megías.

Experimento

Todos los emprendedores tienen, en mayor o menor medida, miedo a enfrentarse a los clientes, por inexperiencia, porque resulta incómodo, por miedo al fracaso, etc., y de forma consciente o inconsciente retrasan ese momento “hasta tenerlo todo preparado”, sin embargo, una salida temprana al mercado puede ahorrar mucho tiempo y dinero; y dará opción además a modificar la idea inicial o la estrategia adaptándola a los descubrimiento realizados, es decir “pivotar” nuestro modelo basado en las lecciones aprendidas con los clientes y las condiciones de mercado para que realmente tenga futuro.

La experimentación es una herramienta para validar las hipótesis de nuestro modelo de negocio que transforma nuestras hipótesis iniciales en hechos. En función de los resultados de cada experimento, extraemos conclusiones que nos van permitiendo validar nuestro modelo de negocio, en cada uno de sus elementos. Lo que no funciona se cambia, esto es iterar y da paso a la formulación de una nueva hipótesis, y por tanto, a un nuevo experimento que nos permita validar.

Iterar, dentro de la filosofía de Lean Startup, es repetir una y otra vez el mismo proceso, tomándolo como punto de partida en cada repetición, es decir, el resultado anterior.

En cuanto a los experimentos a realizar, distinguimos tres bloques:
Los experimentos son herramientas para validar hipótesis de tu modelo de negocio, y se construyen con una ficha que tiene tres partes:

- Construir: plasmación de la hipótesis de partida
- Medir: marcar unos valores mínimos que permitan validar la hipótesis.
- Aprender: las conclusiones obtenidas del experimento nos llevarán a validar o no la hipótesis e implementar los cambios necesarios en el modelo de negocio.

Te proponemos esta sencilla ficha de experimento para validar tu hipótesis.

Ficha Experimento **Título:** **Propietario:**

Descripción	CONSTRUIR	Resultado MEDIR
Hipótesis		Conclusiones APRENDER
Detalles		Siguiente paso

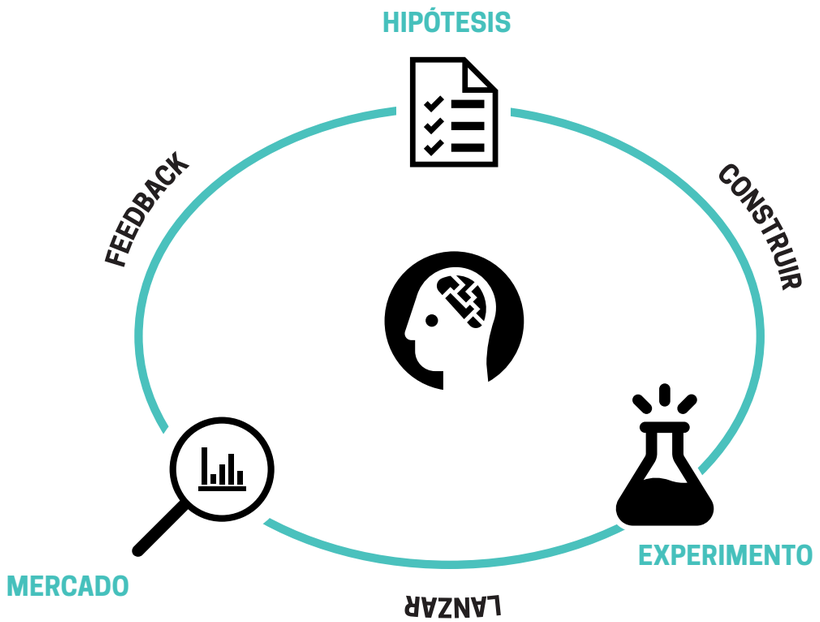
En definitiva te hemos presentado diferentes recursos y herramientas para comprobar de forma sistemática, y desde el principio las hipótesis sobre las que se fundamenta la idea de negocio. Esto reduce el nivel de incertidumbre del proyecto e incrementa las garantías de que lo que se lanza al mercado tiene valor para los clientes y están dispuestos a pagar por ello.

06. Construye el modelo de negocio utilizando el método del lienzo.

Esta metodología propone comprobar de forma sistémica, desde el principio, las hipótesis sobre las que se fundamenta la idea de negocio, lo cual reduce más rápido el nivel de incertidumbre del proyecto e incrementa las garantías de que lo que se lanza al mercado tiene valor para los clientes, y están dispuestos a pagar por ello.

El Método LEAN START-UP se basa en un **aprendizaje validado, experimentación e iteración**, estos son los tres pilares de la metodología, donde aprender del cliente es la clave (y cuanto más rápido y barato mejor).

La experimentación es la herramienta que transforma nuestras hipótesis iniciales en hechos



El proceso es el siguiente: partimos de nuestro Canvas y definimos nuestros primeros experimentos para validar las hipótesis principales, salimos al mercado con un Producto Mínimo Viable (PMV) y contrastamos qué nos funciona y qué no. En resumen, se trata de testar la propuesta de valor, lo antes posible. Lo que no nos funciona siempre se puede cambiar, esto es pivotar.

Producto Mínimo Viable (PMV)

"Es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recolectar la máxima cantidad de aprendizaje validado sobre el cliente al menor coste" ***Eric Ries.***

"Un producto con el mínimo de características necesarias para lograr un objetivo específico y que los clientes estén dispuestos a pagar de alguna forma un recurso escaso" ***Brant Cooper.***

"El producto más rápido y barato que puedas construir. Para llevarlo a los clientes rápidamente. Para que puedas Observar y Medir los resultados. Y para hacer de tus productos algo que los clientes quieran, necesiten y deseen comprar" ***Miguel Macías.***

Pivotar

Implica un cambio radical en el modelo de negocio para centrarse en una oportunidad de mercado diferente. Supone un cambio de estrategia más amplio y por lo tanto, como decíamos, es mucho más difícil de implementar.

De esta manera es el mercado el que guía nuestra estrategia y no la estrategia la que guía nuestro modelo de negocio.

Una vez cerrado el ciclo tendrás que decidir aquellos cambios que necesitas hacer a tu hipótesis para volver a empezar de nuevo.

Como resumen y para arrancar tu proyecto de acuerdo a la metodología Lean, te proponemos seguir estas claves:

10

10 Claves para arrancar:

- **Clave 1:** Sal de tu espacio de confort. Aunque tengas miedo, no pises durante un tiempo la oficina, es el momento de salir del edificio.
- **Clave 2:** El imperativo de la acción. Arrancar sí o sí. Para aprender a conseguir clientes
- **Clave 3:** Arrancar como si fuese a salir mal. Ver lo que falla y poder rectificar a tiempo. La incertidumbre de los mercados y los clientes (usuarios) determinan que, por mucha reflexión que haya habido, es muy posible que el primer plan falle.
- **Clave 4:** Prototipos vs encuestas. Puedes utilizar entrevistas, sondeos o haz un prototipo comparable
- **Clave 5:** Rápido, rápido. En el arranque debe eliminarse cualquier elemento que produzca demoras. Es importante que el proceso de aprendizaje y de consecución de clientes sea rápido. No tiene ninguna ventaja ser lento.
- **Clave 6:** Barato, barato, barato. El arranque ha de limitar los gastos al máximo, de manera que no se quemen todas las balas.
- **Clave 7:** El cliente manda. Otra vez, si. Decide qué vale y qué no. Nuestro objetivo es aprender de su comportamiento.
- **Clave 8:** Pivotar: No compra nadie, cambia cosas. Es muy importante aprender el por qué hemos fallado, esto nos permitirá entender y comprender la lógica del mercado y los clientes.
- **Clave 9:** Iteraciones. Con cada arranque fallido debemos volver a empezar, con lo aprendido, esto se considera una iteración.
- **Clave 10:** Tomas decisiones con información. Experimentamos y validamos nuestras hipótesis y a posteriori tomamos nuestras decisiones.

Financiación

01. Introducción
02. Planificación y control
03. Instrumentos financieros
04. Entidades de financiación

03

01. Introducción

Cuando inicias un proceso de desarrollo de una idea de negocio te habrás dado cuenta en seguida que empiezas a hacerte una serie de preguntas tales como:

¿Qué gastos tendré?
¿Cuánto dinero voy a necesitar para poner en marcha mi idea?
¿Cuándo voy a empezar a tener ingresos?
¿Será suficiente con el dinero que dispongo o necesitaré dinero “extra”?
¿Y si alguien me presta dinero, seré capaz de devolvérselo?

Todas estas cuestiones no son más que la traducción en números de esa planificación.

No solo hay que pensar y plasmar en un plan lo más detallado posible cómo vas a solucionar un problema de tus posibles clientes aportándoles el máximo valor que esperan para que su necesidad quede totalmente satisfecha sino que además tienes que hacerlo de manera que sea sostenible en el tiempo, es decir, que genere un margen de beneficio que te compense los costes en que vas a incurrir y hacerlo de tal forma que no te quedes sin “gasolina” para que el mecanismo de generación de valor esté siempre funcionando.

En definitiva, hay que echar cuentas. Y echarlas de forma ordenada para saber con la mayor precisión posible cuánto dinero vas a necesitar no solo para empezar, sino también para que tu idea se mantenga funcionando.

La financiación es el motor de tu empresa, es decir, el respaldo económico que te ayudará a despegar, crecer y expandirte para lograr tus objetivos a corto y a largo plazo.

Con una financiación garantizada y una orientación correcta tu empresa llegará a ser más grande, consolidada y productiva.

Las posibilidades de financiación son limitadas: tienes el dinero, te lo presta la familia o amigos, pides un préstamo al banco, consigues ayudas o buscas otros socios que inviertan en tu negocio.

Veamos qué ventajas tienes con cada una de estas alternativas:

1. Si te financias a ti mismo

- Ganas autonomía e independencia para hacer y deshacer a tu antojo
- Disfrutas de la inmediatez: eres tu propio jefe/a y tú marcas los pasos
- Tienes mayor seguridad, ya que al invertir tu propio dinero no tienes que preocuparte por el riesgo de pedir prestado a otra entidad

Esta financiación es adecuada cuando tu idea de negocio no necesita de un elevado gasto inicial y puedas permitirte ir creciendo poco a poco, sin perder competitividad, invirtiendo en la empresa los beneficios que vayas obteniendo.

Consejos útiles para lograrlo:

- No gastes en nada que no sea imprescindible.
- Procura que los gastos dependan de los ingresos.
- Reduce las inversiones, o mejor, elimínalas. Es posible. Utiliza tu imaginación: en lugar de comprar, alquila o paga por uso. Pide favores que devolverás cuando la empresa funcione.

2. Si pides prestado a un banco

A veces es conveniente endeudarse porque nos va a suponer obtener unos recursos para crecer rápidamente y ello nos puede originar una mayor rentabilidad. Además de la ventaja en términos de oportunidad para crecer (por ejemplo comprando, gracias a un préstamo, unas furgonetas de reparto que te permitirán llegar a más clientes) tendrías que analizar si esos “beneficios extra” que te proporciona la inversión que has hecho gracias a la financiación del banco cubren el coste (intereses y comisiones) de esa financiación. Si es así adelante, de lo contrario quizá convenga que busques otras fórmulas menos costosas.

Otras ventajas es la amplia gama de servicios que adicionalmente puedes obtener: domiciliación de pagos y cobros, adelanto de nóminas del personal, medios de pago, gestión de los pagos a tus proveedores, gestión de los cobros a tus clientes, etc…

La obtención de préstamos puede ser complicada para empresas en fases iniciales, sobre todo si tu idea de negocio es muy innovadora, ya que la mayoría de los bancos considerarán que es muy arriesgado prestarte dinero pues no cuentan con suficiente información acerca de tu capacidad de gestión. Y lo más probable es que te pidan que presentes avales que garanticen la devolución del dinero. Pero afortunadamente hay opciones alternativas que facilitan la financiación a emprendedores sin necesidad de que nadie te avale: microcréditos de algunas entidades financieras como Microbank o Caja Rural y también préstamos de entidades públicas como ENISA.

3. Si consigues apoyo económico de inversores privados

La principal ventaja es que tienes financiación para tu proyecto. Además, contarás con una mayor "lluvia de ideas" (tres cabezas piensan mejor que dos) para hacer crecer tu negocio.

Sin embargo, con esta opción, como ya habrás adivinado, pierdes exclusividad e independencia, ya que los inversores tienen voz y voto para controlar el buen uso de la financiación otorgada.

La entrada de socios inversores normalmente sólo es posible cuando la empresa ya tiene un modelo de negocio validado en el mercado y puede ofrecer unos resultados en términos de ventas o al menos de número de clientes que permita garantizar un crecimiento sostenido en el tiempo. Tienes que ser capaz de hacer ver, con datos, que tu negocio es escalable, es decir, que vas a poder generar un gran volumen de ingresos en los próximos años, a un ritmo creciente, sin que tengas que incurrir en elevados costes, o al menos que el ritmo de crecimiento de los costes sea muy inferior al de los ingresos. Esto es así porque los inversores privados querrán salir de tu empresa en un plazo en torno a 4-7 años obteniendo una alta rentabilidad que les compense el riesgo que han asumido.

02. Planificación y control

Es vital que, independientemente de la vía de financiación que elijas, lleves un control absoluto de los números.

Tener un flujo de caja donde claramente se vean los cobros y los pagos para poder adelantarse a tensiones de tesorería futuras. (Que tengas poco dinero en la caja de la empresa o en la cuenta del banco para poder hacer frente a pagos inmediatos).

Si lo que tienes es un problema de tesorería, no busques un socio inversor, busca financiación para llegar a fin de mes. Cada situación y cada problema requiere una solución distinta, por lo que es importantísimo planificar cuáles van a ser las entradas y salidas de dinero en la empresa para anticiparse a los posibles problemas.

Si lo tuyo es programar, busca a alguien que sepa de números. Los números son las palancas principales para tomar el pulso a tu negocio en todas las áreas. Puedes delegar el marketing, las ventas, las finanzas…pero los números es algo que ningún emprendedor debe ignorar. Es como el volante del coche que conduces.

Para poder materializar tu idea, lo más difícil suele ser encontrar el capital inicial que te permita poner en marcha el proyecto. Determinar en qué vas a invertir, te va a permitir definir la cuantía de financiación necesaria, es decir para que se necesita el dinero y de donde se puede conseguir.

Las necesidades financieras de un proyecto las podemos clasificar en dos grandes bloques:

1. Financiación del circulante.

El circulante son todos aquellos bienes y derechos que se podrán disponer en el corto plazo, entendiendo como corto plazo, aquel periodo temporal inferior al año, y que por tanto se puede convertir en dinero de forma inmediata.

La más disponible es el dinero en caja o en bancos, siguiendo con las existencias que se puedan disponer y a partir de ahí las deudas de los clientes.

Las necesidades de circulante vendrán definidas por el dinero en efectivo que debemos disponer, bien en caja o bien en banco, al que accedamos de forma inmediata y la cuantía necesaria para la adquisición de las existencias mínimas para el correcto inicio de la actividad.

La primera cuestión a tener en cuenta es la cuantía de dinero que vas a necesitar para el pago de los gastos iniciales de la puesta en marcha, como pueden ser gastos de constitución, tasas y licencias, seguros, proyectos técnicos, o bien para la adquisición de existencias o el pago de inversiones en inmovilizado o activo fijo.

2. Financiación de las inversiones o inmovilizado.

Es este sentido tiene la consideración de inversión todos aquellos bienes y derechos cuyo periodo de mantenimiento es superior al año. Se pueden mencionar como partidas de inmovilizado más importantes los terrenos, las construcciones, el mobiliario, la maquinaria, equipamiento informático, desarrollo de patentes, etc.

Por tanto, las necesidades financieras del proyecto vienen dados por las necesidades económicas cuyo destino va a ser la financiación de activo circulante o la financiación de inmovilizado.

La aportación de los recursos económicos al proyecto puede ser de dos tipos:

Recursos propios, todos aquellos recursos aportados por la/s persona/s promotora/s del proyecto. Estos pueden ser dinero efectivo o aportaciones en especie, es decir cualquier otro activo (mobiliario, equipamiento informático, maquinaria, existencias, etc)

Recursos ajenos, aquellos recursos puestos a disposición del proyecto y que suponen una obligación o una deuda con terceros, es decir es la financiación recibida de otros, destacando la financiación de accionistas, la financiación proveniente de entidades financieras o la financiación de proveedores.

Se puede decir que el efectivo para acometer el proyecto no solo puede venir de las aportaciones de los socios promotores, si no de posibles accionistas, de las entidades financieras a través de múltiples fórmulas de financiación o en su caso las fórmulas de financiación alternativa. No se debe olvidar en ningún momento la financiación que se puede obtener del propio proveedor del activo y que en muchos casos el coste de la misma es muy inferior al de la financiación bancaria.

Es fundamental, por tanto, realizar un análisis adecuado del plan económico – financiero del proyecto para determinar en qué debemos invertir, es decir cuál es el destino del dinero y donde se van a buscar lo recursos.

03. Instrumentos financieros

Una vez que sabemos la inversión necesaria tenemos que buscar la financiación más adecuada. Para ello vamos a ver las distintas opciones que nos ofrece el mercado.

Préstamos

Utiliza este instrumento cuando vayas a financiar bienes que van a permanecer en la empresa un tiempo (más de un año). El préstamo es un contrato con una entidad financiera en la que te entregan una cantidad de dinero y que debes devolver en el plazo estipulado más intereses y comisiones. Normalmente la devolución se hace poco a poco, lo más habitual es mensualmente, aunque se pueden establecer otras fechas.

Línea de crédito

Es el instrumento que puedes utilizar cuando necesitas liquidez para afrontar pagos de un periodo determinado. La línea de crédito es la opción más adecuada para financiar circulante. En este caso tienes a tu disposición una cantidad de dinero durante un periodo determinado que podrás ir utilizando según vayas necesitando, pagando intereses sobre la cantidad que utilices. Cuando finalice el tiempo concertado tendrás que devolver la cantidad completa.

Leasing

Es un arrendamiento financiero sobre un bien. Es este caso, en lugar de comprar el bien que necesites se realiza un contrato por el que una empresa pone a tu disposición ese bien a cambio de una cuota mensual. Finalizado el tiempo del arrendamiento, debes decidir si quieres quedarte con el bien, pagando su valor residual (el valor que tiene ese bien en ese momento después de su uso) o no. Esta decisión de quedarse o no con el bien se conoce como opción de compra.

Renting

Es un contrato de arrendamiento que incluye el mantenimiento del bien, las reparaciones que sean necesarias, los seguros, … Al incluir más servicios suele ser más caro que el leasing.
En este caso, la filosofía no es quedarse con el bien al final del contrato, aunque siempre puedes hacerlo.

Descuento comercial, Factoring, Confirming

Son distintos instrumentos que te permitirán cobrar tus facturas antes de su vencimiento, fecha que hayas estipulado con tus clientes, o pagar antes nuestras deudas a proveedores. En todo caso supone pagar una comisión al banco o la entidad que nos anticipa el dinero.

Los métodos de financiación tradicional han dejado paso a nuevas fórmulas que, no sólo son la única opción para muchas empresas que nacen, sino que en muchos casos es la mejor opción.

Crowdfunding

Fórmula de financiación colectiva. Pequeños inversores invierten tickets pequeños (cantidad de €) a través de plataformas de internet, a cambio de una participación en la empresa.

Existen diferentes tipos de crowdfunding en función de la recompensa esperada por el inversor:

- Crowdfunding de recompensa: Muy utilizada en proyectos culturales, porque no se participa en la empresa sino en el proyecto concreto: una película, un libro, .. El beneficio para el inversor es el producto a un precio especial, antes de su lanzamiento, una mención, ….
Generalmente para llegar a desembolsar el dinero por parte de los inversores hay que llegar a un mínimo que haga posible el proyecto.

- Crowdfunding de inversión: Se aporta capital a cambio de una participación en la empresa.

- Crowdfunding de préstamos o crowdlending: Se aporta dinero en forma de préstamos que debe ser devuelto junto con sus intereses.

- Crowdfunding de donación: Aportaciones desinteresadas. Suelen ser para proyectos solidarios.

Business Angel

Son inversores, generalmente personas físicas, que invierten su dinero para ayudar a emprendedores a iniciar su proyecto. Generalmente poseen una amplia experiencia profesional por lo que además de dinero aportan experiencia y contactos.

Buscan una amplia rentabilidad y suelen estar especializados por sectores. Cuando el proyecto despega, venden sus participaciones y salen del proyecto.

Venture Capital

Formados por inversores profesionales que buscan una alta rentabilidad e invierten grandes tickets. A diferencia de los Business Angel, no ofrecen asesoramiento, sino que son exigentes en cuanto a las condiciones para invertir.
Suelen ser gestores de fondos de inversión que saben dónde quieren invertir y marcan las condiciones, pactos de socios. Están más vinculados a empresas ya consolidadas que quieren expandirse.

Requiere especial mención como posible fórmula de financiación de proyectos de emprendimiento los **incentivos y subvenciones públicas** que, a través de distintos programas y convocatorias, van a permitir acceder a la financiación de proyectos, y las hay a nivel nacional, autonómico o locales. En este caso habrá que cumplir los requisitos y condiciones que a tal efecto establezca la correspondiente normativa reguladora.

Siempre hay que consultar las líneas de incentivos que puedan existir, los conceptos por los que conceden el incentivo, cuantías, plazos y procedimiento y tener en cuenta las obligaciones que suponen el ser beneficiario.

Hay que tener en cuenta que, aunque haya subvenciones o incentivos, la cuantía incentivada no se va a recibir normalmente en el momento en que se vaya a acometer la inversión, por lo que en muchos casos habrá que tener formulas transitorias de financiación.

Hay formulas, igualmente de financiación extraordinaria de proyectos que son los premios y concursos a los que, en función del tipo de proyecto de emprendimiento y el domicilio fiscal y social, pueden aparecer en el mercado, pudiendo tener carácter local, provincial, autonómico o nacional.

Estos premios y concursos, en muchos casos, además del reconocimiento y las campañas de marketing que suponen de carácter gratuito, conllevan dotación económica.

Hay formulas, igualmente de financiación extraordinaria de proyectos que son los premios y concursos a los que, en función del tipo de proyecto de emprendimiento y el domicilio fiscal y social, pueden aparecer en el mercado, pudiendo tener carácter local, provincial, autonómico o nacional. Estos premios y concursos, en muchos casos, además del reconocimiento y las campañas de marketing que suponen de carácter gratuito, conllevan dotación económica.

4. Entidades de financiación.

Una vez que sabemos que dinero necesitamos y para qué, debemos buscar quien. El abanico de posibilidades es amplio, veamos cuales son y sus diferencias:

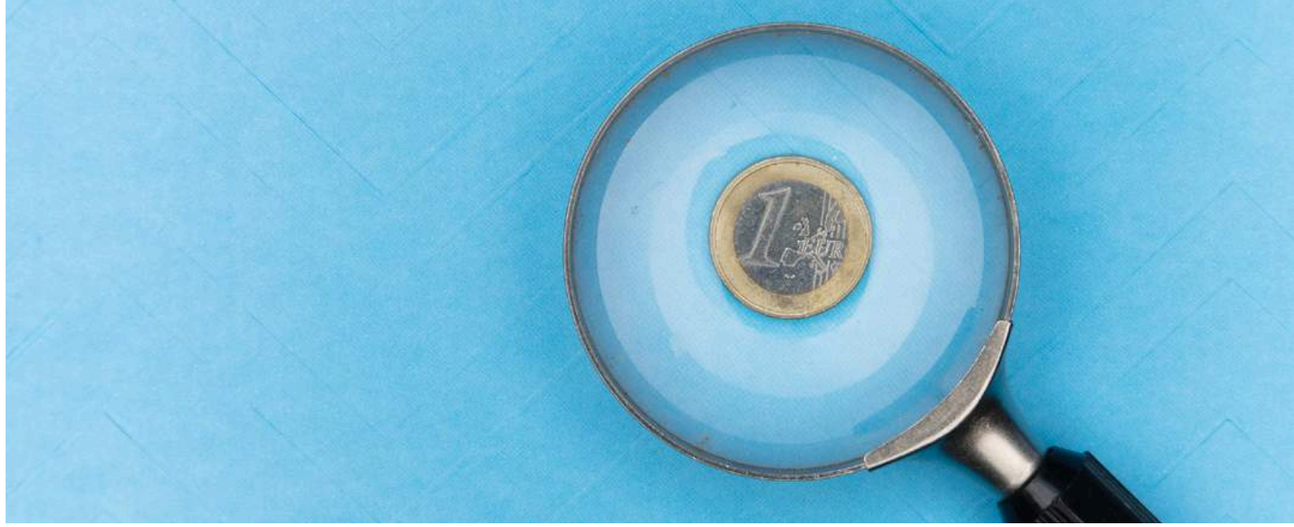
Bancos y Cajas de Ahorros:
Son establecimientos cuyos servicios tienen que ver con tomar recursos (dinero) de personas, empresas u otro tipo de organizaciones y, con estos recursos, dar créditos a aquellos que los soliciten; es decir, realizan dos actividades fundamentales: la captación y la colocación de capital.

Sociedades de Garantía Recíproca:
Entidades financieras sin ánimo de lucro cuyo objeto principal es procurar el acceso al crédito de las pequeñas y medianas empresas y mejorar, en general, sus condiciones de financiación, a través de la prestación de avales ante bancos y cajas de ahorros, entre otros.

Sociedad de Capital Riesgo:
Sociedades anónimas que invierten principalmente sus propios recursos en la financiación temporal de PYMES de nueva creación, innovadoras y con expectativas de crecimiento que no coticen en Bolsa.

Business Angels:
Son personas físicas con un amplio conocimiento de determinados sectores y con capacidad de inversión, que impulsan el desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento en sus primeras etapas de vida, aportando capital y valor añadido a la gestión.

Crowdfunding:
Modalidad de financiación colectiva a través de Internet consistente en la aportación de recursos económicos por parte de muchas personas que a cambio reciben una contraprestación.



	Quienes suelen recurrir a ellos	Clientes preferenciales	Gastos derivados de la financiación
Bancos y Cajas de Ahorros	Cualquier emprendedor, empresario o particular	PYMES, con asesoramiento y productos especializados	Comisiones y gastos de apertura, estudio, por saldo no dispuesto, etc..
Sociedades de garantía recíproca	Emprendedores, pymes y autónomos	Proyectos empresariales en sectores dinámicos, con un equipo directivo preparado y con experiencia en el sector	Comisión de aval. Cuota de participación en SGR
Sociedades de capital riesgo	Empresas en su fase inicial para financiar su consolidación.	Proyectos empresariales que se desarrollen en sectores dinámicos, con posibilidades de crecimiento	
Business Angels	Emprendedores y startups con un modelo de negocio validado	Proyectos empresariales en una fase inicial, muy innovadores y con alto potencial de crecimiento	
Crowdfunding	Emprendedores y empresas del sector creativo cultural	Depende de la plataforma	Comisión plataforma (4%-9% de lo recaudado) + coste sistema pago (PayPal, TPV virtual, etc.)

Requisitos solicitados por entidades de financiación de las pymes.

En el proceso de conceder financiación ajena a una pequeña o joven empresa intervienen tanto factores cuantitativos (que no aparezcan ficheros negativos, que no tengan pérdidas, que posean bienes, etc.) como factores cualitativos (confianza demostrada por sus socios, seguridad en la exposición, capacidad de los promotores, etc.) Por lo que es sumamente importante que en ambos casos el emprendedor presente su mejor cara.

Todos lo que quieren es la viabilidad de la empresa en ello se basan para arriesgar y conceder dinero, siempre se intenta sacar rentabilidad.

Se basan en una exhaustiva investigación, análisis de la información continuada en el tiempo, de los diferentes documentos que se aporten como memoria, cuentas de pérdidas y ganancias, balance de situación, previsiones, declaraciones, y todo lo que tenga que ver con la organización y organigrama de la empresa. Junto a la documentación de carácter empresarial también habrá que aportar información personal y patrimonial.

La entrevista personal es muy importante junto con la información que se aporte y la que recaben las entidades analizando la capacidad de pago.

Existen varios factores particulares que ayudan a fijar el nivel de riesgo en una operación financiera:

• **El plazo de vencimiento:** afecta al riesgo de manera directamente proporcional; es decir, a medida que el vencimiento está más lejos en el tiempo, el riesgo aumenta.

• **El importe:** lógicamente, es un factor de riesgo cuando el importe fijado en la operación no es proporcional a la solvencia de la empresa. Es más, cuanto mayor es el porcentaje de financiación más aumenta el riesgo, por lo que se exige al cliente que cubra una parte proporcional de la inversión con recursos propios.

• **El tipo de Operación:** El riesgo, la liquidez y la rentabilidad varían según el producto financiero.

• **El objetivo de la operación:** El uso de la financiación solicitada es otro factor de riesgo si los beneficios de la inversión no cubren la devolución de lo prestado.

• **Las garantías:** Las entidades, además de pedir a sus clientes garantías, también analizan el valor de las mismas. Toda solicitud de financiación debe ir convenientemente avalada por los solicitantes, pero resulta curioso escuchar la negativa de aportar sus propiedades como avales. Así pues, ¿cómo esperan encontrar financiación si no creen ellos mismos en su proyecto empresarial?

Los factores para conceder financiación son la confianza y la seguridad que transmita.

La capitalización de la prestación por desempleo “El Pago Único”.

Una de las formas de financiación mas empleada por los emprendedores, a la hora de poner en marcha una nueva actividad empresarial, y que se engloba dentro de la financiación con recursos propios, es la capitalización de la prestación por desempleo, lo que popularmente es conocido como el “Pago Único”.

Los emprendedores, que hayan generado previamente el derecho a cobrar la prestación por desempleo, tienen la opción de cobrar esta prestación completa o de forma parcial, para disponer de recursos propios si van a crear una nueva empresa como empresario autónomo, sociedad cooperativa, sociedad laboral o sociedad mercantil, o se incorporen como socios trabajadores a alguna de las sociedades indicadas.

Esta prestación por desempleo en su modalidad de pago único, como se ha indicado anteriormente puede solicitarse de forma integra (la cantidad total que nos quede por cobrar de la prestación por desempleo) o parcial (quedando la cantidad no solicitada pendiente de cobro en el caso de generar de nuevo el derecho a cobrar la prestación por desempleo), además puede ser solicitada para financiar las inversiones a realizar en el nuevo proyecto empresarial, o hacer una aportación al capital social de la sociedad a la que se vaya a incorporar como socio trabajador el emprendedor o bien para pagar sus nuevas cuotas a la seguridad social como trabajador autónomo o por cuenta ajena, o bien una modalidad mixta en la que puede solicitar una parte de la prestación por desempleo para financiar la inversión o aportar al capital de la sociedad y otra parte para el pago de sus cotizaciones a la seguridad social.

Los casos en los que se puede solicitar la prestación por desempleo en su modalidad de “Pago Único” son:

• Incorporarse de forma estable como socios/as trabajadores/as o de trabajo en cooperativas o en sociedades laborales ya constituidas, o constituirlas, aunque se haya mantenido un contrato laboral previo con las mismas.

• Desarrollar una actividad como personas trabajadoras autónomas. No se incluirán en este caso quienes se den de alta como trabajadores/as autónomos/as económicamente dependientes, firmando un contrato con una empresa con la que hubieran mantenido una relación contractual inmediatamente anterior a la situación legal de desempleo o que pertenezca al mismo grupo empresarial de aquella.

• Destinar el importe a realizar una aportación al capital social de una entidad mercantil de nueva creación o creada en un plazo máximo de 12 meses anteriores a la aportación, siempre y cuando se vaya a poseer el control efectivo de la sociedad (Se entiende que se ostenta el control efectivo de la Sociedad si se es titular del 50% o más del capital social. Además, se presume que este control existe, aunque cabe prueba en contrario, cuando conviva y sea pariente hasta el segundo grado de algún otro socio o de varios de ellos cuya participación conjunta en el capital social supere el 50%. También se presume si tal socio y administrador posee 1/3 del capital o incluso sólo el 25% por realizar igualmente como se ha indicado funciones de gerencia o dirección), se vaya a ejercer en la misma una actividad profesional y se produzca un alta en la Seguridad Social en el Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar.

Y los requisitos, que deben concurrir en estos emprendedores deben ser los siguientes:

• Ser persona beneficiaria de una prestación contributiva por desempleo por cese total y definitivo de una relación laboral, pendiente de recibir a fecha de solicitud del pago único, al menos tres mensualidades. Las personas beneficiarias de la prestación por cese de actividad es necesario que tengan pendiente de percibir como mínimo seis meses.
• No haber cobrado el pago único, en cualquiera de sus modalidades, en los cuatro años inmediatamente anteriores.
• Iniciar la actividad en el plazo máximo de un mes desde la resolución que conceda el pago único, y siempre en fecha posterior a la solicitud. No obstante, una vez realizada la solicitud, se puede iniciar la actividad y darse de alta en la Seguridad Social antes de la resolución del pago.
• Si se ha impugnado ante la jurisdicción social el cese de la relación laboral que ha dado lugar a la prestación por desempleo, cuya capitalización se pretende, la solicitud del pago único debe ser posterior a la resolución del procedimiento.
• Quienes en los 24 meses anteriores a la solicitud del pago único hayan compatibilizado el trabajo por cuenta propia con la prestación por desempleo de nivel contributivo, no tendrán derecho a obtener el pago único para constituirse como trabajadores o trabajadoras por cuenta propia o como personas trabajadoras autónomas socias de una sociedad mercantil.
• Si la cooperativa prevé en sus estatutos la posibilidad de que los socios o socias tengan que superar un periodo de prueba, haber superado dicho periodo. Aunque el derecho al pago único de la prestación se podrá aprobar, la persona solicitante únicamente lo percibirá cuando presente ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) el acuerdo del consejo rector de haber superado dicho periodo de prueba.

En cualquier caso junto a las solicitud de la prestación de desempleo en su modalidad de pago único, se tendrá que presentar una memoria de la nueva actividad empresarial a desarrollar por el emprendedor, así como la indicación de cual será su participación en el capital social de la sociedad, en el caso de que el solicitante vaya a incorporarse como socio a una entidad empresarial colectiva, o de la inversión prevista a realizar en el caso de que el emprendedor vaya a acometer una actividad empresarial de forma autónoma. Y la solicitud de la capitalización de la prestación por desempleo, para iniciar una nueva actividad empresarial, se puede realizar conjuntamente con la solicitud de la prestación por desempleo, o en cualquier momento en la que se esté percibiendo la misma, siempre y cuando como se ha indicado anteriormente para los beneficiarios de la prestación contributiva por desempleo, le resten al menos tres meses completos por cobrar o para los beneficiarios de la prestación por cese de actividad tengan pendiente de percibir como mínimo seis meses por cobrar.

En cualquier caso, desde tu CADE mas cercano te informaran y te ayudaran en la tramitación y documentación a presentar en la solicitud de tu prestación por desempleo en la modalidad de pago único, cuando vayas a iniciar tu actividad empresarial.

https://www.andaluciaemprende.es/CADE/

Los primeros pasos como persona autónoma

01. ¿Qué es el empresario/a individual autónomo/a?
02. ¿Qué requisitos se necesita para ser empresario/a individual autónomo/a?
03. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta antes de darme de alta como autónomo?
04. ¿Qué ventajas e inconvenientes tiene el trabajo autónomo?
05. ¿Qué tipos de trabajadores/as autónomos/as existen?
06. Trámites fundamentales para el alta como empresario/a individual autónomo/a. Pasos

04

01. ¿Qué es el empresario/a individual autónomo/a?

Persona física que realiza de forma habitual, personal y directa por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otras personas, una actividad económica o profesional a título lucrativo, contando o no con trabajadores a su cargo.

02. ¿Qué requisitos se necesita para ser empresario/a individual autónomo/a?

Con carácter general:

• Ser mayor de edad, con plena capacidad de obrar y libre disposición de sus bienes.
• En caso de ser extranjero/a, no comunitario, residir en España de manera legal, con la correspondiente autorización administrativa para ejercer la actividad por cuenta propia.

03. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta antes de darme de alta como autónomo?

1. Tipo de Actividad.
2. Limitación de la responsabilidad ante las deudas.
3. Número de personas que conforman el proyecto y su relación.
4. Costes de constitución y si hay necesidad de capital mínimo.
5. Carga fiscal.
6. Trámites administrativos y obligaciones tributarias, laborales y contables.
7. Acceso a Ayudas / Subvenciones / Financiación.

04. ¿Qué ventajas e inconvenientes tiene el trabajo autónomo?

VENTAJAS

Es la manera más rápida y sencilla porque requiere menos gestiones y trámites legales, lo que abarata los costes de constitución

No existe capital mínimo exigido para su constitución

Se mantiene el control total y la gestión de la empresa

Si los beneficios son bajos se pagan menos impuestos que en una sociedad mercantil

• En general, la gestión de las obligaciones fiscales y contables es más sencilla

INCONVENIENTES

No existe diferencia entre el patrimonio empresarial y el personal. Tienen responsabilidad Ilimitada
Nota: Actualmente existe la figura (ERL), Emprendedor de Responsabilidad Limitada, excluye de la responsabilidad la vivienda habitual, siempre que cumpla las condiciones legales establecidas

Si la persona está casada en régimen de gananciales, puede dar lugar a que su actividad empresarial alcance al patrimonio del cónyuge

Si los beneficios son altos, se tributa más que con una sociedad

05. ¿Qué tipos de trabajadores/as autónomos/as existen?

Cotizar en el mismo régimen de la Seguridad Social es el punto común entre todos ellos, pero cada tipo de autónomo/a tiene unas características propias.

1. Autónomo/a individual.

• Autónomo que realiza una actividad empresarial por cuenta propia, que puede o no tener trabajadores contratados.

• Autónomos que desarrollan una actividad profesional incluidas en el IAE. Relacionados con titulaciones académicas.

2. Autónomo/a económicamente dependiente: TRADE.

Los trabajadores/as autónomos/as económicamente dependientes (TRADE), son aquellos que facturan al menos el 75% de sus ingresos a un mismo cliente, para el cual realizan de forma habitual su actividad o prestación de servicios.

Debe formalizar con el cliente un contrato por escrito y deberá ser registrado en la oficina del Servicio Público de Empleo Estatal correspondiente.

Un TRADE, reúne las siguientes características:

• Más del 75% de sus ingresos provienen de un mismo cliente.
• No disponer de establecimiento o local abierto al público.
• Disponer de recursos propios para ejercer la actividad.
• Percibir una contraprestación económica en función del resultado de la actividad, de acuerdo con lo pactado con la empresa.
• Realizar su trabajo de manera diferenciada con los trabajadores por cuenta ajena de la empresa.
• Desarrollar la actividad bajo criterios organizativos propios, sin perjuicio de las indicaciones técnicas de carácter general que pueda recibir de la empresa.
• No tener trabajadores (a excepción de los supuestos recogidos en el artículo 11 del Estatuto del Trabajo autónomo, en el que se dan una serie de circunstancias en las que el autónomo dependiente sí podrá contratar a otro trabajador) ni subcontratar la actividad de manera parcial o total.
• Asumir el riesgo y ventura de su negocio.

3. Autónomo/a colaborador/a.

Un/a autónomo/a colaborador/a es un familiar, hasta el segundo grado por consanguinidad o afinidad, del trabajador autónomo titular que convive y trabaja con él, cuya incorporación al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) resulta obligatoria.

Para poder acogerse a la figura de autónomo/a colaborador/a, deben cumplirse unos requisitos:

• Debe ser un familiar de hasta el segundo grado por consanguinidad, afinidad o adopción.
• No puede estar trabajando por cuenta ajena.
• Convivir en el mismo hogar y ser dependiente económicamente.
• Tener al menos 18 años.
• Trabajar para el autónomo titular de forma habitual y no de forma puntual.

Trámites fundamentales para el alta como Empresario/a Individual Autónomo/a

Los primeros pasos para convertirse en autónomo/a no son complicados. Desde Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza, queremos ayudarte para que sepas qué es lo que tienes que hacer y dónde tienes que dirigirte, en 6 pasos

PASO 1
Búsqueda de financiación: capitalizar mi prestación por desempleo y/o petición de préstamos bancarios.

Sí, puedes capitalizar la prestación por desempleo en la modalidad de pago único y/o compensación de cuotas a la Seguridad Social o, por otra parte, puedes compatibilizar tu prestación por desempleo con tu alta de autónomo, teniendo que optar por una de estas dos opciones:

1. Pago único.

Puedes beneficiarte del pago único de tu prestación, si reúnes los siguientes requisitos:

• Ser persona beneficiaria de una prestación contributiva por desempleo por cese total y definitivo de una relación laboral, pendiente de recibir a fecha de solicitud del pago único al menos tres mensualidades. Las personas beneficiarias de la prestación por cese de actividad, es necesario que tengan pendiente de percibir como mínimo seis meses.

• No haber cobrado el pago único, en cualquiera de sus modalidades, en los cuatro años inmediatamente anteriores.

• Iniciar la actividad en el plazo máximo de un mes desde la fecha de notificación de la resolución, y siempre en fecha posterior a la solicitud.

• Si se ha impugnado ante la jurisdicción social el cese de la relación laboral que ha dado lugar a la prestación por desempleo, cuya capitalización se pretende, la solicitud del pago único debe ser posterior a la resolución del procedimiento.

• Quienes en los 24 meses anteriores a la solicitud del pago único hayan compatibilizado el trabajo por cuenta propia con la prestación por desempleo de nivel contributivo, no tendrán derecho a obtener el pago único para constituirse como trabajadores o trabajadoras por cuenta propia.

La prestación capitalizada podrá percibirse:

• **En modalidad de pago único:** Se puede obtener hasta el 100 % del importe de la prestación pendiente de percibir. La cuantía máxima a percibir será la cantidad que se justifique como inversión en el supuesto de las personas trabajadoras autónomas.

• **En modalidad de pagos mensuales** para subvencionar la cotización de la persona trabajadora a la Seguridad Social. En este caso deberá presentar los justificantes de cotización a la Seguridad Social del mes de inicio de la actividad.

• **En modalidad mixta,** destinando una parte de la prestación por desempleo a la inversión realizada y el resto a pagos mensuales de la cotización de la persona trabajadora a la Seguridad Social.

El plazo de solicitud de la capitalización por desempleo debe ser anterior al inicio de actividad.

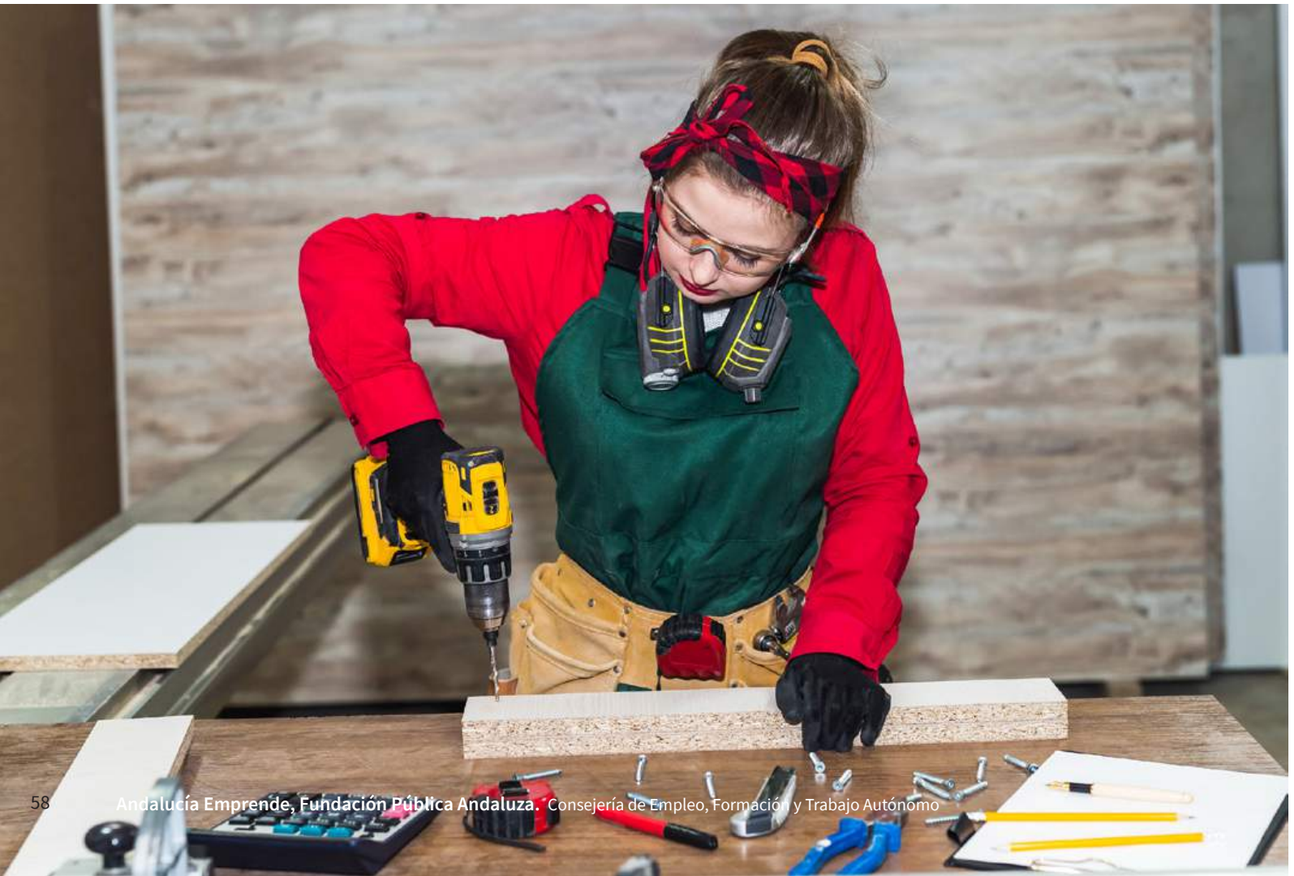
2. Compatibilización.

Cuando se está percibiendo la prestación por desempleo de nivel contributivo y se da de alta como trabajador o trabajadora por cuenta propia, se puede seguir percibiendo la prestación que le corresponda, mientras esté trabajando por cuenta propia, durante un máximo de 270 días o durante el tiempo inferior que le quede por percibir, siempre que solicite la compatibilidad en el improrrogable plazo de 15 días a contar desde la fecha de inicio de la actividad por cuenta propia.

Para más información en el enlace:
https://www.sepe.es/HomeSepe/autonomos/prestaciones-para-emprendedores-y-autonomos/capitaliza-tu-prestacion.html

3. Préstamos bancarios

Si eres emprendedor/a y necesitas inversión para iniciar tu proyecto, puedes contar con financiación ajena a través de los diferentes instrumentos bancarios existentes para esta finalidad (microcréditos, ICO, etc.).



PASO 2
Permisos licencias y/o registros para la realización de la actividad

En determinados casos, la persona trabajadora autónoma deberá realizar ciertos trámites en el Ayuntamiento del municipio donde se ubique su negocio o actividad.

1. Licencia de apertura y actividad.

La licencia de apertura es una licencia municipal obligatoria para que en un local, nave u oficina se pueda ejercer una actividad comercial, industrial o de servicios. Esta licencia municipal, acreditará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Existen dos tipos de licencias en función del grado de molestias, daños y riesgos:

• **Actividades inocuas:** aquellas que no generan molestas significativas, impacto medioambiental, daños a bienes públicos o privados ni riesgo para bienes o personas.

• **Actividades calificadas:** aquellas consideradas como molestas, insalubres, nocivas y/o peligrosas.

¿Quién puede solicitarlo?	¿Plazos?
El titular de la actividad.	Todo el año.

Qué actividades no necesitan solicitar licencia de apertura?

No es necesario solicitar una licencia de apertura en aquellos trabajos de tipo artesano, artístico o profesional que se pueden desarrollar en un domicilio particular. En estos casos se requiere que:

• No estén en relación directa con el público.
• No se comercialicen sus productos o servicios.
• No sean actividades molestas, ni insalubres para los vecinos.

Declaración responsable.

Para actividades comerciales minoristas y prestación de determinados servicios previstos en la Ordenanza Municipal, cuya superficie útil de exposición y venta al público no sea superior a 750m2, sólo será necesario una declaración responsable para la obtención de la licencia de apertura para su actividad.

¿Quién puede solicitarlo?	¿Plazos?
El titular de la actividad o su representante legal.	Todo el año.

Cambio titularidad negocio.

Para el traspaso de un negocio, sólo será necesario realizar un cambio de titularidad siempre y cuando coincida con la misma actividad a realizar.

2. Licencia de obras.

Es preciso obtener una licencia de obras (urbanística) o realizar una comunicación o una declaración responsable al Ayuntamiento para:

• Realizar obras, reformas, construcciones u otras actuaciones en un local o edificio destinado a actividades.
• Abrir nuevas oficinas, comercios y otras actividades en un local.
• Cambiar el uso de un edificio o un local para destinarlo a actividades. Por ejemplo de viviendas a oficina.
Nota: Cada Ayuntamiento se rige por su Ordenanza Municipal.

3. Otros permisos y/o registro.

El empresario/a individual autónomo, para la realización de determinadas actividades necesitará además, obtener los permisos o registros correspondientes en su caso.

Lo ideal es que los pasos 3 y 4 sean coincidentes en la misma fecha, ya que solo en este caso, cuando la fecha del alta en Agencia Tributaria y la fecha de alta en el RETA de la Seguridad Social es la misma, la persona autónoma puede optar a la tarifa plana, siempre y cuando se cumplan los requisitos para beneficiarse de la misma. Siendo preferible para esta opción, dar primero el alta en la Seguridad Social y después en la Agencia Tributaria.

PASO 3
Alta en la actividad: Agencia Tributaria

1. Declaración censal.

Como empresario/a individual, deberás inscribirte en el censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores antes del inicio de la actividad. La declaración censal es la declaración de comienzo, modificación o cese de actividad. Están obligados a presentarla todas las personas físicas y jurídicas que vayan a iniciar una actividad empresarial o profesional en el territorio español.

• Modelo 036 ó modelo 037 abreviado.
• En este momento, además, hay que elegir las opciones de tributación tanto de IRPF como de IVA, principales obligaciones fiscales del trabajador autónomo

2. Alta Impuesto de Actividades Económicas.

Es un tributo de carácter local, que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local. Es obligatoria el alta en el impuesto, pero están exentos de pago las personas físicas y las sociedades mercantiles que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000€.

• Modelo 840 ó el 848 en caso de estar obligatorio al pago.

Trámites con certificado digital en:

https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/inicio.html
O previa cita en la Delegación de Hacienda que nos corresponda según el domicilio fiscal de la empresa.

PASO 4
Alta como trabajador/a: Seguridad Social

Con carácter general el empresario/a individual que desarrolla una actividad se dará de alta en el Rǧgimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social (RETA).

Sin embargo, personas autónomas profesionales como abogados y procuradores, mǧdicos, arquitectos, ingenieros tǧcnicos y peritos, químicos o gestores administrativos, pueden elegir entre RETA o mutualidad propia. En estos casos, se paga una cuota periódica que procura una asistencia que sustituye ciertas coberturas de la Seguridad Social.

1. Obtener nº Afiliación Seguridad Social.

Este trámite se realiza en caso de que el empresario/a o cualquier trabajador/a que vaya a contratar, no posea un número de afiliación. Modelo TA1

• Copia de DNI, tarjeta de extranjero o pasaporte

• Certificado electrónico: puedes realizar la solicitud desde la Sede Electrónica de la Seguridad Social. “No obligatorio”

• Si en 45 días no hay resolución, la solicitud se entiende estimada.

2. Autónomo “alta en RETA”.

Es el régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores/as autónomos/as. Modelo TA0521

• Certificado electrónico: realización del alta a través de la sede electrónica de Seguridad Social. Carácter obligatorio.

• Las altas iniciales tendrán efecto desde el primer día del mes natural o desde la fecha de efecto de alta, a elección de la persona trabajadora autónoma.

• Plazo presentación altas RETA → En la Tesorería General de la Seguridad Social, de forma previa al inicio de la actividad → hasta 60 días naturales antes del inicio de la actividad por el autónomo.

3. Contratación de trabajadores/as.

1) Inscripción como empresario/a en la Seguridad Social para contratar a empleados/as (alta código cuenta de cotización c.c.c.), Modelo TA6

• Original o copia del documento identificativo del titular.

• Copia del Modelo 036/037 (Declaración Censal).

• Presencial o telemática en la Tesorería General de la Seguridad Social

2) Alta del trabajador/a: Modelo TA2/S

• Alta, baja o variación de datos del trabajador/a. Previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes.

• Efectos a partir del día en que se inicie la actividad.

• Presencial o telemática en la Tesorería general de la Seguridad Social

• Presentar el contrato: en un plazo de 10 días se deberá remitir una copia del contrato al SEPE para su registro.

SCAN ME

Trámites e información complementaria en:

http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Inicio

¿Dónde puedo realizar estos trámites?

La persona emprendedora, por sí misma, o a travgs de los Puntos de Atención al Emprendedor (PAE), deberá cumplimentar el Documento Único Electrónico (DUE).

http://www.paeelectronico.es/es-ES/CreaEmpresa/Paginas/PuestaMarcha.aspx

La creación de empresas por Internet (CIRCE) es un sistema que ofrece la posibilidad de realizar la creación de la figura de empresario individual (autónomo/a) por medios telemáticos. De esta forma, se evitan desplazamientos y se produce un ahorro sustancial en tiempos y costes.

El sistema, permite consultar a través de Internet y previa autenticación, el estado del expediente. Además, el emprendedor, si lo desea, podrá recibir a través de su teléfono móvil mensajes comunicándole la finalización de los trámites más significativos.

Con el envío a través de internet del Documento Único Electrónico, se inicia la tramitación telemática. A partir de este momento el sistema de tramitación telemática (STT-CIRCE) envía a cada organismo interviniente en el proceso (Hacienda y Seguridad Social), vía Internet, la parte del DUE que le corresponde para realizar el trámite de su competencia.

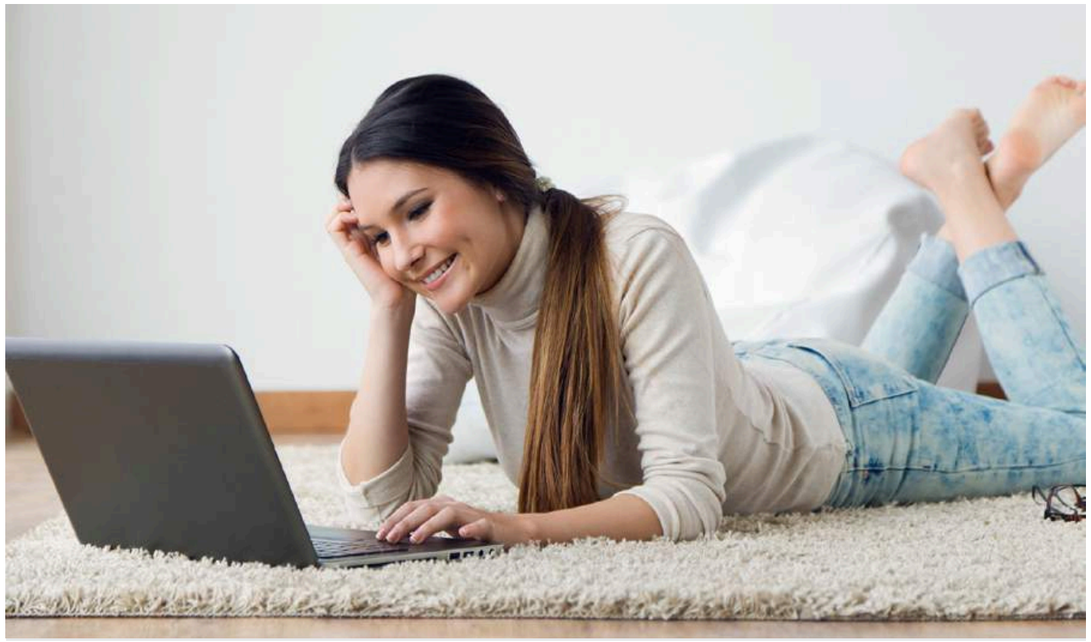
Los CADE son Puntos de atención al Emprendedor (PAE) realizando el Documento Único Electrónico (DUE), de manera telemática, dando de alta de manera inmediata al emprendedor como empresario individual (autónomo), sin necesidad de que éste acuda a cualquier otro organismo (Hacienda, Seguridad Social..).

Enlace buscador de CADES:
https://www.andaluciaemprende.es/CADE/

PAE e CIRCE
Puntos de Atención al Emprendedor

SCAN ME

SCAN ME



PASO 5
Obligaciones laborales: cotización de la persona trabajadora autónoma

1. ¿Cuál es el importe de la cuota de autónomo/a?

Como regla general, la cuota mínima de autónomos/as personas físicas en 2021 es de 286,15€/mes si no eres beneficiario/a de la Tarifa Plana, o cualquier otra bonificación.

Pasará a ser de 289€/mes a partir del 1 de junio cuando se produzca la subida. Esta cuota se corresponde a la Base Mínima de cotización que es 944,40 €.

Estas cuantías, llevan incluidas las coberturas de contingencias comunes, contingencias profesionales, cese de actividad y formación profesional puesto que su cotización es obligatoria desde enero de 2.019.

SCAN ME

Si eres autónomo/a con más de 10 trabajadores/as en el ejercicio anterior, la cuota mínima para el 2021, siguiendo la Ley de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo se desvincula del Régimen General, siendo de 367,84€/mes correspondiente a la Base Mínima situada en 1.214,08 €/mes.

No obstante, estos importes se actualizan cada año, en el siguiente enlace podrás consultar los importes actualizados para cada ejercicio: **https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Empresarios/CotizacionRecaudacionEmpresarios**

2. ¿Qué es la tarifa plana?

Se trata de una bonificación / reducción de la Seguridad Social que te permitirá pagar una cuota más reducida siempre que cumplas con el requisito de que sea tu primera alta en RETA o no hayas estado de alta en los dos años inmediatamente anteriores (3 años en caso de haber disfrutado de esta bonificación anteriormente). También debes hallarte al corriente con la Seguridad Social, es decir, no tener deudas con este Organismo.

Si cumples los requisitos, y te decantas por la base mínima de cotización, pagarás una cuota de autónomos de 60€/mes durante los primeros 12 meses, durante los 6 meses siguientes, es decir de los meses 13 al 18, la Seguridad Social bonifica al 50% de la base mínima de cotización por contingencias comunes y otros 6 meses más, de los meses 19 al 24, la bonificación es del 30%.

Si optas por una base superior a la mínima, durante el primer año se te bonificará la cuota de autónomos al 80% (correspondiente a la base mínima por contingencias comunes), y del mismo modo que en el caso anterior, al 50% y al 30% en el año siguiente.

Debes tener en cuenta que además en el caso de ser mujer menor de 35 años u hombre menor de 30 existen bonificaciones adicionales de un 30 % en los 12 meses siguientes al periodo de finalización del disfrute de la tarifa plana.

En el supuesto de que seas trabajador por cuenta propia o autónomo que reside y desarrollas tu actividad en un municipio en cuyo padrón municipal actualizado al inicio de la actividad consten menos de 5.000 habitantes, finalizado el periodo inicial de 12 meses de aplicación de los beneficios en la cotización establecidos en los apartados anteriores, tendrás derecho, durante los 12 meses siguientes, a estos mismos incentivos. En estos casos, no serán de aplicación las reducciones y bonificaciones para los 12 meses posteriores al periodo inicial contempladas anteriormente.

Asimismo, en el caso de disfrutar de la tarifa plana, desde enero de 2019, es obligatorio cotizar por contingencias comunes, contingencias profesionales (accidente de trabajo y enfermedad profesional) y formación profesional, pero es optativo cotizar por prestación por cese de actividad. El importe de la cuota de autónomo bonificada variará en función de la elección de dicha cobertura.

Cuadro resumen de cotizaciones 2021

Cotización persona física	Base Mínima	Cuota Mensual	Base Máxima	Cuota Mensual
Trabajadores < **48 años**	944,40€	286,15€	4.070,10€	1.221,03€
Trabajadores =< **48 años**	1.018,50€	308,61€	2.077,80€	629,58€
Cotización con bonificaciones persona física	**Base Mínima**	**Cuota Mensual**	**Bonificación**	**Periodo**
Trabajadores < **48 años**	944,40€	60,00€		1º año
		143,10€	50% de la base	2º año (1ª sem.)
		200,30€	30% de la base	2º año (2ª sem.)
Trabajadores < **30 años**		200,30€	30% de la base	3º año
Mujeres < **35 años**		200,30€	30% de la base	3º año
Trabajadores =< **48 años**	1.018,50€	85,63€		1º año
		165,81€	50% de la base	2º año (1ª sem.)
		219,26€	30% de la base	2º año (2ª sem.)
Autónomo **colaborador**	944,40€	141,65€	50% sobre la base	18 meses
		212,00€	25% sobre la base	6 meses
Autónomo **con discapacidad**	944,40€	60,00€	80% cuota	1º año
		143,10€	50% cuota	2º a 5º año

Más información en el enlace:
https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537

SCAN ME

NOTA:
Trabajadores con 47 años de edad a 1 de enero de 2021.
Los trabajadores autónomos que en esa fecha tuvieran una edad de 47 años y su base de cotización en el mes de diciembre de 2020 haya sido igual o superior a 2.052€ mensuales, o causen alta en este régimen especial con posterioridad a la citada fecha.
Los trabajadores autónomos que, a 1 de enero de 2021, tengan 47 años de edad, si su base de cotización fuera inferior a 2.052€ mensuales en diciembre de 2020, no podrán elegir una base de cuantía superior a 2.077,80€ mensuales, salvo que hubieran ejercitado su opción en este sentido antes del 30 de junio de 2021, lo que hubiera producido efectos a partir del 1 de julio del mismo año, o que se trate del cónyuge supérstite del titular del negocio que, como consecuencia del fallecimiento de éste, haya tenido que ponerse al frente del mismo y darse de alta en este régimen especial con 47 años de edad, en cuyo caso no existirá dicha limitación.

PASO 6
Las obligaciones tributarias y fiscales de la persona trabajadora autónoma

Los impuestos más habituales son:

1. El impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF).

Éste grava las rentas empresariales obtenidas por la persona autónoma, se liquida trimestralmente. Se elige entre:

Régimen de Estimación Directa Normal. El rendimiento se determina en función de los ingresos y gastos.

Régimen de Estimación Directa Simplificada. El rendimiento se determina en función de los ingresos y gastos. Para empresas con un volumen de negocio anual inferior a 600.000 euros.

Régimen de Estimación Objetiva (Módulos). Tributa una cantidad fijada en función a una serie de criterios relacionados con el local, suministros, etc.

2. El impuesto sobre el valor añadido (IVA).

Impuesto indirecto que grava el consumo y recae por tanto sobre el consumidor final. La persona autónoma tan sólo actúa como recaudadora entre Hacienda y el consumidor final. Se liquida con carácter general de forma trimestral.

¿Cuáles son los modelos fiscales que tienen que presentar las personas trabajadoras autónomas?

Con carácter general, los más usuales son:

Trimestralmente:

• **Modelo 303** de IVA. Declaración trimestral.

• **Modelo 130** de IRPF si tributas en estimación directa normal o directa simplificada. En el caso de tributar en módulos o estimación objetiva deberás utilizar el modelo 131.

• **Modelo 111** de retenciones de IRPF si tienes trabajadores por cuenta ajena o practicas retenciones a otros profesionales.

• **Modelo 115** de retenciones de IRPF si pagas alquileres y estás obligado.

Anualmente:

• **Modelo 390** de resumen anual de IVA.

• **Modelo 100** de declaración anual del IRPF.

• **Modelo 180** de resumen anual de retenciones de alquileres.

• **Modelo 190** de resumen anual de retenciones e ingresos a cuenta de IRPF de trabajadores por cuenta ajena u otros profesionales.

• **Modelo 347** de operaciones con terceras personas. Esta declaración informativa señala todas las operaciones que se hayan realizado con clientes, proveedores, o cualquier entidad. Es necesario realizarla siempre que el conjunto de las operaciones supere los 3.005,06€.

SCAN ME

¿Algo no te ha quedado claro?

Remítenos un mail a: **autonomos@andaluciaemprende.es**

Accede a nuestro canal online de atención al trabajador autónomo en Somos Emprende Network: **http://somosemprende.andaluciaemprende.es**

Nota: Este documento tiene carácter meramente informativo y no exhaustivo, debiéndose comprobar siempre la vigencia y exactitud de los datos en las fuente legales y administrativas oficiales correspondientes.

Para más información en:

https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/empresarios-individuales-profesionales.html
y por:
https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/empresas.html

SCAN ME

SCAN ME

Emprender con socios

01. ¿Qué preguntas debes hacerte a la hora de emprender?
02. La forma jurídica, algo más que burocracia.
    Influencia en los primeros pasos para la viabilidad
    de nuestro negocio.
03. Dos enfoques
04. Trámites y ayudas

05

1. ¿Qué preguntas debes hacerte a la hora de emprender?

Cuando os estéis planteando emprender vuestro proyecto empresarial de forma colectiva es conveniente que os hagáis las siguientes preguntas:

¿A qué vais a dedicar el proyecto?

Es muy importante que todos tengáis muy claro qué queréis conseguir con el proyecto que habéis decidido poner en común y, si habéis entrado en esta guía es porque habéis decidido que sea un proyecto empresarial, es decir, encaminado a la creación de una empresa que se dedique a ofrecer productos o servicios a cambio de dinero. Por tanto, quedan fuera otro tipo de proyectos donde no se busca una remuneración por los servicios prestados. Esto que parece muy obvio, a veces no queda del todo claro. Por ello es importante saber cómo vais a ganar dinero con el proyecto y quién o quiénes estarían dispuestos a pagar por lo que ofrecéis. Es posible que los resultados económicos tarden en aparecer, pero el proyecto debe ir orientado hacia su obtención (¡y cuanto más pronto, mejor!)

Sabemos qué queremos hacer, ¿sabemos cómo lo queremos hacer?

A menudo empleamos mucho esfuerzo en conocer a nuestro cliente y en adaptar nuestra propuesta de valor a sus necesidades. Asimismo, trabajamos mucho todo lo relacionado con el marketing y la parte económico financiera, pero también merece la pena pararnos a reflexionar un poco sobre nuestro procesos internos, porque son esenciales a la hora de formar un equipo de trabajo con los perfiles adecuados y cohesionado en torno a un objetivo y unos procesos eficientes.

¿Qué aporta cada uno de los miembros al proyecto?

- **Conocimientos** (estudios de una carrera determinada),
- **Recursos materiales** (un local familiar del que podéis disponer, una furgoneta, herramientas, dinero,...),
- **Trabajo** (más o menos horas disponibles para dedicar al proyecto),
- **Contactos** (este conoce a fulano de tal que nos puede abrir esta puerta o conoce a mucha gente interesada en adquirir lo que hacemos).

Es posible que el proyecto haya tenido un desarrollo individual previo a su lanzamiento como proyecto colectivo, realizado por la persona que lo ideó, lo cual debería también tenerse en cuenta como aportación. A veces, incluso, existe ya un nombre comercial registrado o un dominio de internet creado. Cada uno de los socios puede realizar una o más aportaciones de uno u otro tipo, pero conviene no incluir en el proyecto a alguien que no vaya a aportar algo, simplemente porque tenemos amistad con esta persona. Todos los que estéis dentro debéis aportar algo (por pequeño que sea) y todos debéis conocer de antemano lo que cada uno aporta o se va a comprometer a aportar.

¿Qué valor vamos a darle a las aportaciones que cada socio ha realizado o va a realizar a la empresa?

Es la pregunta que debéis contestar después de ver lo que cada uno ha aportado o va a aportar al proyecto. ¿Cuánto vale lo que pongo? Esto evitará futuros malos rollos (yo puse más dinero que tú, yo me impliqué más …) No solo hay que valorar las aportaciones materiales; el tiempo es un bien muy preciado (¡el tiempo es oro!) y también hay que valorarlo adecuadamente. Quizá al principio no podamos retribuir esas aportaciones, pero debemos conocer y reconocer su valor a la persona que las realiza o al menos marcar unas pautas de valoración (precio por hora de trabajo, por ejemplo), para que cuando recojamos los frutos de nuestro proyecto podamos dar a cada uno lo que le corresponda. Es importante que todos estéis de acuerdo con la valoración que tienen o tendrán esas aportaciones.

¿Qué tiempo va a dedicar cada miembro del equipo al proyecto?

Como hemos dicho, el tiempo es un valor muy valioso. Un proyecto no puede desarrollarse sin dedicarle tiempo (¡a veces demasiado tiempo!). Habrá socios que por distintas circunstancias (estudios, trabajo, situaciones familiares,...) no puedan emplear toda su jornada en el proyecto común que vais a iniciar. Es conveniente que cada uno, de manera responsable, calcule cuánto tiempo puede dedicar al proyecto y lo consensúe con los demás. Por supuesto, hay que cumplir con los compromisos. Para medir el tiempo que dedicáis al proyecto, existen herramientas digitales que os pueden ayudar.

¿Cuáles son los hitos más importantes de nuestro proyecto?

Desarrollar un proyecto puede ser una tarea larga. Existen modelos de negocio que requieren un trabajo de desarrollo muy largo antes de poder ver la luz (lanzar un videojuego, poner en escena una obra de teatro, filmar un cortometraje…). Es necesario que marquéis los hitos o etapas más importantes hasta que podáis alcanzar la meta deseada. Cada tipo de proyecto tiene sus propios hitos. Vosotros debéis descubrir los vuestros. Ejemplos de hitos pueden ser: construcción de un prototipo o producto mínimo viable, constitución de la empresa, elaboración de un catálogo o página web, apertura del proyecto a inversores, alcanzar un determinado número de visitantes o cantidad de ventas, … Una vez marcados los hitos, es importante ponerles unas fechas para su consecución (aunque sean aproximadas) y dotarlos de una serie de recursos (dinero, tiempo, personas implicadas). Conviene revisar periódicamente el estado de los hitos. Tened en cuenta que algunos hitos se pueden ir desarrollando de forma simultánea. Y no os olvidéis celebrarlo adecuadamente cuando se alcancen (¡no todo va a ser trabajar!).

¿Qué papel va a asumir cada uno de los miembros en el proyecto?

Partimos de la base de que no todos podemos hacer de todo, ¡para eso somos un equipo! El establecimiento de roles debe estar claro desde un principio para remar todos en una misma dirección. Y cada uno debe estar cómodo en el papel que va a realizar. Para la determinación de esos papeles podéis tener en cuenta varios factores, como el grado de implicación en el proyecto, formación, dotes personales, etc. Es posible que uno o dos de vosotros tengáis que liderar el proyecto. Ser líder no significa ser el que manda. Al principio, la figura del líder puede recaer en la persona que tuvo la idea o formó el equipo. Con el tiempo es posible (y a veces recomendable) que esta figura cambie de unas personas a otras (esto es signo de la madurez de un proyecto). Por tanto, es preciso que cada uno sepa de antemano el papel que va a realizar, las responsabilidades que dicho papel representa y, en su caso, la retribución o reconocimiento que va a tener por realizarlo.

Pacto de socios.

Conviene que las respuestas a todas estas preguntas las plasméis por escrito en un documento, a efectos de que sean conocidas por todos los miembros del equipo, podáis consultarlas y, llegado el caso, hacerlas valer. Este documento recibe el nombre de pacto de socios y no deja de ser otra cosa que un contrato que firmáis con una serie de obligaciones y derechos.

Además de esas respuestas, es oportuno regular otras cuestiones como las siguientes:

Toma de decisiones

Debéis determinar cómo vais a alcanzar los acuerdos que afecten al proyecto. Lo ideal, sobre todo al principio, es que esos acuerdos se alcancen por unanimidad (todos estáis de acuerdo) o por consenso (cada uno cedéis un poco para alcanzar un fin común), pero en ocasiones esto no es posible y ello podría ocasionar el estancamiento del proyecto. Para evitar esto, puede ser recomendable establecer un sistema de mayorías y, en determinados casos, permitir la libre salida del proyecto del socio que no esté conforme con el acuerdo adoptado.

Confidencialidad

Las personas que vais a trabajar colectivamente accederéis a información relevante sobre el proyecto que no conviene airear fuera de la empresa. Debéis comprometeros a no revelar datos confidenciales de la empresa ni utilizarlos en beneficio propio de alguna o algunas de las personas socias. Esta confidencialidad no solo se limita al tiempo en que el socio esté dentro del proyecto. Si un socio se sale prematuramente, el deber de confidencialidad debería perdurar para no perjudicar los intereses del proyecto común.

Exclusividad

Tenéis que valorar si los miembros del equipo os vais a dedicar de manera exclusiva al proyecto o se os va a permitir compaginar vuestra dedicación al mismo con otras actividades o proyectos empresariales.

No competencia

Ligado a lo anterior, en caso de permitir compaginar la dedicación al proyecto con otras actividades empresariales, en cualquier caso, no conviene que las mismas sean similares a las que se va a dedicar el proyecto (para no hacerle la competencia) y no generar conflictos de intereses que pongan en duda la actuación del miembro del equipo en cuestión. Esa obligación se puede mantener durante un tiempo prudencial después de la salida del socio.

Entrada y salida de socios

Debéis valorar si vais a ser un grupo cerrado o abierto a la entrada de más participantes. En este último caso deberéis determinar cómo podrá ser la entrada de ese nuevo miembro (con el aval de un socio, en sustitución de otro socio, por mayoría, todos tenéis que estar de acuerdo en su admisión…) También es posible que alguno decida marcharse en un momento determinado, por ejemplo, por no estar de acuerdo con alguna decisión adoptada que altere las razones por las que entró en el proyecto. Esta persona saliente podría tener derecho a recibir algún tipo de compensación económica por su dedicación al proyecto. Por último, es posible que la convivencia con algún socio resulte insoportable, por lo que se le podrá invitar a que abandone el proyecto. Deberéis decidir en qué circunstancias y qué mayoría es necesaria para expulsar a un miembro de vuestro grupo y qué consecuencias, principalmente económicas, puede traer.

Permanencia

Ligado a lo anterior, durante los primeros meses de vida de un proyecto, resulta aconsejable que los miembros se comprometan a permanecer en el mismo durante un mínimo de tiempo. En caso de incumplimiento de este deber, se le puede exigir al socio saliente responsabilidades o pedirle que renuncie a los derechos que haya podido adquirir.

Todas estas cuestiones se reflejan en un documento, que deberéis firmar todos los socios en prueba de conformidad y que os obliga entre vosotros. Por tanto, lo primero es identificar quiénes sois los integrantes del proyecto (con nombre, apellidos, domicilio y documento de identidad).

Tened en cuenta que este pacto no tiene por qué ser eterno. Se puede establecer un tiempo de validez de estos acuerdos (por ejemplo, hasta que se constituya formalmente la empresa) o someter el pacto a revisiones conforme se vayan cumpliendo algunos de los hitos principales del proyecto. En cuanto a su contenido, podéis establecer libremente cualquier acuerdo que consideréis oportuno, siempre y cuando no sea contrario a las leyes. Para la redacción de este pacto de socios, existen formularios en internet, pero es aconsejable que os pongáis en manos de personal experto que os pueda asesorar y configurar el pacto a vuestras necesidades reales.

2. La forma jurídica, algo más que burocracia. Influencia en los primeros pasos para la viabilidad de nuestro negocio.

Aunque a nivel externo, puede tener implicaciones en cuanto a la percepción que tus clientes y proveedores tienen de vuestra empresa, la forma jurídica es fundamentalmente la que va a marcar las relaciones internas entre los socios de la empresa.

Se puede pensar que la forma jurídica es mero papeleo, que las relaciones entre los socios las vais a fijar vosotros,independientemente del papel que hayáis firmado.

Esto es cierto en parte; es decir, hasta que surja algún problema, en ese caso será la forma jurídica la que determine, en caso de desacuerdo, cómo ha de resolverse.

No existen formas jurídicas ni buenas ni malas por naturaleza. Solamente aquella que se adapta mejor a vuestro negocio y al tipo de relación que queréis establecer entre los socios.

Tampoco es algo inamovible. Los proyectos evolucionan, las personas cambian de opinión. Es lo natural. Por lo tanto, la forma jurídica también puede y debe cambiar, de hecho lo frecuente es que cambie, para adaptarse a la realidad del negocio en cada momento.

Como veremos más adelante, son muchos los aspectos a tener en cuenta a la hora de elegir la forma jurídica, sin embargo, en el inicio de la actividad, el principal problema y el más urgente de toda empresa es tener la máxima flexibilidad para poder pivotar para validar el modelo de negocio y escapar cuanto antes de la zona de pérdidas.

En este sentido, es importante poder salir al mercado con un producto mínimo viable que realmente sea mínimo y, por lo tanto, reduzca al máximo las necesidades de financiación. Pero también con los menores costes de estructura o costes fijos (seguridad social, salarios por cuenta ajena, etc), convirtiéndolos, en la medida de lo posible, en variables.

Debes saber que, la forma jurídica y sus implicaciones fiscales y de seguridad social, así como sus costes de constitución, pueden ayudarte a alcanzar el equilibrio lo antes posible.

3. Dos enfoques

La creación de una empresa por parte de un grupo de promotores se puede abordar desde muchas perspectivas que muchas veces no coinciden en cada uno de los promotores.

A la hora de crear una empresa podemos decir que existen básicamente dos enfoques:

El enfoque inversionista, donde el principal objetivo es la rentabilidad de las aportaciones realizadas por los socios al capital social, para lo cual la empresa consiste en la organización de una serie de medios materiales y humanos dispuestos para la consecución de ese fin.

El enfoque social, donde el principal objetivo es la cooperación entre personas que aportan recursos económicos, formación, experiencia, conocimiento, etc. para la creación de su propio puesto de trabajo y el de otras personas. En este tipo de proyectos, el capital y su rentabilidad son un instrumento más y un indicador del éxito del proyecto, pero no el objetivo principal.

En este sentido, desde el punto de vista de los enfoques capitalistas o sociales que comentábamos al principio, Las sociedades pueden ser:

Sociedades Limitadas
Sociedades Anónimas

Sociedades Cooperativas

Sociedades Laborales

A. Modelos de empresas basados en la aportación al capital.

Las sociedades capitalistas (Sociedad de responsabilidad limitada y Sociedad anónima) son sociedades en las que se da prioridad al capital, que estará dividido en participaciones sociales (o en acciones en el caso de las sociedades anónimas) y se integra por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales con su patrimonio. La responsabilidad se limita a su participación en la empresa, a la aportación económica realizada.

El capital mínimo exigido para constituir una sociedad limitada es de 3.000€ (60.000€ en el caso de sociedades anónimas) y no existe un máximo. Puede estar formado por aportaciones monetarias o en especie (por ejemplo: una furgoneta, maquinaria, equipos informáticos). Este capital se dividirá en participaciones sociales, indivisibles

y acumulables. La valoración de lo aportado determinará las participaciones a las que tiene derecho cada socio.

Para su válida constitución es necesario realizar escritura pública ante notario e inscripción en el Registro Mercantil, lo que supone unos costes iniciales a la hora de ponerla en marcha.

Implicaciones en la toma de decisiones y el reparto de resultados

Implicaciones en la toma de decisiones y el reparto de resultados: Al ser sociedades en lo que prima es el capital, el reparto de beneficios se hará en función del capital social que haya aportado cada socio, a no ser que se establezca de otra forma en los estatutos. Igualmente las decisiones son tomadas también en función del porcentaje en el capital social de cada socio, siendo sociedades en que el poder se encuentra normalmente en manos de uno o pocos socios que son los encargados de la gestión y toma de decisiones sociales.

Implicaciones fiscales y laborales

Las sociedades de capital están obligadas a tributar por el impuesto de sociedades (un 15% de tipo fijo para el primer ejercicio con resultado positivo y el siguiente y del 25% los restantes) y el IVA. Cabe destacar que el reparto de beneficios paga impuestos dos veces; la empresa pagará un 15% de impuestos sobre beneficios en el Impuesto de Sociedades; y al repartir los beneficios entre los socios, tributan en la declaración de IRPF.

Por otra parte, no tienen ninguna limitación en el ámbito laboral a la hora de realizar contrataciones de personal por cuenta ajena.

Flexibilidad

La sociedad de responsabilidad limitada presenta una mayor flexibilidad y se adecua mucho mejor a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas (es el prototipo de sociedad de capital), mientras que la sociedad anónima, en cambio, es la forma social preferida por las empresas de mayor tamaño. Son sociedades, por regla general, con un capital elevado y con un gran número de accionistas.

Esto es importante porque afecta a la entrada y salida de socios y a la transmisión de las participaciones sociales o acciones y, por tanto, a la condición de socio. En las limitadas, siendo transmisibles las participaciones sociales, no lo son en la misma medida prevista para la sociedad anónima, estableciéndose ciertas limitaciones que tienen por objeto preservar la composición personal de la sociedad.

B. Modelos de empresas basados en la cooperación

Al igual que en las sociedades limitadas, la responsabilidad de los socios en las sociedades cooperativas está limitada al aporte de capital social, los socios no tienen que responder con su patrimonio personal. Hasta aquí suena muy parecido a lo que conocemos como sociedad limitada, ¿verdad? Veamos entonces dónde está la diferencia.

La principal diferencia entre una sociedad cooperativa y el resto de formas jurídicas

es que, en las cooperativas, las personas que trabajan en ella son las que dirigen la empresa y todas participan y tienen el mismo peso en la toma de decisiones. Lo importante en las cooperativas es el factor humano (no el capital).

La principal diferencia entre una cooperativa y el resto de empresas es que las personas que trabajan en ella son las que dirigen la empresa y todas tienen el mismo peso en la toma de decisiones:

Es una empresa con **base democrática** (una persona, un voto)
Es una empresa en la que **lo importante son las personas**
Una empresa que reparte los **beneficios** de manera **igualitaria**
Una empresa en la que **tú puedes tomar las decisiones**
Una empresa en la que puedes **conciliar vida laboral y personal**

A diferencia de las sociedades limitadas, en las sociedades cooperativas no existe una cantidad fija para establecer el capital social mínimo para constituir la cooperativa. El capital mínimo se fijará en los estatutos según lo que se estime conveniente por sus socios fundadores. El 50% de la cantidad que fijen se desembolsará en el momento de la constitución de la empresa. La aportación también puede ser monetaria o en especie.

Además actualmente para su constitución, no se requiere intervención de notario y la inscripción en el Registro de Cooperativas es gratuito, por lo que los costes iniciales para su puesta en marcha apenas existen.

La cooperativa de trabajo es una empresa que se basa en el autoempleo colectivo y que desarrolla su actividad en cualquier ámbito de la economía. Los socios y las socias son al mismo tiempo trabajadores de la misma y la toma de decisiones se realiza de forma democrática. Prototipo de empresa con base social y solidaria, la cooperativa de trabajo constituye la forma más genuina de democratizar la economía, poniendo los recursos al servicio de las personas.

Existe la falsa creencia de que solo se pueden constituir sociedades cooperativas en el sector primario (agricultura, ganadería, pesca y minería). Pero hay que aclarar que se pueden formar cooperativas en cualquier sector, existen cooperativas de enseñanza, transporte, sanidad, entidades de crédito, etc. Y actualmente existen asesorías, consultoras, bufetes de abogacía, academias, estudios de arquitectura y diferentes empresas multiservicios que han elegido esta fórmula jurídica.

Implicaciones en la toma de decisiones y el reparto de resultados.

En las cooperativas de trabajo, la distribución de beneficios se decide según el trabajo aportado, y no según el capital, lo que supone una motivación para sus socios y socias, porque si gana la sociedad cooperativa ganan todas las personas que la forman. Esto también lleva a que se creen puestos de trabajo estable, porque el objetivo de la cooperativa es el autoempleo, no sólo obtener el máximo beneficio para las personas socias.

El reparto de resultados se hace en función de lo que cada persona ha trabajado y aportado realmente a la sociedad y es bastante diferente del resto de sociedades.

Las cooperativas tienen dos tipos de resultados:

Los Resultados Cooperativos, derivados del desarrollo de la actividad cooperativizada
Los Resultados Extracooperativos, los derivados de la actividad cooperativizada llevada a cabo con terceras personas,

Implicaciones fiscales y laborales

Las sociedades cooperativas tributan también por el impuesto sobre sociedades. Pero a las cooperativas se les aplica un régimen especial establecido en la Ley 20/1990 sobre Régimen Fiscal de las Cooperativas. La base imponible se compone de resultados cooperativos y resultados extracooperativos.

La parte de los resultados cooperativos tributa al 20% (al 25% para las cooperativas de crédito) y la parte que corresponde a los resultados extracooperativos tributa al tipo general del 25 % (30 % para las cooperativas de crédito). Además, las cooperativas de trabajo tienen una bonificación del 50% en la cuota íntegra del impuesto de sociedades.

Las cooperativas, además, tienen una serie de beneficios fiscales, precisamente por su forma jurídica, estableciéndose tres grados de protección, y le asigna a cada uno de ellos una serie de beneficios fiscales.

El origen de estos beneficios, junto con otros ya mencionados, hay buscarlo en la protección que la propia Constitución Española y el Estatuto de Autonomía de Andalucía otorga a estas formas jurídicas.

En el ámbito laboral, las empresas de economía social poseen ciertas limitaciones a la contratación de trabajadores por cuenta ajena. Lo que se pretende con esta limitación es que la mayoría de personas que participen de la actividad cooperativizada (trabajo), también lo hagan en la gestión de la cooperativa y se involucren en el proyecto común más allá del aspecto puramente laboral. El objetivo es garantizar el principio mutualista sobre el que se debe sustentar una cooperativa, que es uno de los aspectos más importantes, que la diferencia de las empresas capitalistas

Las sociedades cooperativas andaluzas establecen que el número de jornadas legales realizadas por cuenta ajena no podrá ser superior al cincuenta por ciento del total de las realizadas por las personas socias trabajadoras, en cómputo anual (aunque hay determinados supuestos que no computan en el porcentaje anterior y diversas excepciones)

Esta limitación a la hora de contratar personal por cuenta ajena también opera en las sociedades laborales aunque con distintos límites (El número de horas-año que pueden ser realizadas por dichos trabajadores indefinidos no socios, podrá ser de hasta el 49% de las horas-año trabajadas por el conjunto de los socios trabajadores, con independencia del tamaño de la empresa. Si se supera este límite el plazo para acomodarse a la Ley se fija en un plazo inicial de 12 meses con posibilidad de 2 prórrogas de 12 meses cada una)

Flexibilidad

Especialmente la fórmula de cooperativa permite la incorporación y salida de socios con total agilidad, sin necesidad de elevación a escritura pública, ni de inscripción registral y sin ningún coste.

Además, con la misma agilidad y autonomía permite regular las condiciones de prestación del trabajo de los socios en cuanto a la jornada laboral, estacionalidad y salario. Adicionalmente, permite el cese temporal de los socios por causas técnicas, económicas y organizativas (teniendo derecho a la prestación por desempleo y al cese de actividad) y la incorporación progresiva de los mismos a sus puestos de trabajo.

Las cooperativas poseen una serie de principios y valores distintivos que las convierten en el mejor modelo económico para conseguir una sociedad más justa y sostenible. Estos valores son los de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Las personas que trabajan en una cooperativa tienen un compromiso ético con la honestidad, la transparencia, la responsabilidad social y la preocupación por los demás.

Las cooperativas cuentan con una mayor flexibilidad para adaptarse a las condiciones recesivas (tienen una mayor capacidad para ajustar horarios y retribuciones de sus trabajadores, en lugar de recurrir al despido), y pueden llegar a ejercer un efecto refugio en tiempos de crisis, tanto por la decisión de desempleados de crear cooperativas como por la transformación de empresas ordinarias en modelos cooperativistas laborales.

Las cooperativas, además de una función económica, tenemos una función social que implica la realización de prácticas empresariales responsables y una gestión sostenible.

4. Trámites y ayudas

Pago Único de la prestación de desempleo

Tendrían derecho al Pago Único de la prestación de desempleo tanto las sociedades limitadas como las cooperativas y laborales, pero con diferencias importantes (este punto se desarrolla también en el apartado de financiación):

Sociedades Cooperativas y Laborales

Lo pueden solicitar aquellas personas que se incorporen de forma estable como socios/as trabajadores/as o de trabajo en cooperativas o en sociedades laborales ya constituidas, o de nueva creación, aunque se haya mantenido un contrato previo con las mismas.

Si la cooperativa prevé en sus estatutos la posibilidad de que los socios o socias tengan que superar un periodo de prueba, haber superado dicho periodo. Aunque el derecho al pago único de la prestación se podrá aprobar, la persona solicitante únicamente lo percibirá cuando presente ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) el acuerdo del consejo rector de haber superado dicho periodo de prueba.
Sociedades Limitadas

Los socios deberán realizar una aportación al capital social de una entidad mercantil de nueva creación o ya creada en un plazo máximo de 12 meses anteriores a la aportación, siempre y cuando se vaya a poseer el control efectivo de la sociedad, se vaya a ejercer en la misma una actividad profesional y se produzca un alta en la Seguridad Social en el Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar.

Tarifa Plana

Sociedades Cooperativas y Laborales

Los socios de sociedades laborales y los socios trabajadores de cooperativas de trabajo asociado que queden encuadrados en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos o en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores del Mar, dentro del grupo primero de cotización tendrán derecho a la Tarifa plana para autónomos, consistente en una reducción en la cotización por contingencias comunes durante los 12 primeros meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta, que consistirá en una cuota única mensual de 60 euros, que comprenderá tanto las contingencias comunes como las contingencias profesionales, quedando estos trabajadores

Sociedades Limitadas

Desde que la tarifa plana entró en vigor en 2013, la TGSS nunca ha aplicado esta bonificación a los autónomos societarios. Si estos lo han conseguido, ha sido porque han acudido a los tribunales. Sin embrago, recientemente la Sala de lo Contencioso del TS declara el derecho de una trabajadora por cuenta propia, que era dueña de una sociedad de responsabilidad limitada unipersonal a la aplicación de los beneficios del art. 31.1 LETA (la denominada Tarifa Plana de 60 euros para alta de autónomos), con

la consiguiente obligación de la Tesorería General de la Seguridad Social a reintegrar a la recurrente las diferencias de cotizaciones realizadas. Esto es importante porque crea jurisprudencia.

Recientemente se ha reconocido el derecho a beneficiarse de la tarifa plana también a los autónomos societarios.

Ampliación Tarifa Plana

Cualquier persona física o cualquier persona socia de cualquier fórmula de emprendimiento colectivo que sea beneficiaria de la Tarifa Plana de Autónomos podrá beneficiarse del Programa de Estímulo a la Creación y Consolidación del Trabajo Autónomo en Andalucía.

El objeto de este programa es financiar los costes de las cuotas de autónomo de los trabajadores por cuenta propia. Con esta subvención, se pretende facilitar el pago de la cuota de autónomos, extendiendo la tarifa plana estatal a dos años, de modo que se reduzca la carga de gastos durante los dos primeros años.

Para los nuevos autónomos que se hayan dado de alta en Andalucía se establece una extensión de la cuota reducida durante el segundo año de actividad. De esta manera, en Andalucía los nuevos autónomos solo tienen que asumir 60 euros al mes en los primeros 24 meses de actividad en total.

Asimismo, esta ayuda es extensible con carácter superreducido para las «mujeres trabajadoras autónomas residentes en municipios de menos de 5.000 habitantes». Para ellas se establece una cuota de 30 euros mensuales durante el primer año y una extensión similar durante el segundo año, en lugar de los 60 euros que se fija desde el estado. Una ayuda que se aplica, también, en el caso nuevos autónomos menores de 30 años, con las mismas condiciones.

Se trata de compensaciones adicionales a las ayudas estatales, que reducen aún más las cuotas y además prolongan la duración de las ayudas. Podrán ser beneficiarias de estas subvenciones los trabajadores autónomos socios/as de sociedades que estén acogidas a los «Incentivos y medidas de fomento y promoción del Trabajo Autónomo» de la Ley 20/2007, de 11 de julio.

Otras Ayudas Específicas

La Junta de Andalucía, tiene un Programa de Apoyo a la Promoción y el Desarrollo de la Economía Social para el Empleo, dirigido a fomentar el empleo estable, cualificado y de calidad en cooperativas y sociedades laborales, así como a apoyar la realización de actividades de promoción de la economía social, y el desarrollo de proyectos que contribuyan a lograr una economía social innovadora, competitiva, emprendedora y mejor dimensionada en el marco del tejido productivo andaluz y en el de sus propios valores y principios económicos y sociales.

De este modo, de forma periódica convoca ayudas orientadas generalmente a:

• Apoyar la incorporación de personas socias trabajadoras o de trabajo en Cooperativas y Sociedades Laborales.
• Contratación de gerentes y personal técnico especializado.

Compatibilidad de la prestación por desempleo con el trabajo por cuenta propia en una sociedad

Quienes estén percibiendo la prestación por desempleo de nivel contributivo y hayan cesado con carácter total y definitivo su actividad laboral, y se incorporen como socios/as de sociedades laborales de nueva creación o socios/as trabajadores de sociedades cooperativas de trabajo de nueva creación, que estén encuadrados en el Régimen especial de la Seguridad Social que corresponda por razón de su actividad por cuenta propia, podrán seguir percibiendo la prestación que le corresponda, durante un máximo de 270 días o durante el tiempo inferior que le quede por percibir, siempre que solicite la compatibilidad en el improrrogable plazo de 15 días a contar desde la fecha de inicio de la actividad en la sociedad.

La Junta de Andalucía, tiene un Programa de Apoyo a la Promoción y el Desarrollo de la Economía Social para el Empleo, que convoca ayudas de forma periódica.

Herramientas entorno digital para emprender

01. Herramientas de gestión
02. Herramientas de almacenamiento en la nube
03. Herramientas de comunicación online, trabajo colaborativo y gestión de equipos
04. Herramientas de trabajo en remoto
05. Herramientas de seguridad informática y privacidad de datos
06. Herramientas de comunicación
07. Herramientas de comunicación con el cliente
08. Herramientas de pago electrónico
09. Creación de páginas webs
10. Herramientas de diseño gráfico y vídeo
11. Redes sociales
12. Herramientas para realizar métricas y analíticas web
13. Impulso digital con Google
14. Modelos de negocio digitales
15. Plataformas de formación en digitalización
16. Emprendepedia

06

1. Herramientas de gestión

Certificado Digital

El certificado digital es una certificación electrónica expedida por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT-RCM), a través de su departamento CERES (CERtificación ESpañola) que vincula a su suscriptor con unos datos de verificación de firma y confirma su identidad. Es un documento digital que contiene sus datos identificativos.

Le permitirá identificarse en Internet e intercambiar información con otras personas y organismos con la garantía de que sólo tú y tu interlocutor pueden acceder a ella.

Existen varios tipos de certificados, los más importantes: certificado para persona física y certificado de representante.

Enlace a CERES:
https://www.sede.fnmt.gob.es/certificados

Otra información:
https://www.youtube.com/user/CertificadosCERES
https://www.youtube.com/watch?v=p19J0TOpIks

CRM & ERP

Qué es un CRM y un ERP

El concepto CRM, corresponde a las siglas Customer Relationship Management, en español, Gestión de las Relaciones con Clientes.

Es una herramienta que ayuda a gestionar la relación con los clientes de la empresa.

Un ERP, es un software que permite a las empresas controlar todos los flujos de información que se generan en cada ámbito de la organización. Sus siglas representan Enterprise Resource Planning, en español, sistema de planificación de recursos empresariales.

Para qué sirve un CRM

Utilizar un CRM facilita a la empresa la generación de más oportunidades de venta, agilizando la gestión comercial, con presupuestos actualizados en tiempo real y procesos de ventas optimizados.

Permite hacer mejores segmentaciones y disponer de la información para ofrecer un mejor servicio de atención al cliente y postventa.

Permite además, compartir y maximizar el conocimiento de un cliente dado y de esta forma entender sus necesidades y anticiparse a ellas y también dirigir y gestionar de forma más sencilla las campañas de captación de clientes y de fidelización.

Ventajas del CRM

La principales ventajas del uso de un CRM por parte de la empresa son:

• **Aumenta la retención de clientes.** Fidelizar un cliente cuesta aproximadamente 5 veces menos a la empresa que la obtención de un nuevo cliente.
• **Facilita el conocimiento del cliente.** Forja una conexión más profunda con los consumidores al conocer sus necesidades y deseos.
• **Ahorro de tiempo.** El software CRM permite la automatización de procesos, eliminando la necesidad de realizar tareas rutinarias y repetitivas. De este modo pueden centrarse en objetivos más estratégicos y productivos.
• **Tiene gran accesibilidad,** por lo que las empresas pueden disponer de los datos necesarios de los clientes en tiempo real, desde cualquier dispositivo y en una sola plataforma fácil de controlar.
• **Mejora la capacidad de respuesta.** Los datos recogidos permiten analizar los problemas comunes y facilitan una visión global de las incidencias, permitiendo también evaluar mejor las necesidades de los clientes y hacer un seguimiento de los procesos y del rendimiento.
• **Aumento de los beneficios de la empresa.** Posibilita desarrollar el valor de la cartera de clientes aumentando los márgenes.

Para qué sirve un ERP

El ERP es un software que sirve como apoyo para organizar toda la información clave de todos los departamentos que forman parte de una empresa: compras, producción, logística, finanzas, recursos humanos, marketing, servicios, proyectos y atención al cliente. Su principal utilidad es facilitar la comunicación entre las áreas y equipos para una mejor toma de decisiones.

Una especial característica del ERP es que cuenta con diversos módulos que puedes ir incorporando poco a poco a tu negocio conforme va creciendo.

Ventajas del ERP

La principales ventajas del uso de un ERP por parte de la empresa son:

• **Optimización de los procesos de gestión.** El acceso a los datos de las distintas áreas de la empresa desde una única herramienta, permite mejorar el desempeño de la organización.
• **Mejora el proceso de toma de decisiones.** La centralización de la información, aumento de su calidad y disponibilidad en tiempo real, agilizan y mejoran extraordinariamente los tiempos de respuesta.
• **Seguridad de datos.** Todos los datos de la empresa se encuentran en un único contenedor y su acceso protegido y restringido por usuario, facilita y simplifica las labores de mantenimiento y backup.
• **Modularidad y Escalabilidad.** El software ERP cuenta con diversos módulos que puedes ir incorporando poco a poco a tu negocio conforme va creciendo.
• **Adaptación a las necesidades reales**
• En función de los requerimientos y necesidades de la empresa, el ERP debe configurarse y adaptarse totalmente a su actividad.
• **Mayor control y trazabilidad.** Cualquier interacción en el ERP queda registrada, permitiendo realizar un seguimiento exhaustivo o auditoría del dato, proceso o documento.
• **Automatización de tareas.** Las tareas periódicas o repetitivas (informes, seguimientos, comunicaciones, reclamaciones, etc.) pueden automatizarse para reducir al mínimo la dedicación de recursos y centrarse en aquellas más productivas.

CRM y ERP ¿Cuáles son sus diferencias?

CRM

• Controla la gestión de los clientes y las ventas que tiene la empresa.
• Afecta a la relación con los clientes y los procesos externos.
• Enfocado en incrementar las ventas.
• Es más asequible económicamente.

ERP

• Controla y gestiona los procesos y procedimientos de la misma.
• Repercute en los procedimientos y usos internos.
• Orientado en reducir costes.
• Requiere una inversión más elevada.

CRM

HubSpot

Precio: Gratuito.
• Cuenta con herramientas gratuitas de marketing, de ventas, de servicio y de operaciones. Ideal para el comienzo de tu negocio.
Acceso: https://www.hubspot.es/products/crm

Odoo

Precio: Dispone de versión gratuita.
• Es un conjunto de aplicaciones de código abierto que cubren todas las necesidades de tu compañía: CRM, comercio electrónico, contabilidad, inventario, ..Es más que un CRM.
Acceso: https://www.odoo.com/es_ES/app/crm

SalesForce

Precio: Desde 25€ usuario/mes.
Dispone de un conjunto de herramientas online personalizables y adaptables para toda su empresa.
Acceso: www.salesforce.com/es/crm

ERP`s

Sage 200cloud

Precio: Escalable.
• Se trata de un software orientado a Pymes basado en la nube. Los negocios que cuentan con sus servicios se benefician de la fácil escalabilidad del programa y su interfaz amigable.
Acceso: https://www.sage.com/es-es/productos/sage-200cloud/

Holded

Precio: 25 €/mes el plan básico para pymes y 9 €/mes el plan Plus para autónomos. Tiene 14 días de prueba gratis.
• Integra las herramientas que necesitas para gestionar todo tu negocio en un solo lugar: facturación, contabilidad, equipo, proyectos, inventario, CRM.
Acceso: https://www.holded.com/es

SAP Business One

Precio: 38 €/mes en la nube más los costes de servicios de implantación. Tiene 30 días de prueba gratis, sin limites.
• El ERP para optimizar la gestión de pequeñas empresas. Extensa funcionalidad estándar. Fácil de usar e implementar. Asequible. Ágil y conectado. Visión global del negocio.
Acceso: https://www.sap.com/spain/products/business-one.html

02. Herramientas de almacenamiento en la nube

Introducción. Ventajas de utilizar documentos online.

Las principales ventajas de almacenar y utilizar documentos en la nube son:

• Se favorece la conservación de los originales, evitando su desgaste, deterioro o extravío.
• Reducción del espacio físico dedicado a papel, lo que evita costes directos e indirectos.
• Eliminación de los procesos de impresión y gasto de papel.
• Se evita la pérdida de tiempo profesional en la búsqueda manual de datos y documentos.
• Permite acceso on-line a los documentos desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar del mundo a través de Internet.
• Mayor accesibilidad de los usuarios a toda la información disponible.
• Posibilidad de compartir la información en otras aplicaciones.

Principales herramientas de almacenamiento en la nube

Google Drive

Es el servicio de almacenamiento de archivos de Google. En su versión gratuita incluye una capacidad de almacenamiento de 15 Gb. Este servicio funciona como un paquete de Microsoft Office u Open Office pero en línea y permite crear carpetas para almacenar y subir archivos de cualquier tipo, colabora con archivos de Microsoft Office sin tener que convertir formatos de archivo, y edita y guarda más de 100 tipos de archivo adicionales, como PDF, CAD e imágenes, entre otros.
Acceso: https://drive.google.com/

Dropbox

Dropbox te permite acceder a todos tus archivos de manera segura. Colabora con amigos, familiares y compañeros de trabajo desde cualquier dispositivo. Permite conectar con Zoom, Slack, Adobe Photoshop, Microsoft Office, presentaciones de Google, Trello y Asana.
Acceso: https://www.dropbox.com/es_ES/

OneDrive

OneDrive es el servicio en la nube de Microsoft que conecta a todos los archivos. Te permite almacenar y proteger tus archivos, compartirlos con otros usuarios y acceder a ellos desde cualquier lugar en todos tus dispositivos. Integrado con Microsoft Office 365, crear un documento y editarlo sin necesidad de guardarlo en un USB o enviarlo a una dirección de correo electrónico para su edición.
Acceso: https://onedrive.live.com/about/es-es/signin/

ICloud

Es un servicio exclusivo de almacenamiento para los usuarios de productos de Apple. Permite guardar los contactos, la agenda, el calendario, las fotos y cualquier tipo de documento.
Acceso: https://www.icloud.com/

Slideshare

Es un sitio web que ofrece a los usuarios la posibilidad de subir y compartir en público o en privado documentos en Adobe PDF, Microsoft Word y OpenOffice y la mayoría de documentos de texto sin formato, e incluso algunos formatos de audio y vídeo.
Acceso: https://es.slideshare.net/

03. Herramientas de Comunicación online trabajo colaborativo y gestión de equipos

Principales herramientas de comunicación online, trabajo colaborativo y gestión de equipos

Asana

Ayuda a que tu equipo realice su mejor trabajo. Optimiza la planificación de tus proyectos, realiza un seguimiento de la información clave para tu equipo y mantén a todos informados, de modo que puedan trabajar mejor y más rápido. Visualiza rápidamente en qué estado se encuentra el trabajo, identifica los próximos pasos y toma acciones concretas para mantenerte al día con tus tareas.
Acceso: https://asana.com/es

Trello

Trello es un software de administración de proyectos con interfaz web y con cliente para iOS y Android para organizar proyectos.
Crea un tablero, listas y tarjetas de Trello para empezar, y personalizarlos y expandirlos conforme el trabajo en equipo vaya a más. Gestiona proyectos, organiza tareas y fomenta un trabajo conjunto y colaborativo desde un mismo lugar.
Acceso: https://trello.com

Google Workspace

• Google Workspace es un servicio de Google que proporciona varios productos de Google con un nombre de dominio personalizado por el cliente. Cuenta con varias aplicaciones web con funciones similares a las suites ofimáticas tradicionales, incluyendo Gmail, Meet, Drive, Docs, entre otros.

• Usa calendarios compartidos para saber cuándo están libres los demás y programa reuniones con invitaciones automáticas por correo electrónico.

• Con un sólo clic, convierte tu reunión en una videoconferencia desde cualquier ordenador, teléfono o tablet con cámara.

• Comparte tu pantalla para revisar el trabajo en equipo y toma decisiones sobre la marcha.

• Trabaja fácilmente en documentos, hojas de cálculo y presentaciones en todos los dispositivos, con o sin conexión a Internet.

• Trabaja en un mismo documento con tus compañeros de equipo o con personas ajenas a tu empresa. Visualiza de forma instantánea los cambios que introducen los demás, comunícate con ellos a través del chat integrado y añade comentarios con tus preguntas.

• Pueden trabajar varias personas al mismo tiempo en un archivo y todos los cambios se guardan de forma automática.

Acceso: https://workspace.google.com/intl/es/

Miro

Una pizarra colaborativa virtual que acerca a los equipos, en cualquier momento y en cualquier lugar.
Con Miro puedes ampliar y reducir los canvas y las pizarras digitales al infinito para trabajar como prefieras. Activa tu creatividad, planifica proyectos desde todos los ángulos posibles y crea núcleos centralizados de información, para mantener a todo tu equipo al tanto. Mira el panorama general sin perderte los detalles.
Acceso: https://miro.com/es/

Slack

Mantén la sintonía y toma decisiones más rápido al reunir toda tu comunicación laboral en un solo lugar.
Reúne a las personas y la información adecuadas en canales. Comparte ideas, toma decisiones y consigue que avance el trabajo con un propósito y un entorno comunes.
Automatiza las tareas diarias dentro y fuera de Slack, sin necesidad de código.
Acceso: https://slack.com/intl/es-es/

04. Herramientas de trabajo en remoto

Principales herramientas de trabajo en remoto

Teamviewer

TeamViewer es una solución integral de acceso, control y soporte remoto que trabaja con casi todos los escritorios y plataformas móviles, incluyendo Windows, macOS, Android, y con iOS. TeamViewer te permite entrar en ordenadores y dispositivos móviles en remoto, localizado en cualquier lugar del mundo para que puedas usarlos como si estuvieras ahí mismo. Además, puedes conectarte en remoto a servidores, máquinas comerciales y dispositivos IoT (Internet Of Things) desde cualquier lugar y momento a través de una red de acceso global totalmente segura.
Acceso: https://www.teamviewer.com/es/

Anydesk

Conéctate a un ordenador de forma remota desde el otro extremo de la oficina o desde cualquier parte del mundo.
El software de soporte remoto de AnyDesk también permite una compatibilidad perfecta entre aparatos con sistemas operativos distintos. Incluyendo la asistencia para Windows, macOS, Android, iOS, Linux, FreeBSD, Raspberry Pi y Chrome OS, podrá conectarse fácilmente con los usuarios desde una amplia gama de plataformas.
Acceso: https://anydesk.com/es

VNC Viewer

VNC es un programa que permite tomar el control del ordenador servidor remotamente a través de un cliente multiplataforma. Una vez instalado VNC en el ordenador, es posible acceder a él desde cualquier parte del mundo a través de Internet y desde cualquier dispositivo, como ordenadores o smartphones. VNC ofrece clientes especialmente adaptados a todas las plataformas.
Disponible para Windows, Mac, Linux, Android y iOS. Las versiones móviles se encuentran en Google Play y Apple Store respectivamente.
Acceso: https://www.realvnc.com/es/connect/download/viewer/

Google Remote Desktop

Un método fácil para conectarte de forma remota al ordenador de casa o del trabajo, o de compartir tu pantalla con otras personas.
Accede de forma segura a tu ordenador cuando estés fuera, ya sea mediante tu teléfono, tu tablet u otro ordenador.
Comparte tu pantalla para colaborar en tiempo real, o conéctate a otro ordenador para ofrecer o recibir asistencia remota.
Acceso: https://remotedesktop.google.com/?pli=1

Remote Desktop Manager

Remote Desktop Manager te permite centralizar todas tus conexiones, contraseñas y credenciales remotas en una plataforma única.
Una potente aplicación para gestionar las conexiones entre dos o más ordenadores y dispositivos móviles e intercambiar datos entre ellos.
Con Remote Desktop Manager es posible administrar conexiones remotas en ordenadores y dispositivos móviles. Se trata de una completa aplicación, en sus diferentes versiones, que ofrece una versión gratuita, válida para muchos usuarios.
Acceso: https://remotedesktopmanager.com/

05. Herramientas de seguridad Informática y privacidad de datos

1. Seguridad informática

La seguridad informática, (ciberseguridad o seguridad de tecnología de la información), es la protección de la infraestructura computacional y todo lo vinculado con la misma, y especialmente, la información contenida en una computadora o circulante a través de las redes de computadoras.

Para ello existen una serie de estándares, protocolos, métodos, reglas, herramientas, y leyes concebidas para minimizar los posibles riesgos a la infraestructura y/o a la propia información.

La ciberseguridad comprende software (bases de datos, metadatos, archivos), hardware, redes de computadoras, y todo lo que la organización entienda y valore como un riesgo si la información confidencial involucrada pudiera llegar a manos de otras personas.

Principales web y herramientas de ciberseguridad

A continuación puedes ver diversas web españolas especializadas en ciberseguridad que ofrecen varias herramientas interesantes en este aspecto.

OSI (Oficina de Seguridad del Internauta)

La OSI (Oficina de Seguridad del Internauta) ofrece varias herramientas gratuitas de ciberseguridad.
Acceso: https://www.osi.es/es/herramientas-gratuitas

INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad)

Ofrece diversas herramientas de ciberseguridad para la empresa.
Acceso: https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/herramientas

Políticas de Seguridad para la empresa
Acceso: https://youtu.be/oado7fL4fz0

Servicios Antibotnet
Acceso: https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/herramientas/servicio-antibotnet

Herramienta de autodiagnóstico en 5 minutos
Acceso: https://adl.incibe.es/

Servicio gratuito para prevenir, subsanar y denunciar ataques (Ransomware)
Acceso: https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/guias/ransomware-guia-aproximacion-el-empresario

Catálogo de empresas y soluciones de ciberseguridad
Acceso: https://www.incibe.es/sites/default/files/contenidos/guias/doc/catalogo_ciberseguridad.pdf

2. Privacidad y seguridad de los datos

Guía "Privacidad y Seguridad en Internet"

El objetivo de esta guía, elaborada en colaboración entre la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE) y la Oficina de Seguridad del Internauta (OSI), es promover el uso seguro y responsable de Internet, explicando los riesgos a los que estamos expuestos y proporcionando las pautas necesarias para sacar partido a los servicios sin comprometer nuestra seguridad y privacidad.

Se abordan temas como la importancia de tener contraseñas robustas, de hacer copias de seguridad, consejos para comprar en línea, cómo evitar los programas maliciosos, aspectos de privacidad en redes sociales y servicios en la nube, la mediación parental y, en general, la protección de nuestros datos personales.

Acceso: https://www.aepd.es/sites/default/files/2019-11/guia-privacidad-y-seguridad-en-internet.pdf

Principales web y herramientas de protección y seguridad de datos

OSI (Oficina de Seguridad del Internauta)

La Oficina de Seguridad del Internauta (OSI) ofrece varias herramientas en materia de:

Cifrado y gestor de contraseñas
Acceso a 11 Herramientas que se utilizan para codificar/decodificar información, de forma que sólo quien conozca la contraseña adecuada puede descifrarla. Almacén seguro de contraseñas.
Acceso: https://www.osi.es/herramientas-gratuitas?herramienta_selec%5b%5d=118

Privacidad y navegación
Acceso a 13 Herramientas que ayudan a proteger la privacidad de un usuario en internet.
Acceso: https://www.osi.es/herramientas-gratuitas?herramienta_selec%5b%5d=119

is4K

Internet Segura for Kids (IS4K) es el Centro de Seguridad en Internet para menores de edad en España y tiene por objetivo la promoción del uso seguro y responsable de Internet y las nuevas tecnologías entre los niños y adolescentes. Dentro de las herramientas que pone a tu disposición se encuentran algunas de **control parental.**
Acceso: https://www.is4k.es/de-utilidad/herramientas

Facilita RGPD

Facilita RGPD es una herramienta fácil y gratuita de la Agencia Española de Protección de Datos. Ha sido diseñada como un recurso útil para cualquier empresa o profesional, ya que con tan solo tres pantallas de preguntas muy concretas permite a quien la utiliza valorar su situación respecto del tratamiento de datos personales que lleva a cabo.
Facilita RGPD está orientada a empresas que tratan datos personales de escaso riesgo, como, por ejemplo, datos personales de clientes, proveedores o recursos humanos. No podrá utilizarse para tratamientos que impliquen un alto riesgo para los derechos y libertades de las personas, como datos de salud o tratamientos masivos de datos, entre otros.
La herramienta genera diversos documentos adaptados a la empresa concreta, pero hay que tener en cuenta que Facilita RGPD es una ayuda y, por tanto, la documentación resultante deberá estar adaptada y actualizada a la situación de los tratamientos que se lleven a cabo en cada entidad. La obtención de los documentos no implica el cumplimiento automático del RGPD.
Acceso: https://www.aepd.es/es/guias-y-herramientas/herramientas/facilita-rgpd

06. Herramientas de comunicación

WhatsApp

Con WhatsApp, la mensajería y las llamadas son rápidas, simples, seguras y gratuitas, además de estar disponibles en cualquier teléfono alrededor del mundo.
Algunos de los momentos más personales se comparten a través de WhatsApp; es por ello que desarrolla el cifrado de extremo a extremo en las versiones más recientes de la aplicación. Con el cifrado de extremo a extremo, tus mensajes y llamadas están protegidos para que solo las personas con las que te comunicas los puedan leer o escuchar sin que nadie más, ni siquiera WhatsApp, lo pueda hacer.

Las funciones que incluye esta aplicación son las siguientes:
• **Mensajes: Mensajería simple y confiable.**
Envía mensajes gratis a tus amigos y familiares. WhatsApp usa la conexión a Internet de tu teléfono para enviar mensajes y así evitar cargos de SMS.
• **Chats de grupo: Grupos para mantenerse en contacto.**
Mantente en contacto con el grupo de personas qué más te importa, como tu familia o tus compañeros de trabajo. Con los chats de grupo, puedes compartir mensajes, fotos y videos con hasta 256 personas a la vez. También puedes darle un nombre al grupo, silenciarlo, personalizar las notificaciones y mucho más.
• **Llamadas y videollamadas: Habla sin restricciones.**
Con las llamadas, puedes hablar con tus amigos y familiares gratis, incluso si están en otro país. Y con las videollamadas gratis, puedes conversar cara a cara cuando necesites algo más que simplemente escucharles la voz o leer un mensaje de texto. Las llamadas y videollamadas de WhatsApp utilizan la conexión a Internet de tu teléfono, en lugar de los minutos de voz de tu plan de telefonía móvil, así que no tienes que preocuparte por cargos de llamadas costosos.
• **Fotos y vídeos: Comparte momentos importantes.**
Envía fotos y videos con WhatsApp de manera instantánea. También puedes capturar los momentos que más te importan con nuestra cámara integrada. Con WhatsApp, las fotos y los videos se envían rápidamente, aunque tu conexión a Internet sea lenta.
• **Documentos: Comparte documentos fácilmente.**
Envía archivos PDF, documentos, hojas de cálculo, presentaciones y mucho más sin necesidad de usar otra aplicación o tu correo electrónico. Puedes enviar documentos de hasta 100 MB como máximo, así que puedes hacer llegar lo que necesitas a quien quieras fácilmente.
• **Mensajes de voz: Di lo que piensas.**
Algunas veces, tu voz lo dice todo. Con tal solo presionar un botón, puedes grabar un mensaje de voz para enviar un saludo rápido o contar algo con más detalles.
Acceso: https://www.whatsapp.com

WhatsApp Business

WhatsApp Business es una aplicación que se puede descargar de manera gratuita, diseñada para atender las necesidades de las pequeñas empresas. Con esta aplicación, es más fácil comunicarte con tus clientes, enseñarles tus productos y servicios, y responder las preguntas que tengan durante la experiencia de compra. Crea un catálogo para mostrar tus productos y servicios, y usa herramientas especiales para automatizar, ordenar y responder mensajes rápidamente.
WhatsApp Business también puede ser útil para las empresas medianas y grandes, ya que pueden usarlo para brindar servicio de atención al cliente y enviar notificaciones importantes a sus clientes.

Las funciones que incluye esta aplicación son las siguientes:
• **Destácate: Perfil de empresa**
Crea un perfil de empresa que tenga información útil para tus clientes, como una descripción de tu empresa, la dirección, el correo electrónico y el sitio web.
• **Más mensajes, menos trabajo: Respuestas rápidas**
Con las respuestas rápidas, puedes guardar y volver a usar los mensajes que envías con frecuencia para responder fácil y rápidamente a las preguntas más comunes.
• **Organízate: Etiquetas**
Organiza tus contactos o chats con etiquetas para poder encontrarlos fácilmente.
• **Responde al instante: Mensajes automáticos**
Configura un mensaje de ausencia cuando no puedas responder para que tus clientes sepan cuándo recibirán una respuesta. También puedes crear un mensaje de bienvenida para presentarles la empresa a tus clientes.
Acceso: https://www.whatsapp.com/business

Telegram

Telegram es una aplicación de mensajería enfocada en la velocidad y seguridad, es súper rápida, simple y gratuita. Puedes usar Telegram en todos tus dispositivos al mismo tiempo. Tus mensajes se sincronizan a la perfección a través de cualquiera de tus teléfonos, tablets o computadoras.
Con Telegram, puedes enviar mensajes, fotos, videos y archivos de cualquier tipo (doc, zip, mp3, etc.), como también crear grupos de hasta 200.000 personas o canales para hacer difusiones a audiencias ilimitadas. Puedes escribir a tus contactos del teléfono y encontrar personas a través de sus nombres de usuario. Como resultado, Telegram es como el SMS y el correo electrónico combinados, y puede satisfacer todas tus necesidades de mensajería personal o de negocios. Además, ofrece llamadas de voz y videollamadas con cifrado end-to-end, así como chats de voz en grupos que permiten miles de participantes.
Acceso: https://telegram.org/

07. Herramientas de comunicación con el cliente

Google Forms

Google Forms es una funcionalidad incluida en la cuenta gratuita de google. Las funcionalidades de esta aplicación son muy extensas, que van desde la realización de encuestas, recogida de datos para matrículas o realización de tests. Especialmente potente cuando se conecta con la Hoja de Cálculo Google, también incluida en la cuenta Google. Google Forms permite la introducción de diferentes tipos de ingreso de datos, imágenes o videos. Es perfectamente utilizable desde el móvil y puede ser incrustado en páginas web.
Acceso: https://docs.google.com/forms/u/0/

Form Publisher

Se trata de un add-on, o complemento, añadido a la cuenta de Google con un tipo de cuenta gratis, y otra premium (de pago). Se instala el software vinculado a la cuenta Google, por lo que se accede al mismo a través de un navegador (como Chrome y Firefox).
Este software permite la conversión automática a pdf de los registros ingresados a través de los formularios google. Software especialmente interesante para formularios de gestión de datos personales.
Acceso: https://form-publisher.com

Mailchimp

Este programa permite la creación de campañas de email, medir sus resultados y hacer un seguimiento de los suscriptores. Cuenta con una versión gratis y otra de pago. Permite la creación de emails profesionales, incluyendo todo tipo de recursos: imágenes, videos, audios.
Acceso: https://mailchimp.com/es

Acumba Mail

Aplicación muy similar a Mailchimp, pero de origen español. Permite igualmente la creación de campañas de publicidad a través de email y SMS, así como la publicación de landing pages para las campañas. Tiene diferentes tarifas de pago, así como una tarifa gratuita que permite el envío de hasta 2.000 emails al mes.
Acceso: https://acumbamail.com/

08. Herramientas de pago electrónico

PayPal

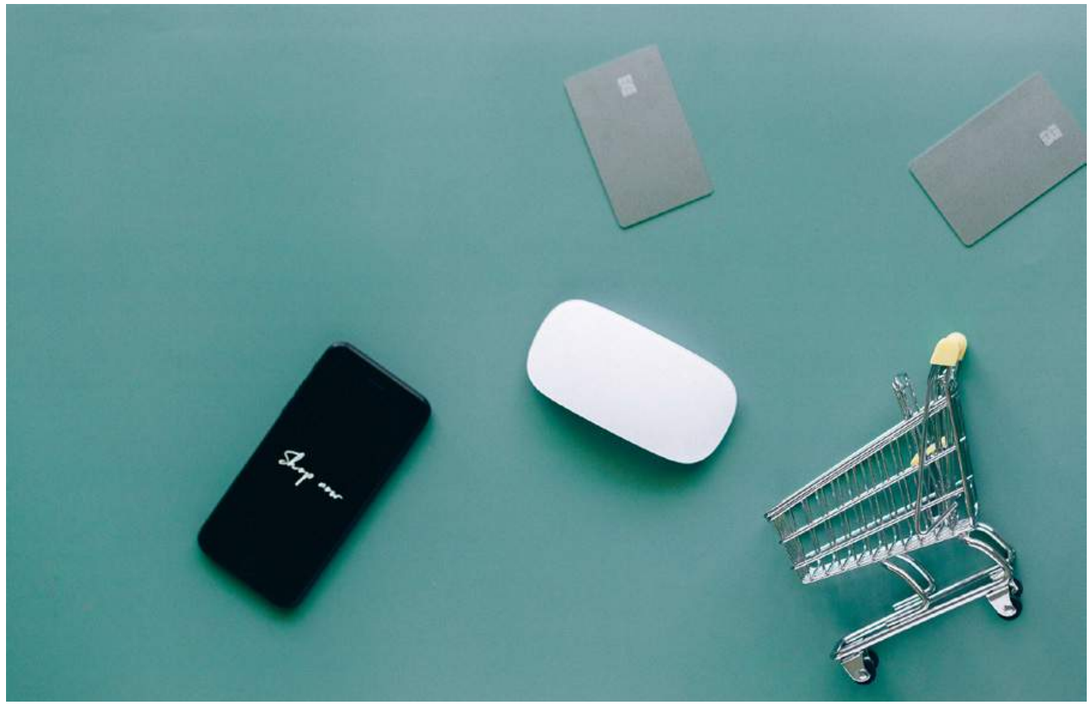
PayPal es un servicio que te permite pagar, enviar dinero y aceptar pagos sin tener que introducir tus datos financieros continuamente. Paga con PayPal de forma más rápida y segura. 250 millones de personas de más de 200 países y mercados usan PayPal y en 25 divisas.
En cuanto a protección, PayPal utiliza tecnología de cifrado y prevención de fraudes de forma ininterrumpida para proteger tu información. Y, si un artículo que cumple ciertos requisitos no te llega o no coincide con la descripción original, pueden reembolsarte el importe. Además, si decides devolver una compra, puedes solicitar el reembolso de los gastos de devolución.
En cuanto a flexibilidad, vincula tu cuenta bancaria o tu tarjeta a tu cuenta PayPal. Elige cómo quieres pagar sin preocuparte de tener o no saldo en tu cuenta PayPal.
Envía dinero a tus amigos y familiares en solo unos clics. Lo único que necesitas es la dirección de correo electrónico o el número de teléfono del destinatario. Podrás saldar tus deudas en cuestión de segundos.
Para operar con PayPal, crea una cuenta, vincula tu cuenta bancaria o tu tarjeta y paga usando solamente tu correo electrónico y una contraseña, o con el número de móvil y un PIN.
Acceso: https://www.paypal.com/es/webapps/mpp/home

Bizum

Bizum es la forma más fácil, rápida y segura de realizar pagos desde el móvil.
Enviar y recibir dinero más rápido que nunca: Con Bizum olvídate de pedir IBAN o transferencias que tardan días en llegar. Sólo necesitas tu móvil y el número de teléfono de la persona a la que quieres enviar el dinero.
Sin importar el tamaño de tu empresa, ya puedes aceptar pagos con Bizum en tu comercio online o pagar promociones, premios y descuentos.
Acceso: https://bizum.es/

Amazon Pay

Amazon Pay es un servicio de pago online que se integra perfectamente con tu sitio web.
Puedes optimizar tu proceso de compra para web y dispositivos móviles con Amazon Pay, una solución de pago online flexible y fácil de integrar.
Desde pagos recurrentes hasta reservas de artículos, Amazon Pay te ayuda a resolver una gran variedad de necesidades de pago.
Acceso: https://pay.amazon.es/



Apple Pay

Apple Pay es sencillo de configurar y ofrece a tus clientes una forma rápida y totalmente segura de pagar con sus dispositivos. Si ya aceptas tarjetas de débito y crédito, habla con tu proveedor para aceptar pagos con Apple Pay.
Apple Pay es muy fácil de usar y funciona con los dispositivos Apple que tengas. Gracias a la tecnología contactless, puedes hacer pagos sin contacto y con total seguridad en tiendas, apps y webs. Es aún más cómodo que utilizar una tarjeta. Y más seguro.
Acceso: https://www.apple.com/es/apple-pay/

Google Pay

Google Pay, es una plataforma desarrollada por Google para su uso en sistemas de pago desde dispositivos móviles, ofreciendo a los usuarios la capacidad de hacer pagos con dispositivos Android, tabletas o smartwatches.
Con Google Pay, tus clientes pueden disfrutar de una experiencia de compra más rápida gracias a su servicio de autenticación adicional integrado, y a ti te ayuda a cumplir con los nuevos requisitos del sistema de autenticación reforzada (es decir, el Strong Customer Authentication o SCA) de la nueva Directiva de Servicios de Pago, PSD2.
Acceso: https://pay.google.com/intl/es_es/about/business/

09. Creación de páginas web

Antes de plantear la creación de una Web has de preguntarte cuales son los objetivos que persigues y el propósito de esa Web. Esto es debido a que existen distintos tipos de Webs, y cada tipo está alineado con un objetivo. Si tu propósito es vender a través de la Web necesitarás un e-commerce. Si es promocionarte y trabajar tu marca (branding) quizás lo más adecuado sea una web corporativa. Si se trata de dar respuesta a un problema o necesidad inmediata lo mejor podría ser una "landing page". Si el propósito es proporcionar contenido de valor a un colectivo o comunidad podría encajar un Blog.

Dicho lo anterior, el desarrollo de una web se ha "democratizado" bastante, sin que actualmente sea imprescindible la figura de un "Webmaster" o programador que la desarrolle a medida. Mediante gestores de contenido (CMS) podrás empezar a desarrollar tu web con unos mínimos conocimientos técnicos -que resultan imprescindibles-, pero que podrás adquirir a través de multitud de guías y tutoriales en Internet. Uno de los CMS más populares es **Wordpress, https://es.wordpress.org.** Como es de código abierto se trata de un software gratuito.

Una vez tienes instalado tu gestor de contenidos (CMS), necesitarás una plantilla que te permite crear tu web a través de un patrón pre-diseñado. Evidentemente, atendiendo al propósito u objetivo que mencionamos al inicio de este apartado la plantilla que elijas tendrá diferentes características y deberás de tener en cuenta que sea compatible con alguna funcionalidad que quieras incorporar a la misma. Por ejemplo, si quieres desarrollar una tienda on-line deberás de elegir una plantilla que sea compatible con un plugin como **Woocommerce** y que instalaras en tu Wordpress.

Existen plantillas gratuitas o de pago. Una plataforma en la que puedes acceder a un catálogo de plantillas es **Themeforest (https://themeforest.net)** También ten en cuenta en tu elección algunas características básicas, como que cumplan con el requisito "reponsive desing", s decir, que adapten automáticamente los contenidos que se muestran a los distintos dispositivos que los usuarios utilizan para acceder a tu web: ordenador, tablet, móvil...

Otra alternativa que te permite crear tu propia web de forma fácil, intuitiva y rápida es **Shopify, (https://www.shopify.es).** Al igual que Wordpress se trata de un CMS, aunque de pago. Cuenta cada vez con un mayor número de usuarios y dispone de distintos planes de tarifas según las funcionalidades que requieras. Está enfocada fundamentalmente a la creación de webs de e-commerce.

Existen además plataformas con plantillas de diseño web. Una de las más conocidas es **Wix (https://es.wix.com).**

Wix es una plataforma para la creación de páginas web sencillas dirigida a personas sin conocimientos previos. Permite la creación de páginas web editando directamente en pantalla lo que finalmente se va a ver por parte del visitante. Tiene una opción gratis y otra de pago, que necesitarás si quieres que tu página tenga un dominio web. Adaptada a la navegación desde el móvil, cuenta con multitud de complementos que permiten innumerables procesos. Es una plataforma especialmente interesante para páginas simples de emprendedores.

Por último necesitarás un **Hosting,** es decir, un servicio de alquiler de un espacio en un servidor en el que alojar tu web para que cualquier usuario pueda acceder en cualquier momento a la misma, por lo que además tendrás que adquirir un "dominio" (Nombre exclusivo y único de tu web en Internet).

Existen muchos empresas proveedoras de Hosting, por lo que aquí tienes una guía que plantea aspectos a tener en cuenta a la hora de contratarlo:
https://www.haciaelautoempleo.com/contratar-un-hosting-profesional

Y ya para finalizar tu web necesitas la elección de un **Dominio-URL.**

El propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS), es traducir las direcciones IP de cada activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar para los humanos.

El siguiente ejemplo ilustra la diferencia entre una URL (uniform resource locator o «localizador de recurso uniforme») y un nombre de dominio:

Nombre de dominio: andaluciaemprende.es
URL: https://www.andaluciaemprende.es

El registro de dominios es el proceso por el cual personas, empresas, organizaciones sin ánimo de lucro o educativas, organismos internacionales o gobiernos, solicitan el registro de un nombre de dominio a cambio de pagar una cierta cantidad de dinero y cumplir determinado procedimiento administrativo ante un registrador.

Un registrador de dominios es una empresa que vende dominios de Internet. Permiten que un individuo o empresa pueda pagar una cuota anual a cambio de tener un nombre de dominio, como: .com, .co, .es, .org, .net, y muchos otros.

A continuación te indicamos un listado de agentes registradores oficiales por dominios .es:
https://www.dominios.es/agentes-registradores/nuestros-agentes-registradores#block-views-block-agentes-registradores

10. Herramientas de diseño gráfico y vídeo

Imagen y marca online

La Ley de Propiedad Intelectual protege los derechos de los autores sobre las imágenes y vídeos que podemos encontrar por internet, por lo que no pueden ser usadas libremente, y de otro lado puede resultar costoso crear nuestras propias imágenes y vídeos. Para solucionar este problema nos encontramos con los bancos de imágenes, algunos de ellos son gratuitos como:

https://unsplash.com/
https://www.pexels.com/es-es/
Otros son de pago como por ejemplo: **https://sp.depositphotos.com/**

Principales herramientas de diseño gráfico y vídeo

Canva

Canva es una web de diseño gráfico y composición de imágenes para la comunicación, y que ofrece herramientas online para crear contenido web de todo tipo: carteles, posters, infografías, documentos, tarjetas de visita, portadas de Facebook o gráficos de forma muy sencilla. Puedes usar el banco de contenidos diseñados previamente, o también te permite hacer tus propios diseños desde cero, añadiendoles imágenes, otros elementos y textos.
Acceso: https://www.canva.com/

Gimp

Gimp es una herramienta para el diseño gráfico gratuita. Sirve para procesar gráficos y fotografías digitales.
Acceso: https://www.gimp.org/

Picmonkey

PicMonkey es un servicio de diseño y edición de fotografías en línea al que se puede acceder desde un navegador web o mediante una aplicación móvil.
Acceso: https://www.picmonkey.com/es

Animoto

Animoto es un servicio de creación de videos basado en la nube que produce videos a partir de fotos, videoclips y música en presentaciones de diapositivas de vídeo. Está disponible en plataformas móviles y en línea.
Acceso: https://animoto.com/

11. Redes sociales

Introducción

Una red social es una página web que sirve como herramienta de comunicación entre los usuarios que la utilizan. Principalmente se comparte información en formato de texto, imágenes y vídeos. Estos usuarios pueden ser personas físicas o marcas empresariales, causas sociales, personas referentes, etc.

Según la web Ingenio Virtual **(https://www.ingeniovirtual.com)**, las redes sociales se pueden clasificar en:

- **Generalistas:** Facebook, Twitter, Instagram, TikTok etc.
- **Profesionales:** Linkedin, About.me, Vadeo, Xing …
- **De contactos y citas:** Badoo, Meetic, Match, Pof, etc.
- **De noticias:** Menéame, Reddit, Delicious…
- **Salud y deporte:** Runkeeper, Endomondo, HealthTrap, etc.
- **Turismo y viajes:** Toprural, Minube, Tripadvisor …
- **De mensajería:** Whatsapp, Telegram, Facebook Messenger, Hangouts, etc.
- **Música:** Spotify, MySpace, Soundcloud, LastFM …
- **Científicas:** MethodSpace, Academia.edu, ResearchGate, etc.

Entre las más importantes destacamos: facebook, twitter, instagram, tiktok, linkedin

Facebook

Es una red social, basada en la conexión de personas, a través de la cual se puede compartir contenido como imágenes, videos, etc. Además las empresas, entidades y personas relevantes pueden tener unos perfiles especiales.
https://es-es.facebook.com/

Twitter

Es una red social, utilizada para compartir contenido a través de mensajes cortos.
https://twitter.com/

Instagram

Red social que permite compartir imágenes y aplicar efectos fotográficos, destaca por que los usuarios comparten “historias”, a través de imágenes o vídeos cortos, que hacen referencia a los momentos que están viviendo en ese momento.
https://www.instagram.com/?hl=es

Tiktok

Red social que permite grabar, editar y compartir videoselfies musicales de un minuto, también nos permite utilizar distintos efectos.
https://www.tiktok.com/es

Linked In

En esta red social el objetivo es generar relaciones que te acerquen a tus objetivos profesionales. Generalmente el contenido que se comparte a través de esta plataforma está siempre relacionado con temas profesionales.
https://es.linkedin.com/

Aplicaciones para la gestión de redes sociales

En internet podemos encontrar distintas herramientas para gestionar nuestras publicaciones en las distintas redes sociales, automatizar las publicaciones, realizar seguimiento de la audiencia, entre otras opciones. A continuación te enumeramos las herramientas más utilizadas.

Hootsuite

Es un gestor de publicaciones en distintas redes sociales que nos ayuda a automatizar la publicación del contenido, medir el ROI, entre otras.
https://www.hootsuite.com/es/

TweetDeck

es un gestor de contenido que está enfocado a twitter. Nos permite hacer seguimiento de distintas cuentas y realizar publicaciones.
https://tweetdeck.twitter.com/

Buffer

Nos permite planificar publicaciones de contenido variado en distintas redes sociales.
https://buffer.com/

Audiense

Es una herramienta que nos proporciona información sobre las audiencias en las redes sociales, y se utiliza para planificar la estrategia de marketing.
https://es.audiense.com/

12. Herramientas para realizar métricas y analíticas web

Introducción

Una vez hemos creado nuestra página web corporativa, independientemente de si tiene venta online o no, es fundamental conocer y analizar qué está ocurriendo en ella, saber qué tráfico tiene, procedencia de las visitas, tiempo de permanencia en la misma, posicionamiento en buscadores, etc.

Principales herramientas de analíticas web

Para poder analizar todo esto mencionamos unas cuantas herramientas útiles:

Google Analytics

Con Google Analytics puedes conocer mejor a tus clientes para ofrecerles mejores experiencias y conseguir buenos resultados. Con Google Analytics es más fácil saber cómo interactúan los usuarios con el contenido de tus sitios web y aplicaciones, y descubrir qué funciona y qué no. Consulta los completos informes y los paneles para averiguar qué hacen los usuarios en tus sitios web y aplicaciones, así como el papel que desempeña cada canal. Además, puedes conectar sistemas para medir la CRM, los puntos de venta y otros puntos de contacto con los clientes para obtener información más detallada.
Tiene una versión gratuita (Analytics) y otra de pago (Analytics 360).

Con Google Analytics, puedes acceder a todos estos datos:
• Usuarios
• Usuarios únicos
• Sesiones
• Sesiones por dispositivo
• Páginas vistas
• Fuentes de tráfico
• Porcentaje de rebote
• Porcentaje de páginas por sesión
• Duración media de la sesión
• Usuarios por horas del día
• Datos demográficos y geográficos de los usuarios
• Intereses de los usuarios
• Tecnología empleada
• Conversiones
Acceso: https://analytics.google.com/

Google Search Console

Esta es otra herramienta esencial para analizar el posicionamiento web de tu página. Los informes de Search Console te ayudan a medir el tráfico y el rendimiento de búsqueda de tu sitio, solucionar problemas y hacer que tu sitio brille en los resultados de la búsqueda de Google.
Se trata de una herramienta gratuita.

Con Google Search Console, podrás acceder a las siguientes métricas relacionadas con el tráfico orgánico y tu página:
• Clics
• Impresiones
• CTR medio
• Posición media
• Errores de cobertura
• Velocidad
• Errores de usabilidad móvil
Acceso: https://search.google.com

Hotjar

Hotjar es otra herramienta de análisis del comportamiento del usuario que visita la página web, ofreciendo dos funcionalidades muy interesantes:
• Los mapas de calor, que ofrecen las zonas de la página más visitadas o con más clics.
• Grabaciones del recorrido de los visitantes por la página web.

Otras métricas que ofrece Hotjar son:
• Embudos de conversión
• Análisis de formularios
• Encuestas de feedbacks
• Feedbacks recibidos

Tiene una versión gratuita (limitada) y una versión de pago.
Acceso: https://www.hotjar.com/

Herramientas de análisis de posicionamiento SEO

Existen también herramientas que analizan el posicionamiento que tiene la página web en los buscadores cuando se realizan búsquedas por parte de los usuarios de internet. Esto habitualmente es llamado SEO por sus siglas en inglés: (Search Engine Optimization) y hay que tenerlo muy en cuenta a la hora de haber diseñado y elaborado la página web, de modo que podamos aparecer en las posiciones más altas posibles en los resultados de búsqueda.

Google Search Console

Google Search Console, como hemos visto anteriormente, es una gran herramienta gratuita para hacer métrica web, pero puede ser también muy útil para el SEO o posicionamiento en el buscador Google.
Si lo enlazamos con Google Analytics podemos tener una herramienta que nos da una visión bastante completa sobre el comportamiento de nuestra página web.

¿Qué funcionalidades tiene para el posicionamiento SEO? Destacamos las siguientes:
• Confirmar que Google puede encontrar y rastrear tu sitio web
• Consultar los datos de tráfico de tu sitio web en la búsqueda de Google
• Recibir alertas cuando Google detecte en tu sitio web problemas de indexación, por spam o por otros motivos.
Acceso: https://search.google.com/search-console/welcome

Alexa

Alexa es una herramienta de la compañía Amazon que permite realizar un análisis de la competencia, mejorar los resultados SEO, publicidad de pago (SEM) y marketing de contenido.
Pero por lo que es más conocido es por su ranking de páginas web más populares en los últimos 3 meses, ordenadas por países y a nivel global, el cual puedes consultar en este enlace para España:
https://www.alexa.com/topsites/countries/ES
Tiene una versión de prueba gratuita de 14 días.

¿Qué funcionalidades tiene? Para un perfil de profesional del marketing digital, esta aplicación ofrece:
• Herramientas SEO
• Análisis competitivo
• Investigación de contenido
• Análisis de audiencia
• Herramientas de backlinks
• Medición del tráfico del sitio web
• Investigación de palabras clave
Acceso: https://www.alexa.com/

Semrush

Semrush es una herramienta de gestión SEO muy utilizada por los profesionales del marketing digital, aunque es una de las más caras. Tiene la posibilidad de acceder a una versión de prueba gratuita.

¿Qué funcionalidades tiene?
• Búsqueda de palabras clave (Keywords research)
• Revisión del SEO de la página
• Análisis de la competencia
Acceso: https://es.semrush.com/features/

SE Ranking

SE Ranking es una herramienta integral de gestión de SEO de pago, pero más económica que otras herramientas. Tiene la posibilidad de acceder a una versión de prueba gratuita.

¿Qué funcionalidades tiene? Aquí te mencionamos algunas:
• Rastreo de palabras clave
• Auditoría del sitio web
• Auditoría SEO de la página
• Monitoreo de backlinks
• Sugerencia de palabras clave
Acceso: https://seranking.com/es/

Sistrix

Sistrix es una herramienta de gestión SEO. Es capaz de comprobar grandes volúmenes de información y proveer informes completos, indicando dónde se posiciona tu competencia y cómo hacer para igualarla.

¿Qué funcionalidades tiene? Entre las herramientas gratuitas que ofrece, destacamos:
• Análisis gratuito de la página.
• Índice de visibilidad
• Generador de hashtags para Instagram
• Comprobación de la velocidad de carga de la página
• Herramienta de palabras clave (keywords tool).

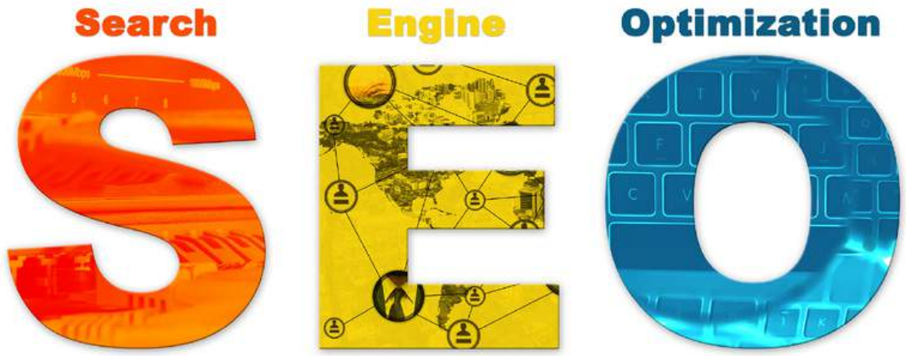
Esto es posible gracias a uno de sus módulos, los cuales analizan las palabras clave y las temáticas del top 100 de posiciones de Google para cada búsqueda relacionada, de esta manera detectan para qué posiciona la competencia y tu página web aún no.
Tiene una versión de prueba gratuita y otras versiones de pago.
Acceso: https://www.sistrix.es/

Woorank

Woorank es otra herramienta de gestión de SEO de pago, aunque ofrece una prueba gratuita.

¿Qué funcionalidades tiene?
- Análisis de sitios web
- Monitoreo de palabras clave
- Comparativa con la competencia.

Acceso: https://www.woorank.com/es



Plugins de SEO Wordpress

Si tu página web está diseñada con tecnología Wordpress, a continuación te indicamos algunos plugins de SEO para Wordpress, los cuales sólo tienes que instalar desde la parte de administrador wordpress de la página y empezar a utilizar:

Yoast SEO
https://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/

The SEO Framework
https://wordpress.org/plugins/autodescription/

SEO Press
https://wordpress.org/plugins/wp-seopress/

13. Impulso digital con Google

Grow with Google

Grow with Google

Google te ofrece la oportunidad de capacitarte en diferentes habilidades a través del servicio «Grow with Google» («Crece con Google», en español). Se trata de una plataforma online y gratuita que permite a los usuarios aprender distintas materias y capacidades para mejorar su negocio en el entorno actual.

A través de la web **https://grow.google/intl/**es puedes encontrar herramientas y formación gratuita que te ayudarán a mejorar tus habilidades y avanzar en tu negocio o carrera profesional.

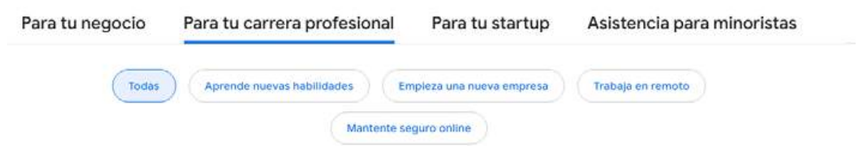
En los siguientes enlaces puedes encontrar formación, programas y herramientas clasificados según tus intereses o necesidades:

- Para tu crecimiento personal
- Para tu emprendimiento
- Para tu negocio
- Para tu clase
- Para tu contenido de youtube
- Para tu aplicación android
- Para tu organización sin ánimo de lucro
- Para tu institución cultural

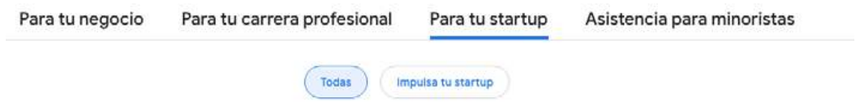
Además, y ya más específicamente, cuentas en Impulso digital con Google, con una relación de herramientas, guías, consejos y cursos para ayudar a seguir creciendo a negocios ya en funcionamiento. Se clasifican igualmente por materias:

Para tu negocio
Acceso: https://grow.google/intl/es#business

Para tu carrera profesional
Acceso: https://grow.google/intl/es#career



Para tu startup
Acceso: https://grow.google/intl/es#startup



Asistencia para minoristas
Acceso: https://grow.google/intl/es#retail-support

14. Modelos de negocios digitales

Los nuevos modelos de negocios digitales han abierto un abanico de posibilidades en el sector empresarial con las que han logrado satisfacer las demandas de los clientes y del mercado actual, todo ello gracias a la evolución tecnológica. A continuación vamos a ver modelos de negocio digitales que debes conocer.

Modelos de negocio basado en la intermediación

En esta sección hablamos de los negocios en los que la empresa actúa como intermediaria entre el cliente y el proveedor.

Dropshipping
El dropshipping es un modelo de negocio online que consiste en vender por internet productos sin tenerlos directamente. Como si de una tienda online se tratase, te encargas de la plataforma donde ofrecer los productos y promocionarlos. Cada vez que te hagan un pedido, se lo pasas al mayorista y/o productor para que distribuya la mercancía a tus clientes.

Anteriormente, los proveedores pedían un mínimo de productos que llegaban a tu casa y tú los vendías y los enviabas. Con este sistema no, ahora sólo tienes que preocuparte de tu escaparate virtual.

Ventajas:
• La inversión es aún menor que en las tiendas online ya que tú no te encargas de comprar el producto a proveedores para luego venderlo.
• Solo te encargas de la parte de las ventas por lo que el envío y la logística corre a cargo de los distribuidores. Solo tendrás que pensar qué vender por internet.
• Bastante escalable.

Inconvenientes:
• No tienes el control de todo el proceso. Esto es una ventaja pero también un inconveniente puesto que si hay un error en un envío o algún otro problema no tendrás el control.
• Tú serás el responsable de cara al cliente. Si hay algún error tu tendrás que dar la cara y solucionarlo con el cliente y el mayorista o fabricante.
• Si haces una mala elección de los productos o de los mayoristas, tendrás muchos problemas con los clientes y la rentabilidad se verá reducida.

Publicidad
La publicidad abarca los banners, las páginas de anuncios clasificados, etc. Es un modelo de negocio rentable, pero hay que tener mucho tráfico en la web, haciendo hincapié en un buen SEO y un diseño muy atractivo para tus visitas por lo que tendrás que tener conocimientos en esta materia.

La forma más rentable de este tipo de modelo de negocio es que vendas tus espacios publicitarios de tu web a terceros, conocido como “nativo ads”.

La clave del éxito: conectar con la audiencia

Ejemplos de este modelo de negocio son los periódicos gratuitos o bien puedes crear un Blog o un canal de Youtube. Eso sí, vas a necesitar muchas visualizaciones y suscripciones para que este negocio te resulte rentable.

¿Sabías que Elrubius, Vegetta777, Willyrex, Pewdiepie o Auronplay utilizan este modelo de negocio? Pues sí, suben videos a Youtube y los monetizan con la publicidad.

La clave del éxito: conectar con la audiencia. Les hablan a través de sus vídeos, piden feedback en los comentarios, likes, favs y son activos en redes sociales. De vez en cuando, publican blogs sobre sus viajes, hacen directos de “preguntas y respuestas” para mostrar su lado más íntimo, hablan con sus suscriptores y hacen quedadas para conocerlos en persona.

Puedes usar la plataforma **Coobis** si quieres vender tus espacios publicitarios y/o comprarlos.

Programas de Afiliados
Los programas de afiliados consisten en ganarse una comisión cada vez que alguien compra algo desde tu enlace. Los programas de afiliados son muy comunes, así que busca en Google con: “empresa que quieres anunciar” + programa de afiliados. Por ejemplo: awin.com, cj.com, clickbank.com.

Un sencillo ejemplo de este modelo de negocio sería crear una tienda online ofreciendo productos de Amazon con su programa de afiliados. Por cada venta desde un enlace desde tu web, conseguirás una comisión.

Ventajas:
- Muy escalable y replicable.
- No tienes ningún tipo de gastos; ni de producción, ni de logística, ni de postventa… nada de nada.
- Inversión rentable que además permite automatizar el proceso de venta.
- Las comisiones suelen ser elevadas.
- Muy útil para combinar con otros modelos de negocios en internet.
- Muy recomendable para empezar en el mundo de los negocios online rentables.

Inconvenientes:
- Para obtener grandes beneficios necesitarás una gran cantidad de tráfico web.
- Tienes que saber promocionar el producto o servicio, tendrás que hacer una buena reseña y generar confianza con tus lectores.

Comparadores
Ofrecen a los consumidores la posibilidad de comparar los precios de un mismo producto ofrecidos por distintas empresas y poder elegir el que mejor se adapte a sus necesidades en función del precio o de las características intrínsecas del producto en sí.

El objetivo de un comparador de Internet es conseguir una posición de autoridad dentro de los principales buscadores, de forma que los productos o servicios que estén en ese comparador tengan una visibilidad asegurada. Consiguiendo que, a medio plazo, ya no busquemos esos artículos sino es, directamente desde ese buscador y desde el mismo se envíe tráfico cualificado a las páginas de los proveedores.

Este “desvío” o “venta” de tráfico cualificado se puede cobrar de varias formas. Lo más aceptado es el CPC o coste por clic. Lo que implica que cada vez que el usuario haga un clic en uno de los artículos que hay dentro del comparador, y se redirija a la página del vendedor del servicio o producto, el comparador recibe una cantidad de dinero. Hay otras alternativas como el CPA o coste por adquisición (o lead), que implican que haya una transacción final y el comparador cobrará un porcentaje de esa venta.

Existen muchos ejemplos de modelos de negocio de este tipo: Rastreator (seguros), Kayak (vuelos), etc.

Multiside Platforms
Este modelo de negocio se basa en atraer a dos o más grupos de clientes completamente distintos, pero interdependientes, de tal forma que son de valor para un grupo solo si los otros grupos están también presentes.

La plataforma facilita la interacción entre los diferentes grupos y a su vez crece cuando se extiende, atrayendo más usuarios, esto es lo que se conoce como “efecto red”.

Los principales costes de este modelo de negocio están relacionados con el mantenimiento, desarrollo y la promoción de la plataforma.

Un ejemplo de este modelo de negocio es la plataforma de videojuegos Steam. Los jugadores se descargan videojuegos en esta plataforma ya que hay muchos disponibles, y los estudios publican aquí sus videojuegos ya que hay una gran masa de potenciales usuarios en todo el mundo. Esta es la clave del éxito de este tipo de plataformas. ¿Qué se lleva Steam? Una comisión por descarga de videojuego.

https://store.steampowered.com/?l=spanish

Modelos de negocio basado en la comercialización

Venta de productos (Ecommerce)
Se trata de comprar productos o fabricarlos nosotros y venderlos por internet. Dependiendo del nicho y de tu marketing digital tendrás más éxito o no.

Infoproductos
Misma filosofía pero con un producto mucho más escalable, que son los cursos online, ebook, audios, etc. Un infoproducto es un artículo digital en un formato específico para instruir, educar o guiar al consumidor del mismo. Es una forma de comercializar tu conocimiento sobre una determinada materia en un formato digital.

Ventajas:
• Escalable, replicables y automatizables. Un infoproducto puede venderse infinidad de veces de forma totalmente automática sin que estés delante del ordenador.
• No perderás tu tiempo y dinero en volver a hacer el mismo infoproducto.
• Puedes crear tu propio programa de afiliados para que otros promocionen tu infoproducto.
• Se puede implementar con cualquier otro modelo de negocio por internet.

Inconvenientes:
• Necesitas mucho trabajo y esfuerzo para hacer un infoproducto bueno.
• Debes saber venderlo o contactar con las personas adecuadas para que lo promocionen.

Compra-venta página web
Otra forma de hacer negocio es crear una página web, llevarle todo el tráfico posible y venderla en sitios como por ejemplo: flippa.com.

Webs de cupones de descuento
Los cupones de descuento existen desde hace varios años, solo que ahora están en la internet, ofreciendo a los consumidores atractivas ofertas en un gran abanico de comercios.

El negocio de los cupones consiste en acordar, con un grupo de tiendas asociadas, descuentos que sean atractivos para los consumidores. Estos descuentos van en rangos de 50% a 90% del valor del producto.

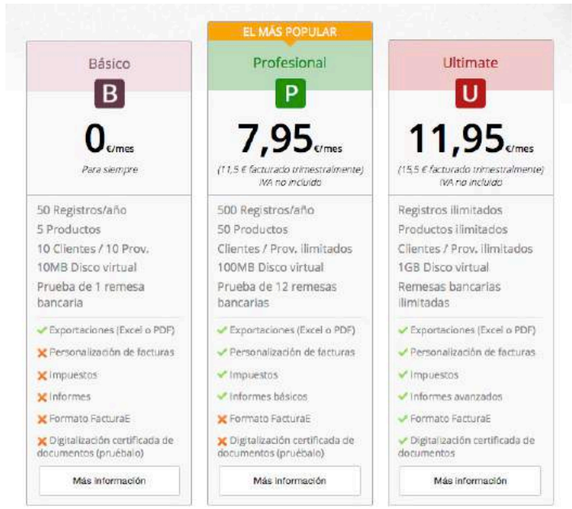
Una vez que se ha llegado a un acuerdo, la empresa de cupones realiza una campaña de marketing y venta vía correo electrónico. Estas empresas reciben un porcentaje de los cupones vendidos.

El modelo de negocios de las empresas de cupones es el siguiente: solicitan a sus clientes que se registren en su sitio web, con el fin de enviarles a través de sus correos electrónicos todas las ofertas disponibles. Estas ofertas se realizan de acuerdo a la localidad y las preferencias de los clientes. Todas las ofertas están disponibles solo wpor un tiempo limitado.

Groupon es el líder mundial en este sector, y ha venido acompañado de la aparición de numerosos seguidores como Groupalia, Letsbonus y muchos otros, algunos incluso locales.

Webs de subastas
Internet ha permitido reinventar este modelo de negocio al incrementar enormemente el número de personas dispuestas a pujar por un producto. Ebay ha sido líder indiscutible entre particulares durante mucho tiempo pero también han surgido iniciativas especializadas (vehículos, embargos de pisos, arte, etc) y sobre todo un referente a través del móvil como es **Wallapop**.

Liveshopping
Sitios web que ofrecen grandes descuentos de unos pocos productos durante un tiempo muy limitado, que no suele exceder de 24 horas, con un stock limitado. En los momentos de mayor auge de la crisis tuvieron bastante aceptación pero su buque insignia en España, **Ooferton (https://oooferton.com/)**, entró en suspensión de pagos un año después de su venta al grupo Pixmanía. Otro ejemplo que sí perdura es **Mequedouno (https://www.mequedouno.com/)**.



https://www.contasimple.com/planes-herramienta-web-facturacion-contabilidad.aspx

Modelos de negocio basado en la prestación de servicios

Suscripciones
El modelo de suscripción consiste en vender productos, servicios o contenido de manera recurrente, a cambio del pago de cuotas periódicas, que normalmente son mensuales.

La suscripción no es algo nuevo, es un modelo de negocio que siempre ha existido, y un buen ejemplo de ello es la prensa. Algunos sitios web que facilitan contenidos de mucha calidad o interés restringen el acceso a aquellos usuarios que paguen una cuota de suscripción. Por ejemplo muchas plataformas de e-learning y formación online.

Dentro del modelo de negocio de suscripciones, hoy en día la gran mayoría de las empresas están suscritas a compañías de software, lo que comúnmente se conoce como SAAS (Software As A Service, o software como servicio), ya que necesitan herramientas de CRM, plataformas para gestionar las redes sociales, herramientas de automatización de marketing, plataformas de email marketing, etc.

Ejemplos de Saas son soluciones de contabilidad, facturación, etc.

Venta de servicios digitales o virtuales
La venta de tus servicios es una forma muy rápida de monetizarse por internet. Simplemente anuncia tus servicios y ponle un precio justo.

El modelo Freemium es una modalidad de modelo de negocio y se basa en la oferta gratuita de una versión básica del servicio, cobrando por servicios más avanzados (Free+Premium). El volumen de negocios de la parte premium debe compensar los gastos de la parte Free.

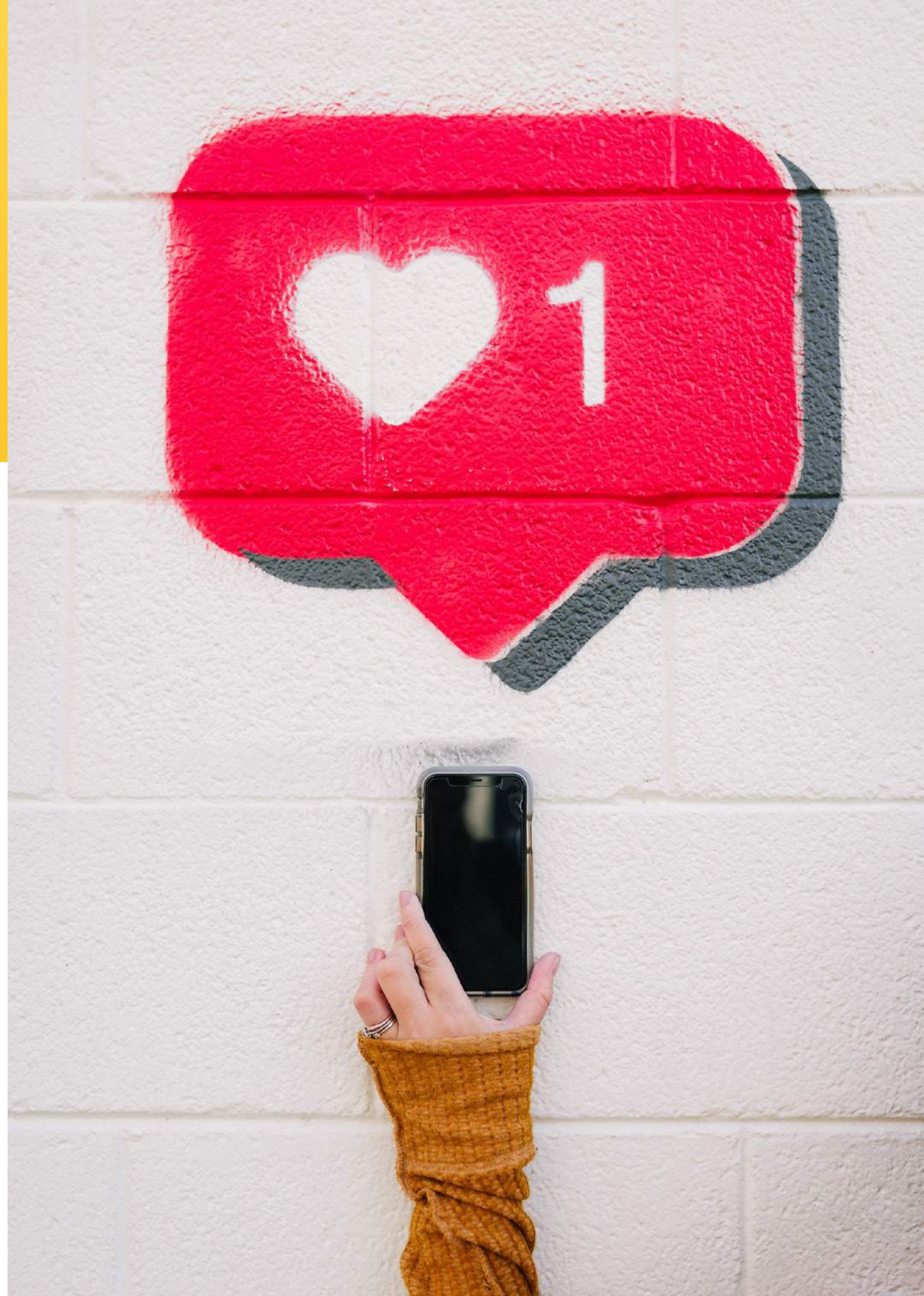
Un ejemplo de modelo Freemium es **Spotify**, donde los usuarios que están suscritos a la versión gratuita tienen que oír anuncios entre canciones. La opción de pago elimina estos anuncios y solo ofrece música.

Mentoring
Otra forma de ayudar a las personas desde tu conocimiento es aportarles un programa de mentoring de transformación.

Modelos de negocio basado en comunidades

Redes Sociales
Muchos empresarios empiezan a utilizar las páginas o grupos de Facebook como comunidades amplias donde venden sus productos. Y no necesitan más infraestructura que una página o grupo gratis en facebook.

Crowdfunding
Existen muchos tipos de crowdfunding, de sobra conocidos. Este es otro modelo de negocio por internet interesante, aunque crearlo desde 0 hoy en día puede ser complicado.



15. Plataformas de formación en digitalización

Andalucía Conectada

La plataforma Andalucía Conectada, dependiente de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía, aglutina recursos y servicios dirigidos a conectar y acompañar a todos los agentes públicos y privados implicados en el impulso de la economía digital en la comunidad. Además fomenta medidas financieras destinadas a facilitar la digitalización y acciones de sensibilización y formación dirigidas a autónomos, pymes andaluzas y empresas tecnológicas. En su apartado de formación posee un extenso catálogo de cursos y píldoras formativas dirigido a jóvenes emprendedores.
Acceso: https://andaluciaconectada.es/

Aprendergratis.es

Aprender Gratis es una página española con más de 2000 cursos online gratuitos de diversas temáticas. La mayoría de los cursos publicados pertenecen a universidades, empresas y otros recursos de la Administración.
Acceso: https://aprendergratis.es/

Google Actívate

Es la plataforma de aprendizaje gratuito en competencias digitales de Google. Son cursos gratuitos, al finalizar el alumno obtiene un certificado de superación.

Entre los diferentes cursos que puedes realizar encontramos los siguientes:
- Curso de marketing online.
- Curso online de Competencias digitales para profesionales.
- Curso online de Comercio Electrónico.
- Curso online de Transformación Digital para el empleo.
- Curso online de Cloud Computing.
- Curso online de Desarrollo de Apps.
- Curso online de Desarrollo Web (I).
- Curso online de Desarrollo Web (II).
- Curso online de Productividad Personal.
- Aumenta la productividad en el trabajo.
- Introducción a Machine Learning.
- Mejora la seguridad de tu empresa online.
- Consigue tu próximo empleo.
- Introducción al código.

Acceso: https://learndigital.withgoogle.com/activate

Microsoft Learn

Microsoft pone a disposición de los estudiantes la plataforma Microsoft Learn, un lugar para aprender online y obtener habilidades digitales.
Proporciona recursos de formación gratuitos para ayudar a reducir la brecha digital, impulsar la creación de empleo y contribuir a la capacitación tecnológica de toda la sociedad española.
Acceso: https://docs.microsoft.com/es-es/learn/

16. Emprendepedia

Emprendepedia

La «wikipedia» para emprender de Andalucía Emprende. De la mano de especialistas en negocios, encontrarás los nuevos conceptos y metodologías del emprendimiento del futuro.
Acceso: https://empezar.tv/programas/emprendepedia/

¿Quién me puede ayudar?

01. Centros andaluces de emprendimiento
02. Instituto andaluz de la juventud
03. Agencia Idea
04. Asociación jóvenes empresarios
05. Cámara de comercio
06. CEEI
07. Grupos de desarrollo rural
08. Universidad Otri
09. CEA

07

Centros Andaluces de Emprendimiento

¿Qué es?

En Andalucía Emprende, Fundación Publica adscrita a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, ponemos a tu disposición más de 250 Centros Andaluces de Emprendimiento y más de 50 puntos de información, donde encontrarás el apoyo permanente de un cualificado equipo técnico de especialistas en creación y desarrollo de empresas y una amplia carta de servicios para impulsar tu idea o consolidar tu negocio.
Los servicios que presta son gratuitos y van dirigidos a personas emprendedoras que desean poner en marcha una iniciativa empresarial en Andalucía, así como a empresas ya constituidas que necesiten apoyo para su expansión, modernización y consolidación en el mercado.
Plataforma Somos Emprende Network
https://somosemprende.andaluciaemprende.es

Servicios

Fomento de la cultura emprendedora
• Educación en capacidades emprendedoras
• Fomento y orientación de la iniciativa emprendedora
• Desarrollo de la actividad emprendedora en el ámbito local

Apoyo al proyecto emprendedor y a la creación de la empresa
• Información, comunicación y atención personal
• Diseño de proyectos emprendedores y plan de empresa
• Asistencia en la constitución de la empresa
• Acompañamiento empresarial: incubación y tutorización
• Mentorización por asesores con experiencia

Apoyo a la consolidación de proyectos y de empresas andaluzas
• Alojamiento empresarial
• Formación
• Consultoría específica para la consolidación empresarial
• Herramientas para la gestión empresarial
• Asistencia en la toma de decisiones estratégicas
• Consultoría Avanzada del emprendimiento juvenil

Una Red de 250 CADEs distribuidos por toda la geografía andaluza y que puedes consultar en el siguiente enlace:

https://www.andaluciaemprende.es/CADE/

Instituto Andaluz de la Juventud

¿Qué es?

El IAJ es un organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo autónomo de la Junta de Andalucía, y promueve la información y difusión juvenil, a través de diferentes programas y actuaciones. Coordina la Red de Centros de Información Juvenil (CIJ) y expide la Tarjeta de Corresponsales Juveniles. También organiza numerosas actividades y programas (Carné Joven, Programas Europeos, Campamentos Juveniles, Innovactiva, ...).
Tiene entre sus prioridades favorecer el emprendimiento y la empleabilidad de los jóvenes andaluces. Para ello se organizan numerosas actividades y también se difunden en Patio Joven todo tipo de convocatorias de empleo y formación. En algunas de sus Direcciones Provinciales puedes recibir el asesoramiento empresarial de los CADEs.

Servicios

• Información Juvenil y Patio Joven
• Carné Joven
• Formación: FORMAJOVEN e IAJ CONNECT
• Campos de Voluntariado Juvenil
• Programa ACTÍVATE de mejora de la empleabilidad de los jóvenes andaluces
• Fomento del movimiento asociativo juvenil
• Programa de Ayudas a entidades de participación juvenil y grupos juveniles para iniciativas de empleo y emprendimiento, voluntariado, igualdad, cultura y vida saludable
• Programa de Ayudas Municipio Joven para entidades locales
• Programa de Ayudas INNOVACTIVA 6000 de fomento del emprendimiento juvenil

Dirección Provincial en Almería
C/ General Tamayo, 23 bajo. 04001 Almería
Telf: 950 006 600 / Fax: 950 006 620
Email: infoactividades.al.iaj@juntadeandalucia.es

Dirección Provincial en Cádiz
Pza. de la Candelaria, 6. 11005 Cádiz
Telf: 956 007 500 / Fax: 956 007 520
Email: infoactividades.ca.iaj@juntadeandalucia.es

Dirección Provincial en Córdoba
C/ Adarve, 2. 14001 Córdoba
Telf: 957 352 240 / Fax: 957 352 241
Email: infoactividades.co.iaj@juntadeandalucia.es

Dirección Provincial en Granada
C/ Ancha de Santo Domingo, 1 (Casa de los Girones)
18009 Granada
Telf: 958 025 850 / Fax: 958 025 870
Email: infoactividades.gr.iaj@juntadeandalucia.es

Dirección Provincial en Huelva
C/ Rico, 26. 21001 Huelva
Telf: 959 011 950 / Fax: 959 011 951
Email: infoactividades.hu.iaj@juntadeandalucia.es

Dirección Provincial en Jaén
C/ Arquitecto Berges, 34 A. 23007 - Jaén
Telf: 953 001 950 / Fax: 953 001 970
Email: infoactividades.ja.iaj@juntadeandalucia

Dirección Provincial en Málaga
C/ Carretería, 7. 28008 Málaga
Telf: 951 040 919 / Fax: 951 040 920
Email: infoactividades.ma.iaj@juntadeandalucia.es

Dirección Provincial en Sevilla
Avda. de Hytasa 14, Planta Baja. 41006 Sevilla
Telf: 955 036 350 / Fax: 955 036 360
Email: infoactividades.se.iaj@juntadeandalucia.es

https://ws101.juntadeandalucia.es/patiojoven/inicio

Agencia Idea

¿Qué es?

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA es la agencia de desarrollo regional del Gobierno andaluz, además de un instrumento especializado fundamentalmente en el fomento de la innovación en la sociedad andaluza.
La Agencia IDEA realiza un gran esfuerzo en la labor de apoyo al empresariado andaluz: desde la gestión y concesión de incentivos a las empresas, a la gestión de proyectos y programas de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, así como a la construcción de infraestructuras industriales y tecnológicas.

Página web: www.agenciaidea.es

Servicios

Las principales áreas de actuación de la Agencia de Innovación son:

• **Financiación y Desarrollo Empresarial,** que aglutina en una misma Unidad todas las ayudas y programas de financiación a las empresas.
• **Espacios de Innovación y Sectores Estratégicos** orientada a la dotación de infraestructuras y espacios productivos así como a la dinamización de estos espacios vinculándolos con los sectores/cluster en Andalucía.
• **Captación de Inversiones y Servicios Avanzados** que será la encargada de diseñar y prestar los servicios que la Agencia pone a disposición de emprendedores y empresarios, con especial atención al servicio integral de captación de inversiones en Andalucía.

Entre los servicios a destacar:
• Vigilancia Tecnológica (Búsqueda de información tecnológica).
• Información y Asesoramiento I+D+I.
• Patentes, marcas y diseño industrial (Propiedad Industrial)
• Creación de empresas en 24 horas.
• Cooperación y Transferencia de Tecnología.
• Captación de Inversiones

Almería
Avda. Pablo Iglesias, 24. 04003 Almería
Telf: 950 006 800
E-mail: almeria@agenciaidea.es

Cádiz
Alameda Apodaca, 20 . 11003 Cádiz
Telf: 956 009 510
E-mail: cadiz@agenciaidea.es

Córdoba
Plaza Cardenal Toledo, 6. 14001 Córdoba
Telf: 957 005 000
E-mail: cordoba@agenciaidea.es

Granada
Parque Tecnológico Ciencias de la Salud
Edificio BIC Granada, Avenida de la Innovación, 1
18016 (Granada)
Telf: 958 002 500
E-mail: granada@agenciaidea.es

Huelva
Avenida de Andalucía, 6, Bajo A . 21004 Huelva
Telf: 959 011 200
E-mail: huelva@agenciaidea.es

Jaén
Carrera de Jesús, 9, bajo. 23002 Jaén
Telf: 953 006 100
E-mail: jaen@agenciaidea.es

Málaga
C/ Cister, 5 . 29015 Málaga
Telf: 951 042 902
E-mail: malaga@agenciaidea.es

Sevilla
C/ Leonardo Da Vinci, 17. 41092 Sevilla
Telf: 955 030 900
E-mail: sevilla@agenciaidea.es

https://juntadeandalucia.es/organismos/idea.html

Asociación Jóvenes Empresarios

¿Qué es?

AJE Andalucía crea sus Estatutos fundacionales en el año 1990.
AJE, consciente de la importancia del emprendimiento y del papel del empresario en la creación de riqueza y empleo en la sociedad actual, trabaja día a día por el fomento de la cultura emprendedora y el apoyo a los jóvenes empresarios que desarrollan sus proyectos en la comunidad andaluza.
La actividad de AJE se basa en el fomento del autoempleo y del espíritu emprendedor, algo necesario ahora más que nunca. AJE es firme creyente en esa máxima de que la unión hace la fuerza y por ello lleva a todas las provincias andaluzas este tipo de proyectos, que no persiguen otra cosa que abrir nuevas vías de negocio a aquellos que participan en éstos.
El éxito de convocatoria y creación de negocio en los eventos AJE ha llevado a esta asociación a ser un referente en el ámbito empresarial y a recopilar en los últimos años numerosos apoyos. Los más importantes, los más de 3.400 asociados que forman parte de la familia AJE en Andalucía, pero también de destacadas personalidades de la vida empresarial e institucional que han empatizado con su labor en pro del joven empresario.

Servicios

• Guía Audiovisual de prevención de riesgos laborales en el Ámbito de las Pymes, Microempresas y Autónomos.
• Manual del Autónomo Emprendedor.
• Web de Autónomos Emprendedores, una plataforma para hacer negocios.
• Fomento Mejora Seguridad y Salud Laboral en la Empresa Joven Andaluza.
• Club del Autónomo Joven.
• Programa de Orientación Profesional.
• Estudio de Necesidades Formativas para la Competitividad.
• Guía Informativa Audiovisual para la Promoción de la Cultura Preventiva.
• Sistemas Integrados de Gestión
• Servicio de Seguimiento Emprendedor.
• Asesoramiento Emprendedor.
• Escaparate Empresarial.
• Encuentro Andaluz de Negocios para Empresarios y Profesionales.
• Encuentro Andaluz de Emprendedores y Jóvenes Empresarios.

Almería
Apartado de Correos 3046. 04080 Almería
Telf: 950 225 281 / 655 567 682
E-mail: ajealmeria@almeria.org
Web: www.almeria.org

Cádiz
Edificio MA'ARIFA Avda. Marconi, 37- 1ª planta mod. E-1
11011 Cádiz
Telf: 956 071 015
E-mail: ajecadiz@ajeandalucia.org
Web: www.ajecadiz.org

Córdoba
Casa de la Juventud. Campo Madre de Dios, s/n
14010 Córdoba
Telf: 957 764 566
E-mail: info@ajecordoba.org
Web: www.ajecordoba.org

Granada
C/ Maestro Montero, 23. (Sede CGE). 18004 Granada
Telf: 958 225 690 / 958 100 253
E-mail: ajegranada@ajegranada.org
Web: www.ajegranada.org

Huelva
Avenida de la Ria, 3. 21001 Huelva
Telf: 959 208 300
E-mail: ajehuelva@ajeandalucia.org
Web:http://ajehuelva.blogspot.com.es/2008/07/aje-huelva-lugar-de-encuentro-de-los.html

Jaén
GEOLIT, Parque Científico y Tecnológico
C/ Sierra Morena, manzana 12A-Oficina 4
23620 Mengíbar (Jaén)
Telf: 953 238 458
E-mail: ajejaen@ajejaen.org
Web: www.ajejaen.org

Málaga
Alameda Principal, 11, entreplanta izquierda
29001 Málaga
Telf: 952 225 045
E-mail: info@ajemalaga.org
Web: www.ajemalaga.org

Sevilla
P. E. Torneo. Avda Astronomía, 1.
Torre 3- Planta 5ª mod. 6. 41015 Sevilla
Telf: 954 535 154
E-mail: gerencia@ajesevilla.es
Web: www.ajesevilla.es

Cámara de Comercio

¿Qué es?

La Cámara de Comercio tiene como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del Comercio, la Industria y la Navegación, y la prestación de servicios a las empresas. Asimismo, se configura como órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas, ante las que se presenta como institución que representa los intereses generales de las empresas.
Son muchas las actividades que la Cámara de Comercio desarrolla para potenciar el crecimiento de la actividad económica de la provincia, con este objetivo ofrecemos a través de la web, un lugar de encuentro e información para las empresas, donde podrán acceder a nuestros servicios de una forma ágil y directa.

Servicios

- **Seminarios:** Jurídico, Internacional, Innovación, Marketing, Gestión de Negocio y Productividad.
- **Escuela de Negocios.**
- **Servicios Empresariales:** Premium Business, Mercado Global, Gestión de Negocio, Nueva Empresa, Administraciones Públicas y Formación y Recursos Humanos.
- **Oficina Virtual:** Canal noticias mercado y empresa 24h, Los expertos te resuelven, Informes económicos, Soluciones de estrategia y táctica empresarial, Descarga tutores documentales para desarrollo de negocio, Asesoramiento de expertos 72h on line, Coaching, Buscador de normativas y subvenciones, Optimiza 2.0 tu empresa en la red, Calendario del contribuyente, Busca servicios productos, Red de empleo y Calendario comercial.

Almería
Avda. Cabo de Gata, 29. 04007 Almería
Telf: 950 181 700
E-mail: info@camaradealmeria.es
Web: www.camaradealmeria.es

Cádiz
C/ Antonio López 4. 11004 Cádiz
Telf: 956 010 000 / Fax: 956 250 710
E-mail. info@camaracadiz.com
Web: www.camaracadiz.com

Córdoba
C/Pérez de Castro 1, 14003 Córdoba
Telf: 957 29 61 99 / Fax: 957 20 21 06
E-mail: info@camaracordoba.com
Web: www.camaracordoba.com

Granada
C/ Luis Amador, 26. 18014 Granada
Telf: 958 536 152 / Fax: 958 536 292
E-mail: info@camaragranada.org
Web: www.camaragranada.org

Huelva
C/ Santa Ángela de la Cruz, 1. 21003 Huelva
Telf: 959.245.900 / 959.540.126
E-mail: registro@camarahuelva.com
Web: www.camarahuelva.com

Jaén
C/ Hurtado 29. 23001 Jaén
Telf: 953 24 79 50 / Fax: 953 24 07 38
E-mail: camarajaen@camarajaen.com
Web: www.camarajaen.org

Málaga
Cortina del Muelle, 23. 29015 Málaga
Telf: 952 211 673
E-mail: info@camaramalaga.com
Web: www.camaramalaga.com

Sevilla
Plaza de la Contratación, 8. 41004 Sevilla
Telf: 955 110 898
Web: www.camaradesevilla.com

CEEI

¿Qué es?

El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI), es una empresa formada por capital público y privado, fundada en 1.991 por iniciativa de la Comisión de las Comunidades Europeas, para apoyar la creación de PYMES innovadoras, impulsar la puesta en marcha de nuevas actividades innovadoras en las PYMES existentes y a las Administraciones Públicas.
Desde su origen la Comisión Europea concibió a los CEEIS como una red internacional que permitiera el intercambio de información y experiencias entre los mismos y favoreciera la cooperación tecnológica, comercial y financiera entre ellos y sus clientes. Todos los CEEIS están homologados por la Comisión Europea, y se integran en una red, la European Business and Innovation Centre Network (EBN), asociación internacional científica y técnica, que agrupa a más de 150 CEEIS distribuidos por toda Europa.

Servicios

- Creación de Empresas.
- Consolidación de Empresas.
- Consultoría Institucional.
- Alojamiento Empresarial.
- Formación.

Cádiz
C/ Manantial, 13, Edificio CEEI.
Pol. Industrial Las Salinas de San José Bajo
11500 El Puerto de Santa María (Cádiz)
Telf: 956 860 654 / Fax: 956 860 028
Web: www.ceeibahia.com

Granada
Parque Tecnológico de Ciencias de la Salud.
Avda. de la Innovación, 1
18100 Armilla (Granada)
Telf: 958 750 570 / Fax: 958 750 751
E-mail: informacion.bicgranada@agenciaidea.es
Web: www.bicgranada.org

Málaga
Parque Tecnológico de Andalucía.
Avda. Juan López Peñalver, 21. 29590 Málaga
Telf: 951 010 504 / Fax: 951 010 527
E-mail: info@bic.es
Web: www.bic.es

Sevilla
Autovía Sevilla - Coria del Río, km 3.5.
41920 San Juan de Aznalfarache (Sevilla)
Telf: 954 049 700 / Fax: 954 171 117
E-mail: eurocei@eurocei.com
Web: www.eurocei.com

Grupos de desarrollo rural

¿Qué es?

En Andalucía existen **52 Grupos de Desarrollo Rural (GDRs)**. Son asociaciones sin ánimo de lucro, en las que participan, además de las administraciones locales, todas las organizaciones empresariales, agrarias y de otros sectores, sindicales, ecologistas, culturales, así como asociaciones de jóvenes y mujeres, entre otros.
Los Grupos de Desarrollo Rural representan a un centenar de asociaciones de jóvenes y 200 asociaciones de mujeres, más de 700 Ayuntamientos junto a las 8 Diputaciones provinciales, más 200 cooperativas, organizaciones agrarias, sindicales, entidades bancarias y sindicales, entre otras.
Los GDRs tienen encomendada la gestión de fondos públicos por la Junta de Andalucía para la ejecución de una estrategia de desarrollo en el territorio que ha sido definida participativamente por su población.
El trabajo de los Grupos de Desarrollo Rural se basa en la aplicación del enfoque Leader, un método diferente y complementario de intervención frente al tradicional de las Administraciones, que consiste en que estas entidades privadas ejecutan estrategias participativas de desarrollo.
Los GDRs son estructuras abiertas y participativas que se encargan de apoyar con fondos públicos iniciativas de diversificación económica con el fin de mejorar la calidad de vida en el medio rural y fijar la población en su entorno. En estos veinte años de desarrollo rural, los GDRs se han convertido en instrumentos claves para impulsar las políticas territoriales de Desarrollo Rural apoyadas e impulsadas por la Junta de Andalucía, como motores de desarrollo económico y dinamizadores de la actividad económica.
Los Grupos de Desarrollo Rural, y sus Consejos Territoriales en particular, se convierten en auténticos Consejos Económicos y Sociales de carácter comarcal, donde las estrategias y la ejecución del presupuesto se deciden desde y para el territorio. Así, la ejecución de las políticas de desarrollo rural a través de los GDRs supone una nueva forma de gobernanza, en tanto que hacen posible que las políticas se adecuen a las necesidades de la población, dotándolas de credibilidad y mejorando la base de apoyo ciudadano.

ARA, Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía
Edificio Eurocei, Autovía Sevilla-Coria del Río, km. 3,5
41920 San Juan de Aznalfarache (Sevilla)
Telf: 954 049 910/11 // Móvil: 619 875 148
Fax: 954 179 210
E-mail: ara@andaluciarural.org
Web: www.andaluciarural.org

Servicios

- Entidad Colaboradora para el desarrollo de programas de desarrollo rural.
- EUROEMPLEO. Experiencias Singulares de las Mujeres en el Medio Rural.
- Proyecto Agenda 21 Escolar. Coles Rurales, Coles Ecológicos.
- Convenio de colaboración ARA y Consejería de Cultura.
- Convenio de colaboración con la Confederación Hidrográfica del Guadiana (CHG).
- Convenio de colaboración con CEPES Andalucía.
- Convenio de colaboración Isla Mágica.
- Formación Profesional para el Empleo: Curso Gestor de Calidad.
- Igualdad y Conciliación.

Universidad Otri

¿Qué es?

La Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) tiene como principal objetivo dinamizar las relaciones entre la comunidad científica universitaria, las empresas y otros agentes socioeconómicos para el aprovechamiento de las capacidades I+D y resultados de la actividad investigadora de la Universidad.
Mediante un personal técnico y administrativo especializado y altamente cualificado, asesora, desarrolla y fomenta el establecimiento de relaciones, contratos y otras formas de colaboración con empresas e instituciones; busca diferentes fuentes de financiación pública y privada, nacional e internacional; impulsa la actitud emprendedora, la creación de empresas de base tecnológica y la internacionalización de la investigación; gestiona patentes y su explotación por empresas interesadas; promueve la capacidad competitiva de las empresas generadas en la propia Universidad y difunde la innovación tecnológica.

Servicios

- Apoyo y promoción de las Spin-Off.
- Protección y Explotación.
- Programas Internacionales.
- Investigación Cooperativa.
- Transferencia Conocimiento.
- Creación de Empresas.
- Divulgación Científica.
- Propiedad Industrial e Intelectual.

Almería
Ctra. Sacramento s/n, Planta: baja, Despacho: 0.020
04120 La Cañada de San Urbano (Almería)
Telf: 950 21 46 67 - 950 21 46 69 / Fax: 950 21 46 73
E-mail: otri@ual.es
Web: https://www.ual.es/otri

Cádiz
Consorcio Tecnológico de Cádiz.
C/ Benito Pérez Galdós, s/n. 11002 Cádiz
Telf: 956 015 171 / Fax: 956 015 746
E-mail: otri@uca.es
Web: www.uca.es/otri

Córdoba
OTRI Universidad de Córdoba, Campus de Rabanales
Ctra. de Madrid, Km. 396. 14071 Córdoba
Telf: 957 21 10 11 - 957 21 80 22 / Fax: 957 21 10 10
E-mail: otri@uco.es
Web: www.uco.es/webuco/otri

Granada
Complejo Administrativo Triunfo, Pab. 1.
Cuesta del Hospicio s/n. 18071 Granada
Telf: 958 24 43 37 / Fax: 958 24 43 01
E-mail: otri@ugr.es
Web: http://otri.ugr.es

Huelva
Campus de El Carmen, Edificio Marie Curie, 1ª planta.
Avenida de las Fuerzas Armadas, s/n. 21071 Huelva
Telf: 959 219 408 / Fax: 959 219 371
E-mail: otri@uhu.es
Web: www.uhu.es/otri

Jaén
Campus Las Lagunillas, s/n. 23071 Jaén
Telf: 953 21 21 21 / Fax: 953 21 22 39
E-mail: info@ujaen.es
Web: http://vicinv.ujaen.es/otri

Málaga
Avda. Cervantes, 2. 29071 Málaga
Telf: 952 13 25 91 / Fax: 952 13 10 21
E-mail: otri@uma.es
Web: www.otri.uma.es

Sevilla
Universidad de Sevilla. Pabellón de Brasil.
Paseo de las Delicias, s/n. 41013 Sevilla
Telf: 954 488 118 / Fax: 954 488 117
E-mail: otri@us.es
Web: http://otri.us.es

CEA

¿Qué es?

La Confederación de Organizaciones Empresariales (CEOE) es una entidad privada sin ánimo de lucro, cuyo fin primordial es la defensa y representación de los intereses empresariales ante los poderes públicos y la sociedad en general.
Fundada en 1977, integra con carácter voluntario a dos millones de empresas y autónomos de todos los sectores de actividad, que se vinculan a CEOE a través de más de 4.000 asociaciones de base.
La Confederación integra de forma directa a 225 organizaciones territoriales y sectoriales a nivel autonómico como la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y provincial donde tiene presencia en cada una de las capitales de provincia de Andalucía. Se logra así que las empresas estén representadas por la doble vía del sector al que pertenecen y por el territorio en el que están ubicadas.
Las pymes tienen su organismo de representación nacional en la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME), asociada a CEOE.

Página web: www.cea.es

Servicios

• **Formación:** Promoción y Difusión de la Formación Profesional para el Empleo y Programa Fomento de Empleo.
• **Internacional:** Edición de publicaciones de la Unión Europea y de la Financiación de la Unión Europea para las PYMES y desarrollo de Monográficos de actualidad empresarial europea e internacional.
• **Creación de empresa:** Departamento de Creación de Empresas.
• **Red CSEA:** Red Andaluza de Servicios Avanzados a las Empresas.
• **I+D+I:** Existencia del portal INNOCEA I+D+innovación para empresas.
• Cultura, Comercio, Medio Ambiente y PRL.

Centro de Servicios Empresariales de Andalucía
C/ Arquímedes, 2, Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla
Telf: 95 448 89 00 / Fax: 95 448 89 11 / 14
E-mail: info@cea.es
Web: www.cea.es

Almería
Avda. Cabo de Gata, 29, 1ª. 04007 Almería
Telf: 950 62 10 80 / Fax: 950 62 13 02
E-mail: asempal@asempal.es
Web: www.asempal.es

Cádiz
Avenida de Marconi, 37. 11011 Cádiz
Telf: 956 29 09 19 / Fax: 956 29 09 50
E-mail: info@ceccadiz.org
Web: www.ceccadiz.es

Córdoba
Avenida del Gran Capitán, 12 - 3ª planta. 14001 Córdoba
Telf: 957 47 84 43 - 957 49 71 11 / Fax: 957 47 88 19
E-mail: ceco@ceco-cordoba.es
Web: www.ceco-cordoba.es

Granada
Maestro Montero, 23. 18004 Granada
Telf: 958 53 50 41 / Fax: 958 53 50 42
E-mail: cge@cea.es
Web: www.cge.es

Huelva
Centro de Cooperación Andalucía Algarve.
Avda. de la Ría, 3 , 1ª planta. 21001 Huelva
Telf: 902 575 200 / Fax: 902 575 202
E-mail: info@foe.es
Web: www.foe.es

Jaén
Paseo de la Estación 30, 7ª y 8ª Planta. 23003 Jaén
Telf: 953 29 40 22 / Fax: 953 29 40 24
E-mail: cej@cea.es
Web: www.cej.es

Málaga
San Lorenzo, 20. 29001 Málaga
Telf: 952 06 06 23 / Fax: 952 06 01 40
E-mail: info@cem-malaga.es
Web: www.cem-malaga.es

Sevilla
Plaza de la Contratación, 8, 2ª Planta. 41004 Sevilla
Telf: 95 499 11 00 / Fax: 95 499 11 02
E-mail: info@cesevilla.es
Web: www.cesevilla.es

Anexo
Claves para que un proyecto sea invertible

01. Claves para que un proyecto sea invertible
02. Protocolo de actuacion para la detección y filtrado de proyectos invertibles
03. Alternativas de financiación privada
04. Elaboración de un modelo propio Pitch Deck

1. Claves para que un proyecto sea invertible

Modelo de negocio

El modelo de negocio debe girar alrededor de una buena solución a un problema real, relevante y que exista ya en la actualidad. Un problema que la gente esté intentando resolver con herramientas y/o sistemas que no estén específicamente diseñados para ese fin.

Equipo

El equipo ideal debería estar formado por varias personas con dedicación plena, un product manager que además domine el marketing, un financiero y un tecnólogo. Aunque esta configuración no es fácil de encontrar en la mayoría de los casos, partir de al menos un equipo de dos emprendedores con dedicación a tiempo completo es un requisito indispensable para atraer inversores profesionales y, por lo tanto, dotar de mayor viabilidad al proyecto.

Además, el equipo debe tener en cuenta el timming del proyecto ¿está el mercado preparado para recibir el proyecto? Es pronto o tarde para este modelo de negocio, la reglamentación, ley …nos da una gran oportunidad de negocio o nos la quita.

Escaliabilidad

Solo son invertibles aquellos proyectos que son escalables. Y que es la escalabilidad?: De forma sencilla podría ser que los ingresos tengan la posibilidad de crecer x veces con el mismo nivel (o superior, pero no en igual medida) de gastos.

Por eso muy alineado con la escalabilidad para que un proyecto sea invertible debe poner el foco en un mercado muy grande y global

La posibilidad de escalar el negocio de manera muy rápida en otros mercados y alcanzar un tamaño muy relevante es uno de los factores más valorados por los venture capitalist (inversores de riesgo) a la hora de invertir en un proyecto emprendedor.

Producto Mínimo Viable: PMV

No hay duda que los proyectos invertibles nacen bajo la metodología Lean Startup donde el concepto del ‘Minimum Viable Product’ va inexorablemente relacionado con el desarrollo de la idea. Esta metodología propone comenzar una startup a partir del diseño y lanzamiento rápido de un producto básico, sin florituras, para rápidamente analizar el desempeño del producto a la luz de las necesidades reales de los clientes. Bajo esta metodología, las nuevas funcionalidades que se van agregando al producto son en respuesta directa a los requerimientos que hacen los clientes. Esto permite dirigir las inversiones de desarrollo de producto hacia donde dicta la demanda y no hacia donde creen los emprendedores que hay que dirigirla, permitiendo ahorrar dinero, pero sobre todo time-to-market.

TESTEO del mercado.
Métricas más comunes en proyectos invertibles.

Este es indudablemente uno de los indicadores más potentes y que atraen más a los inversores. Cuando el proyecto emprendedor cuenta con una buena tracción, es síntoma de que el equipo emprendedor ha dado con una necesidad real, y ese es un muy buen indicador. Una buena tracción inicial es capaz de despejar varias incógnitas y traspasar la ‘carga de la prueba’ a otros factores que se verán más adelante, como puede ser si la startup ahora será capaz de escalar… es decir si hay muchos más clientes con el mismo problema y/o si, de haberlos, el equipo será capaz de desarrollar los procesos y sistemas que harán posible escalar el negocio sin escalar proporcionalmente los costes.

Tres de las métricas a tener en cuenta para los inversores y para proyectos invertibles son:

1. Margen:
El margen es el beneficio que te queda cada vez que vendes un producto.

2. Coste de adquisición de cliente (CAC):
¿Cuánto tienes que invertir en publicidad para conseguir una venta? Lógicamente tienes que decirle al mundo que tienes unos productos atractivos para que los conozcan y los compren, eso significa que tendrás que hacer campañas de pago en tu canal de venta (por ejemplo Instagram ads). Si el valor de tu CAC es menor que tu margen, hay negocio.

Ejemplo: Imagina que lanzas una campaña de Instagram Ads de 500€ y consigues 250 ventas, eso quiere decir que tu CAC = 2€ por lo tanto estarás ganando 2€ por estuche vendido.A partir de ahí échale gasolina al fuego y optimiza procesos (estrategias de contenidos, UX en tu web, customer success…) para reducir aún más tu CAC. Si por el contrario, en esa misma campaña de 500€ sólo consigues 100 ventas significará que tu CAC es demasiado alto (CAC=5€ > Margen = 4€). No hay negocio.

3. Lifetime value:
Si tu proyecto consiste en un modelo de suscripción tendrás que añadir otra fórmula a la ecuación. ¿Cuántos períodos (meses) está tu cliente contigo? El lifetime value es el valor que te genera la media de tus clientes durante todo el tiempo que está contigo.

Ejemplo: Si tú le cobras a tu cliente 5€ al mes y tus clientes están de media 10 meses contigo, significa que a cada cliente le obtienes un valor de 50€ a lo largo de su recorrido. Por lo tanto si tienes un modelo de suscripción, quizá amortices tu CAC en el mes 2 ó 3, así que también tendrás que tenerlo en cuenta.

4. Churn rate:
El Churn rate o tasa de pérdida de clientes, es un término empresarial que hace referencia al ritmo en el tiempo con que los clientes dejan de usar el servicio. En otras palabras, se trata de estimar cuánto nos dura un cliente. En este sentido, cuánto más bajo sea el ‘churn’ de un proyecto empresarial, más tiempo duran los clientes como tales. Si se componen los efectos de una recurrencia alta y un churn bajo, tenemos un escenario de muy alta calidad y, por lo tanto, un negocio más invertible por parte de inversores potenciales.

Bibliografía

https://toyoutome.es/blog/que-caracteristicas-debe-poseer-un-proyecto-emprendedor-para-tener-mas-probabilidades-de-atraer-inversores/41178

https://lanzadera.es/conseguir-inversion-startup-como-donde/

https://www.linkedin.com/pulse/6-claves-para-que-un-proyecto-sea-invertible-pau-aguilar-garc%C3%ADa/?originalSubdomain=es

https://www.dyrecto.es/como-detectar-que-proyecto-es-para-business-angels/

2. Protocolo de actuacion para la detección y filtrado de proyectos invertibles

Utilizaremos este protocolo cuando estemos ante un proyecto que cumpla cada una de estas condiciones:
- Buscan acceder a financiación privada a cambio de ceder participaciones.
- Son proyectos altamente escalables.
- Presenten cierto grado de desarrollo y madurez.

Hablamos de proyectos que buscan introducir capital ajeno a cambio de ceder parte de su capital y control. Proyectos que ya cuenten con un producto mínimo viable, testado en el mercado o bien que ya presente un nivel de ventas.

Además, es imprescindible que el proyecto sea altamente escalable, es decir que el incremento exponencial de las ventas no signifique un incremento de los gastos asociados al proyecto.

Llegado a este punto sería interesante resolver estas tres cuestiones: El cómo, el dónde y en que momento. Tres preguntas que resolvemos a continuación

¿Cómo detectar este tipo de proyectos?

Para detectarlos habría que profundizar en los siguientes apartados:

a) Equipo. Análisis del equipo promotor
- Un solo promotor puede no reunir todas las capacidades necesarias, pero al menos debe tener las imprescindibles para llevar el proyecto a buen puerto. Desarrollar una app y no contar un desarrollador informático dificulta el éxito del proyecto.
- Muchos promotores pueden ralentizar la toma de decisiones cuando pretendemos incluir financiación privada. Aportación de cada miembro del equipo, fortalezas.
- Calidad de los promotores: ¿son expertos en el sector o son familiares?
- Grado de compromiso, aportación de recursos propios hasta la fecha.
- Conocimiento del mercado.
- En el caso de proyectos tecnológicos, ¿Son propietarios de la tecnología?

b) Mercado
- Confirma si hay disponible un prototipo o una versión básica y que el mercado ya ha reaccionado positivamente.
- Nivel de ventas hasta la fecha.
- Proyección de crecimiento que presenta y especialmente si es a nivel internacional.

c) Escalable
Un proyecto es escalable cuando puede incrementar sus ingresos sin que incrementen sus gastos, o al menos de manera poco significativa.
- No es escalable un proyecto que depende de las horas de trabajo o de un espacio físico, porque en ambos casos crecer en ventas significaría crecer en recursos.
- Mas escalable a menor coste marginal, tener más clientes no significa mas gastos. Las plataformas digitales, las apps, son altamente escalables.

Si consideras, después de analizar todos estos factores que el proyecto puede ser susceptible de financiación privada, contacta con el AER de financiación, y una vez validado el proyecto, se iniciará el proceso de búsqueda de inversores.

Para ello necesitaremos conocer del proyecto:

FICHA RECOGIDA DE DATOS PARA BUSQUEDA DE INVERSORES

Nombre del proyecto:

Promotores:
1.-
2.-
3.-
4.-

Datos de contacto:
Email:
Teléfono:
RRSS:
Localidad: CP: Provincia:

Fecha constitución:
Actividad:
Sector:

Nivel de ventas en los últimos tres años:
Inversión realizada hasta la fecha: Importes y conceptos
Financiación: Indicando fuentes de financiación y la aportación de recursos propios
Previsión de ventas a tres años:
Necesidades de financiación: Indicar importes y conceptos

¿Dónde detectar estos proyectos?

Hay diferentes espacios en el ecosistema donde poder detectar diferentes proyectos invertibles que por un lado ya nacen del CADE o por el contrario son ajenos, pero se podrían beneficiar de alguno de nuestros servicios. Entre otras propuestas de lugares donde detectar estos proyectos están:

Premios Andalucía Emprende.
Premios de las diferentes Universidades.
Aceleradoras de proyectos: AOF, Minerva, Demium, StartupLabSpain…
Presentación de foros de inversión: PCT Cartuja, Global Hub,…
Premios locales y de diputaciones provinciales.
Premios de AJE, Caixa, UPTA, ATA…y de diferentes organimos que apoyan al trabajo autónomo y empresas.

3. Alternativas de financiación privada

Actualmente conseguir financiación para una idea o un proyecto empresarial, no pasa necesariamente por las entidades bancarias. Los métodos de financiación tradicional han dejado paso a nuevas fórmulas que, no sólo son la única opción para muchas empresas que nacen, sino que en muchos casos es la mejor.

Crowdfunding

Fórmula de financiación colectiva. Pequeños inversores invierten tickets pequeños (cantidad de €) a través de plataformas de internet, a cambio de una participación en la empresa.

Existen diferentes tipos de crowdfunding en función de la recompensa esperada por el inversor:

- Crowdfunding de recompensa: Muy utilizada en proyectos culturales, porque no se participa en la empresa sino en el proyecto concreto: una película, un libro, .. El beneficio para el inversor es el producto a un precio especial, antes de su lanzamiento, una mención, ….

Generalmente para llegar a desembolsar el dinero por parte de los inversores hay que llegar a un mínimo que haga posible el proyecto.

- Crowdfunding de inversión: Se aporta capital a cambio de una participación en la empresa.

- Crowdfunding de préstamos: Se aporta dinero en forma de préstamos que debe ser devuelto junto con sus intereses.

- Crowdfunding de donación: Aportaciones desinteresadas. Suelen ser para proyectos solidarios.

Ejemplos de plataformas: https://www.verkami.com/, https://www.kickstarter.com/, https://www.indiegogo.com

Business Angel

Son inversores, generalmente personas físicas, que invierten su dinero para ayudar a emprendedores a iniciar su proyecto. Generalmente poseen una amplia experiencia profesional por lo que además de dinero aportan experiencia y contactos.

Buscan una amplia rentabilidad y suelen estar especializados por sectores. Cuando el proyecto despega, venden sus participaciones y salen del proyecto.

Venture Capital

Formados por inversores profesionales que buscan una alta rentabilidad e invierten grandes tickets. A diferencia de los Business Angel, no ofrecen asesoramiento, sino que son exigentes en cuanto a las condiciones para invertir.

Suelen ser gestores de fondos de inversión que saben donde quieren invertir y marcan las condiciones, pactos de socios. Están más vinculados a empresas ya consolidadas que quieren expandirse.

¿Cómo conseguir esta financiación?

Para contactar con inversores ten en cuanta una serie de consejos:

Buscar referencias. Personas que nos proporcionen contactos o nos acerquen a inversores.

Foros de inversiones. Participar en foros de inversiones, aunque no consigas financiación, supone un buen aprendizaje.

Eventos. La mayoría de los eventos suelen incluir un networking posterior, que es un momento adecuado para iniciar contactos e ir creando interés y confianza en la empresa.

Linkedin u otras redes de contactos profesionales

Además, debes tener preparado:

One -page: Documento de 1 sola página con la información básica de la empresa.

Elevator Pitch: Discurso con los elementos claves de la empresa.

Picth Deck: Presentación visual con los elementos claves de la empresa.

Business Plan: Plan de empresa donde exponer toda la información de la empresa: Producto/servicio, clientes, mercados, datos económicos, ...

4. Elaboración de un modelo propio Pitch Deck

Andalucía Emprende entre sus objetivos está el apoyo de financiación a las empresas y personas emprendedoras que atendemos, para ello queremos realizar un modelo propio de PITCH DECK, el formato de presentación que realizamos para dar a conocer nuestro proyecto a futuros inversionistas.

Para la realización de este trabajo empezaremos estableciendo los objetivos que perseguimos con esta presentación, a continuación estudiaremos los mejores formatos que vamos a realizar: - powert point, -video de presentación, la duración que debe tener el Pitch Deck..

Estudiaremos la idoneidad de un pitch distinto en función de si presentamos un proyecto cultural, industrial, tecnológico…

Será clave incluir los puntos que debe tener un buen PITCH DECK: equipo, ventajas, soluciones que aporta, innovación…

Todo ello con la intención de ofrecer un modelo propio que pueda ayudar a que los inversores apuesten por nuestros proyectos.

Puntos del Pitch Deck

1. Título

a. Nombre del proyecto empresarial

b. Actividad empresarial, a qué se dedica

2. El problema

a. Describe el problema que pretendes resolver o la necesidad que vienes a cubrir

b. Recuerda contarla como una experiencia, como una historia…

3. La solución

a. Explica brevemente cómo haces para resolver el problema, la explicación técnica aun no es necesaria aquí.

b. Es el momento de hacer una breve descripción del valor que ofrece tu proyecto

4. El modelo de negocio

a. Es el momento de definir el valor generado a tu empresa, quien paga y bajo que condiciones, modelos similares a tu proyecto…

5. Explicación técnica

a. Aquí es conveniente ayudarte con gráficos, imágenes, diagramas…

b. Mostrar el prototipo, marcas, patentes…

6. Marketing y ventas

a. Captación de la clientela

b. Base de datos de clientes o usuarios ya registrados, en su caso.

7. La competencia

a. Es el momento de comentar si hay opciones a tu proyecto, qué competidores tienes, por qué no hay en el mercado un proyecto como el tuyo…

8. El equipo

a. Quienes somos, habilidades de los principales protagonistas del proyecto

b. Destaca las experiencias claves para el éxito del equipo.

c. Si tu equipo no está completo comunícalo y como piensas completarlo.

9. Los números del negocio

a. Clientela, precio que pagan, indicadores claves…

10- Finalmente una radiografía

a. Resumen de lo logrado hasta ahora (Clientela, ventas…)

b. Lo que aún nos falta (planes de expansión, uso de fondos)

c. El sueño (lo que pido para el proyecto)

Resumiendo ...

- 1. Describo el Problema que pretendo resolver
- 2. Propongo la alternativa de Solución propuesta
- 3. Explico el Modelo de Negocios de mi proyecto
- 4. Detallo la magia que hay detrás
- 5. Expongo la estrategia de marketing y ventas
- 6. Hablo de la Competencia
- 7. Describo al equipo
- 8. El cálculo de servilleta
- 9. Detallo una radiografía de mi proyecto
- 10. Hago el pedido (acompañado de un ofrecimiento)

Anexo
Casos de Éxito

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Almería

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

BIOSEMILLAS, S.COOP.AND.

Almería

https://www.biosemillas.es

Descripción negocio

Especializados en agricultura ecológica ofrecen un servicio de calidad y asesoramiento para las propias semillas ecológicas y biodinámicas que fabrican.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Certificados en semilla biodinamica.

Certificados en semilla ecológica.

Maria Dolores Pardo Fuentes
Presidenta

https://www.linkedin.com/in/biosemillas-sca-614b78159/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

CCL FRUITS AND VEGETABLES

Almería

https://www.cclfruit.es

Descripción negocio

Empresa dedicada a la importación y exportación de productos hortofrutícolas

Cuentan con marcas propias para hacer de sus productos los más competitivos y los de mejor calidad del mercado.

Las marcas con las que actualmente trabajan son:

- Bionative: nuestra marca insignia para nuestra línea de productos orgánicos.
- Tropical Fruit: nuestra marca para los productos de importación de sudamérica.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Premio Andalucía Emprende 2019, categoría Consolidación

Consuelo Alarcon
Directora Comercial Internacional

https://www.linkedin.com/in/ccl-fruit-y-vegetales-161aba172

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

CENTRO DE NEURORREHABILITACIÓN AFERENTA, S.COOP.AND.

Almería

https://www.centroaferenta.com

Descripción negocio

ASISTENCIA A PERSONAS QUE HAN SUFRIDO UNA LESIÓN EN EL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL O PERIFÉRICO.

Enriquecer al paciente a través de aferencias: sensaciones, información, estímulos, modificación del entorno, flexibilizar, adaptar, ofrecer variabilidad… Se trata de experienciar al paciente y ofrecerle la posibilidad de aprender estrategias que le ayuden a enfrentarse a las demandas de su vida cotidiana de la manera más eficaz posible.

Alcanzar el máximo potencial de sus capacidades

Principales logros. De qué presume tu empresa

Centro autorizado Consejería de Salud y Familias

Miriam Martinez Amate
Julia del Rocio Campos Martinez
Co-Fundadoras

https://www.facebook.com/centroaferenta/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

FOODTIC.S.L.

Almería

https://www.foodtic.com

Descripción negocio

Desarrollo de Software y productos tecnológicos centrados en los procesos de los establecimientos de hostelería.

Autentica digitalización de los negocios de hostelería

Principales logros. De qué presume tu empresa

Romper con lo actual.

Dar poder al profesional.

Mejorar procesos.

Implicar al máximo al consumidor

Lázaro Cáceres
Director General

https://www.linkedin.com/in/lazaro-caceres-0233483a/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

KAME INGENIERIA CREATIVA, S.COOP.AND.

Almería

https://www.kameic.com

Descripción negocio

Soluciones creativas a problemas sociales por medio de la tecnología.

Plataforma software pensada para ayudar a estimular y mejorar los procesos de aprendizaje en el día a día de los niños y las niñas con TEA. Además, a través de esta plataforma, buscan apoyar el trabajo diario de familiares y profesionales.
Gaido está diseñada para estimular el desarrollo a través de módulos basados en pictogramas. Este sistema supone una ventaja, para las personas que necesitan un apoyo visual para fomentar su aprendizaje.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Premio Jóvenes MasHumano.

Finalistas en la 3ª edición de los premios Andalucía Emprende en la categoría CREA

Juan Delgado Pérez
Cofundador

https://www.linkedin.com/in/juandelgadoperez/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

LAUSETT

Almería

https://www.lausett.com

Descripción negocio

Diseño y fabricación de colecciones de bisutería y complementos de moda.

Diseños hechos a mano, desde Almería para la moda y la televisión.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Colaboradora con diversos diseñadores de moda, para la presentación de sus colecciones en las pasarelas mas importantes del país.

Apariciones en numerosas series y programas de televisión.

Laura Pérez Vega
CEO y diseñadora

https://www.linkedin.com/in/laura-p%C3%A9rez-8a73ab150

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

OWA ACADEMY

Almería

https://www.owacademy.com

Descripción negocio

Formación deportiva, entrenamiento online y tienda de productos deportivos, destinados a la mujer.

Empoderamiento femenino utilizando el ejercicio físico como herramienta.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Entidad seleccionada por Andalucía Open Future

Premio Andalucía Emprende 2020, categoría CREA.

Lidia Romero
Directora Académica

https://www.linkedin.com/in/lidia-romero-gallardo-8ab8aa32

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

TWENIX

Almería

https://www.twenix.com

Descripción negocio

Plataforma e-learning de inglés

Ayudan a los usuarios a potenciar su nivel de conversación en inglés de una forma práctica a la vez que optimizamos los resultados y gastos en formación.

Principales logros. De qué presume tu empresa

92% finalización de los cursos

9,7 de satisfacción de sus usuarios

80 % ahorro tiempo en gestión del curso formación

José Antonio Ruiz Santiago, Miguel Sanz Sánchez, Daniel Delgado Foruria y Jorge Moreno Hernández.
Cofundadores

https://www.linkedin.com/company/twenix

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Cádiz

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

3D UNICOM SL

Cádiz

https://www.3dalia.com

Descripción negocio

Consultora de desarrollo de producto.

Diseño Industrial e Innovación
De la idea al producto
De la necesidad a la solución

Principales logros. De qué presume tu empresa

Miembro del Smartcity Cluster

Daniel Fernández Fajardo
CEO

https://www.linkedin.com/in/danielfernandezfajardo

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

CENTRO ESPECIAL DE EMPLEO FASER, S.COOP.AND.

Cádiz

https://www.centrofaser.es/quienes-somos

FASER
FACILITY SERVICES

Descripción negocio

Prestación de Facility Services.

Solventar las necesidades de las empresas en la externalización de ciertos trabajos y contribuir en la inclusión laboral de personas con discapacidad.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Centro Especial de Empleo Calificado por la Junta de Andalucía, CEE-727/CA

Inmaculada Brea Iglesias
Administradora

https://www.linkedin.com/in/inma-brea-iglesias-3113651b1/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

CONSULTORA AMBIENTAL TRAFALGAR, S.COOP.AND.

Cádiz

https://www.consultoratrafalgar.com

Descripción negocio

Elaboración de proyectos de restauración ambiental y formación medioambiental.

Proyectos de voluntariado ambiental. Protección y aprovechamiento de espacios naturales.
Puesta en valor del patrimonio cultural, etnográfico y ambiental en espacios naturales

Principales logros. De qué presume tu empresa

Innovando para preservar el medioambiente

Ana Isabel Lorenzo Ramírez
Cofundadora

https://www.linkedin.com/in/ana-isabel-lorenzo-ram%C3%ADrez-159321172/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Destilerias Galafate

Cádiz

https://www.destileriasgalafate.com

Descripción negocio

Destilería de bebidas espirituosas.
Elaboración de bebidas alcoholicas para comercializar con marca propia y para su embotellado con marca blanca.

Diego Galafate
Responsable calidad

https://www.linkedin.com/in/diego-galafate-b49999143

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

JOHN CARLOS MILBURN RODRÍGUEZ

Cádiz

https://www.explorelatierra.com/es/

Descripción negocio

Turismo activo en la provincia de Cádiz.

Rutas de senderismo y agroturismo en Cádiz

Principales logros. De qué presume tu empresa

Miembro de la Asociación de Turismo Seguro, Responsable, Seguro

John Carlos Milburn Rodríguez
Fundador y Guia

https://www.linkedin.com/in/john-carlos-milburn-rodriguez-49721a98/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Kingsman Clothes, S.L.

Cádiz

https://www.kingsmanclothes.com

Descripción negocio

Diseño y comercialización de ropa de caballero, fabricada en Andalucía.

Comercializan en su tienda propia en San Fernando, tienda online y a través de 10 tiendas multimarca

Principales logros. De qué presume tu empresa

Productos fabricados con materiales de máxima CALIDAD. Que cuidan los DETALLES, haciendo cada prenda única y especial. Pequeñas cosas que en ocasiones solo pueda apreciar el que la lleva puesta.

Mario Montañes Aranda
CEO

https://www.facebook.com/mario.montanesaranda

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Lesielle Cosmetics, S.L.

Cádiz

https://www.lesielle.com

lesielle
ADAPTIVE SKINCARE

Descripción negocio

Cosmética adaptativa. sistema para crear un cosmético en la dosis justa, que se adapte a las características y necesidades de cada persona.

A través de un dispositivo, permite crear un cosmético personalizado, con la combinación de una base con hasta 4 principios activos.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Finalista premios VOGUE Belleza 2021.

Ganadores del Premio Andaluz “Innovación & Transformación 17” .

Ganadora del premio internacional de belleza "The best of the best" en los Cosmoprof Awards 2018.

Finalista en los galardones Cosmoprof Awards 2018

Seleccionados como una de las 100 mejores startups del mundo por la "South Summit 2018"

Rubén Rubiales Vázquez
CEO

https://www.linkedin.com/in/rubenrubiales/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

The Branx Europe, S.L.

Cádiz

https://www.thebranx.es

Descripción negocio

Ayudan a emprendedores y empresarios a lanzar su negocio online y su transformación digital, implementando y gestionando todos los procesos y las herramientas necesarias. Creemos en la creación de marcas fuertes desde el principio.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Han colaborado con startups en toda Europa y en EE.UU. en los sectores B2B y B2C, como viajes, gran consumo, lifestyle, retail y software. Nos gustan las empresas de SaaS, los marketplaces, el comercio electrónico y la creación de aplicaciones.

Validan ideas novedosas y las convierten en marcas, productos y negocios digitales utilizando su propia metodología. Así aumentan la posibilidad de éxito de las empresas y optimizan su creación y crecimiento.

Jesús Coto Granado
CEO

https://www.linkedin.com/in/jesuscoto/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Córdoba

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

AGROAIR TECHNOLOGY, S.L.

Córdoba

https://www.agroairtech.com

AGROAIR TECHNOLOGY

Descripción negocio

AgroAir Technology cuenta con 3 años de antigüedad (20/09/2018) y está ubicada en el sur de España (Córdoba), dedicada a la digitalización del sector agrícola, donde combinan tecnologías de IOT, Big Data, IA en el sistema de producción, implantando las bases para impulsar la transformación digital del sector agroalimentario, logrando eficiencia y productividad a través de las herramientas digitales adaptadas a su parcela.

Es una empresa del Sector Agrotech que realiza proyectos de integración, análisis de datos y monitorización de cultivos mediante la sensorización y computación de datos agroalimentarios.

Principales logros. De qué presume tu empresa

El diseño de un dispositivo donde se integra IOT lo que permite obtener información muy valiosa a la hora de realizar mediciones REALES de balances hídricos y contaminantes en los cultivos.

José Antonio Gutiérrez González
Gerente

https://facebook.com/AgroAirTech

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Centro Zuhayra

Lucena (Córdoba)

https://www.centrozuhayra.com

Centro de Rehabilitación Sanitaria y Formación para personas con discapacidad

Descripción negocio

Zuhayra es una iniciativa centrada en la rehabilitación neurológica a nivel de psicología y logopedia, y a la formación de personas con discapacidad, todo ello contando con el compromiso de la calidad humana, científica y técnica del equipo multidisciplinar que lo integran. Actualmente es el único centro con estas características ubicado en Lucena y cercanías. Parte de la idea de dar repuesta a todos aquellos trastornos neurológicos que hasta día de hoy no habían podido ser rehabilitados en Lucena y de dar respuesta a un colectivo de personas para su inclusión en la sociedad donde sean más independientes y autónomos.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Centro innovador. Equipo multidisciplinar y en formación continua y con mentalidad positiva.
Ser el único centro con estas características. Aumentar las ventas en la situación de crisis que actualmente vivimos adaptándonos a dicho cambio y generando soluciones. Comentarios positivos.
Creatividad. La contribución que hacemos a otras personas tanto en el plano educativo como sanitario y social-jurídico.

Principales métricas

Cuota de mercado del 11% en España. Facturación multiplicada por 12 desde el primer año. Oficina de 250m2 útiles y 580m2 totales, con capacidad para 40 personas. Sede ubicada en población rural. Clientes a nivel internacional.

Rocío Barranco Zuheros

https://www.facebook.com/CentroZuhayra

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Culinary Concepts Group, S.L.

Córdoba

https://www.lasalmoreteca.com

Descripción negocio

La Salmoreteca es un concepto gastronómico único, suma de ideas, ilusiones, pensamientos, que se mezclan y destilan, alrededor de uno de los 100 platos principales de la gastronomía española, andaluza y cordobesa: El Salmorejo.

Trabajando durante años en el desarrollo de los gustos y evoluciones de este plato, así como del conocimiento profundo y trazabilidad de sus ingredientes, hemos reinterpretado el Salmorejo sabiendo comprender, respetar y desobedecerlo, para volver a interpretarlo bajo un nuevo prisma culinario innovador, eso sí, sin olvidar sus componentes fundamentales: el tomate, el pan, el aceite y el ajo.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Inicio en 2013. Expansión a varios mercados gastronómicos de Andalucía. SOMOS PROYECTO CDTI: "TECNOLOGÍAS PARA NUEVAS CREMAS DE SALMOREJOS" para el desarrollo de salmorejos listos para servir. Ganadores del Premio Andalucía Emprende 2019. Presencia de nuestros productos en los lineales de grandes superficies comerciales. Tienda on line: https://www.lasalmoreteca.com/shop

Juanjo Ruiz Alvarez
Administrador único

https://www.linkedin.com/in/juanjo-ruiz-b973b31a2/
https://www.instagram.com/lasalmoreteca/
https://www.instagram.com/juanjoruizalvarez/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

EveryBind

Córdoba

https://www.everybind.com

Descripción negocio

Consultora digital, especializada en transformaciones tecnológicas a empresas., expertos en diseño de producto y desarrollo de software. Responden a necesidades digitales de cualquier tipo de empresa, promoción del negocio y modernización de sus procesos. El modelo de negocio se basa en tecnologías disruptivas, utilizando tecnología Beacon como nuestro producto estrella.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Destacamos trabajos en el sector turístico, como son dispositivos digitales para crear comunicaciones inalámbricas y automatizadas, museos inteligentes con localización indoor y visualización de la información, la realización de rutas o la conexión de empresas con sus empleados o en el sector de la salud. La creación el primer marketplace de Andalucía "COMPRA YA" (compraya.es) durante el confinamiento en 2020.

José Antonio Pérez León
Gerente

https://facebook.com/everybind
https://instagram.com/everybind

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Gas Biker

Córdoba

https://www. gasbiker.com

Descripción negocio

Gas Biker es una empresa de base tecnológica en la que mejoramos la seguridad de los motoristas a través de una aplicación móvil capaz de detectar el accidente sufrido por el usuario, y enviando una alerta a servicios de emergencia.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Haber sido la primera aplicación móvil en salvar la vida de una persona de forma autónoma. Hasta la fecha hemos intervenido en más de 23 accidentes de moto.

Principales métricas

+150k usuarios a nivel mundial
9 Vidas Salvadas
2 rondas financiación
+ 200k€ facturación +20% proyección en 2022

Andrés Muñoz Urbano
CEO

https://www.linkedin.com/in/andresmunozurbano/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

LAGAR DE LA SALUD SL

Córdoba

https://www.lagardelasalud.com

LAGAR DE LA SALUD
Bodega desde 1882

Descripción negocio

Lagar de la Salud es una pequeña bodega dentro de la Denominación de Origen Montilla-Moriles que elabora vinos blancos y tintos con uvas procedentes de sus viñedos. Es un proyecto muy personal de Miguel Puig y Fátima Ceballos. Se conocieron en Francia hace 8 años entre viñedos y vinos, y poco a poco han construido su sueño juntos. Desde el respeto a su tierra y a la naturaleza, están centrados en la fusión entre tradición y vanguardia. Su objetivo es elaborar vinos con carácter único, que expresen frescor e identidad, integrando la personalidad y el estilo del sur con métodos de elaboración seleccionados en diferentes regiones del mundo vitícola.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Posicionamiento de marca de vinos premium Dulas en 3 años Reconocimiento en premios internacionales.

Principales métricas

Crecimiento ventas, clientes y notoriedad por posicionamiento de productos en distribuidores y locales de prestigio

Fátima Ceballos
Gerencia y dirección técnica

https://www.linkedin.com/in/fatimaceballos6

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Space Content

Posadas (Córdoba)

https://www.spacecontent.net

Descripción negocio

Plataforma de publicidad online especializada en la realización de contenidos patrocinados a través de publicaciones en blogs y medios digitales

Principales logros. De qué presume tu empresa

Vender nuestros servicios a agencias de toda España y Sudamérica

Javier Sánchez García
CEO

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Tienda Carpfishing S.C.A

Posadas (Córdoba)

https://www.tiendacarpfishing.es

Descripción negocio

Tienda online de pesca deportiva especializada en la modalidad de carpfishing.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Vender los productos en territorio nacional; España y en Portugal

Javier Sánchez García
CEO

Javier Hidalgo Palacios
CEO

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Titan Bike Shop

Córdoba

https://www.titanbikeshop.com

Descripción negocio

Tienda de Bicicletas comercialidas bajo la marca Titán Bike, con las mejores marcas de bicicletas de competición del Mercado. Inició con dos establecimientos en Montilla y Córdoba, permaneciendo únicamente la el Establecimiento en Córdoba.

Principales logros. De qué presume tu empresa

A los 26 años había constituido 5 empresas. Emprendedor de espíritu inquieto con un enorme espíritu de adaptación

Principales métricas

Capital Social: 3000 euros

Facturación: 3 millones de euros al año

Rafael Juan Espejo Clavero
CEO

https://www.linkedin.com/in/rafael-juan-espejo-clavero-0a9b6b178/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Granada

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Alcuadrado Blockchain, S.L.

Granada

https://www.alcuadrado.tech

Descripción negocio

Consultoría líder en la investigación, comprensión y realización de proyectos exitosos de transformación digital con tecnología blockchain.

Lideran el proceso de adopción de la tecnología blockchain prestando servicios legales, informáticos, formativos y de marketing

Principales logros. De qué presume tu empresa

Han desarrollado tres aplicaciones propias para el empleo de la tecnología Blockchain: Pasarela2, Certificado2 y Secreto2.

Alberto Esteban Olarte
Cofundador-consejero legal

https://www.linkedin.com/in/albolarte/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

AR VISIÓN 2049, S.L.

Granada

https://www.arvision.es

Descripción negocio

Desarrollo de Tecnologías Inmersivas

Desde AR Vision crean soluciones de Realidad Virtual, Aumentada y Mixta totalmente a medida,creando una experiencia de usuario única e inolvidable

Principales logros. De qué presume tu empresa

Finalistas en Competición Turismo Rural de la World Turism Organization

Javier Argente Linares
CEO

https://www.linkedin.com/in/javier-argente-linares/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Bracelit, S.L.

Granada

https://www.bracelit.es

Descripción negocio

Creación de pulseras electrónicas para la digitalización de servicios personalizados.

Es mucho más que un nuevo modelo de comercio electrónico seguro.
Es mucho más que una solución de pago contactles .
Es mucho más que un sistema de control de accesos.
Es mucho más que un monedero virtual .
Es mucho más que una pulsera electrónica personalizada para cada cliente…

Principales logros. De qué presume tu empresa

Entidad participante de Proyecto Minerva de Vodafone y la Junta de Andalucía

José Antonio López Cardenas
Co-Founder & CTO

https://www.linkedin.com/in/lopezcardenas/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Centro de Innovación Mindlab, S.L.

Granada

https://www.junioringenieria.es

ESCUELA JUNIOR DE INGENIERÍA

Descripción negocio

Robótica, Ingeniería, Diseño e Impresión 3D para niños y niñas en Granada.

Somos la primera escuela de ingeniería para niños y niñas con método propio en España: creamos laboratorios de aprendizaje donde los más jóvenes desarrollan habilidades importantes para la ingeniería, relacionadas con las disciplinas STEAM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas) y la inteligencia emocional.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Premio a la mejor iniciativa empresarial por la UGR.

Antonio Martínez Jiménez
Gerente

https://www.linkedin.com/in/antonio-mart%C3%ADnez-b69a8366/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

GREENING INGENIERIA CIVIL Y AMBIENTAL, SL

Granada

https://www.greening-e.com

Descripción negocio

Desarrollo, ingeniería, construcción y mantenimiento de proyectos fotovoltaicos y de eficiencia energética.

Greening-e es una empresa de ámbito internacional especializada en el diseño, desarrollo, construcción y mantenimiento de instalaciones energéticas.
Nuestra compañía ha ido evolucionando y creciendo hasta convertirse en una empresa multidisciplinar, pudiendo ofrecer un servicio integralen tres líneas de actividad: Generación, Almacenamiento y Eficiencia Energética.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Presentes en 5 países y 3 continentes.

Ignacio Salcedo Ruiz
CEO

https://www.linkedin.com/in/ignacio-salcedo-a2934792/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

La Abuela de Granada, S.C.

Granada

https://www.laabueladegranada.com

Descripción negocio

Difusión y comercialización de productos gourmet de Granada.

Ayudar a los pequeños comerciantes y productores de nuestro pueblo y alrededores a dar salida a sus productos de forma online.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Los mejores productos gourmet de la provincia de Granada

Rosa Mª Canovas Carayol
CEO

https://www.linkedin.com/in/rosa-maria-canovas-carayol-2b914038

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

MDURANCE SOLUTION S.L.

Granada

https://www.mdurance.eu

Descripción negocio

mDurance reune la más alta tecnología para ponerla al servicio de la fisioterapia y el deporte.

Tiene como objetivo agilizar la toma de decisiones clínicas y basándose en la tecnología Big Data y en el procesamiento de señales neuro-musculares, la herramienta potencia tus valoraciones para llevarlas a un siguiente nivel..

Principales logros. De qué presume tu empresa

Múltiples premios a la mejor innovación y tecnología mas disruptiva.

Ignacio Diaz Reyes
CEO & Founder

https://www.linkedin.com/in/idiaz-reyes/

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Viver Konbucha, S.L.

Granada

https://viverkombucha.com/

Descripción negocio

Producimos la kombucha más auténtica, con los mejores ingredientes ecológicos. Para que las personas disfruten bebiendo bien, para vivir mejor.

Descubrimos la kombucha en Chicago (EEUU), donde trabajamos como ingenieros durante 5 años. Somos amantes del deporte y la vida sana

Principales logros. De qué presume tu empresa

Producen 10.000 botellas al mes, aunque su fábrica tiene una capacidad de 80.000.

Víver Kombucha se distribuye actualmente en 500 puntos de venta por toda España

Raúl de Frutos Tinoco
Cofundador

https://www.linkedin.com/in/raul-de-frutos-86a63b53/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Huelva

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Agroecologica El Origen, S.Coop.And.

Huelva

https://www.agroecologicaelorigen.com

Descripción negocio

Agroecológica El Origen es una empresa familiar, creada por jóvenes emprendedores, dedicada a la agricultura ecológica. El valor de la innovación de procesos, el espíritu emprendedor de un joven agricultor y las técnicas innovadoras de producción agrícola ecológica dan como resultado productos certificados de máxima calidad.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Productores en ecológico de mora, frambuesa, fresa y arándano.

Agricultura ecológica CAAE

Buenas prácticas en agricultura GlobalGAP

Producción alimentaria que respeta la naturaleza, conserva la biodiversidad, aporta bienestar animal, contribuye a la mitigación y adaptación al cambio climático y fomenta el desarrollo rural Ecovalia

Carmelo Santana Camacho
Cofundador-CEO

https://agrodiariohuelva.es/carmelo-santana-producir-y-comercializar-frutos-rojos-ecologicos-tiene-un-valor-anadido-en-los-mercados/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

AleRoma.com

Huelva

https://www.aleroma.com

ALEJANDRO ROMA

Descripción negocio

Marca personal. Marketing Digital. Video Marketing

Principales logros. De qué presume tu empresa

Venta de infoproductos online.
Clientes con resultados de facturación de 6 cifras en un solo lanzamiento.

Principales métricas

Joven de 28 años.
Emprendiendo desde los 24.
Estratega digital y consultor de negocios.
Video marketing y Embudos de Venta.

Alejandro Roma

https://www.linkedin.com/in/alejandro-roma-estratega-digital/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Arándano Estudio Creativo

Huelva

https://www.arandanoestudiocreativo.com

Descripción negocio

Somos una agencia de publicidad dedicada a la creación, desarrollo y comunicación de marcas en cualquier ámbito online y offline

Principales logros. De qué presume tu empresa

Ampliación de equipo, como principal logro.
Trabajo para ferias de cultura importantes ARCO Madrid, aplicaciones de Apple, propuestas a hoteles de renombre. Desarrollo de imagen corporativa para finca rural en Sanlúcar de Guadiana.

Principales métricas

Triplicación de facturación a los dos años de comenzar.

Trabajos a nivel nacional.

Claudia Álvarez Vega
Fundadora

https://www.linkedin.com/in/claudia-álvarez-vega-339888b5/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Jonathanvelez.com

Huelva

https://www.jonathanvelez.com

JONATHAN VÉLEZ
CONSULTOR SEO

Descripción negocio

Formación en Marketing Digital y Servicios de Diseño y Posicionamiento Web en Internet

Principales logros. De qué presume tu empresa

Formador en la universidad de Huelva y La Rioja
Formador en uno de los principales Máster de Marketing Digital de España
Ponente en diferentes congresos de Marketing Digital Nacionales e Internacionales

Principales métricas

Comunidad de + de 10 000 seguidores en las RRSS
400 alumnos entre presenciales y online este último año
Aumento de la facturación en un 40% de media anualmente
Clientes en España, Suiza, Alemania, Inglaterra y Latinoamérica

Jonathan Vélez

https://www.linkedin.com/in/soyjonavelez/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Mechanic Games

Huelva

https://www.mechanicgames.net

Descripción negocio

Estudio de Diseño, Desarrollo y Edición de Videojuegos.

Otros ámbitos: Gamificación, Apps, Software, Multimedia, Diseño de Experiencia de Usuario…

Principales logros. De qué presume tu empresa

- Semifinalistas Premios PlayStation
- Premio al Juego más Original
- Primer estudio de Diseño y Desarrollo de Videojuegos de Huelva
- Videojuegos con compromiso social.

Principales métricas

Repercusión en medios de prensa

Sector en constante auge

Rafael Garrido Toledano
Cofundador. UX, Level and Game Designer.

https://es.linkedin.com/company/mechanicgames
https://twitter.com/mechanicgames
https://www.facebook.com/MechanicGames

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

SensaCultivo

Huelva

https://www.sensacultivo.es

Descripción negocio

SensaCultivo es un sistema de monitorización de cultivos que permite a agricultores y técnicos agrícolas tomar mejores decisiones basadas en datos reales del estado de la planta, suelo y clima.

Mediante unos sensores instalados en el terreno y una sencilla aplicación, recibirán alertas y recomendaciones en su teléfono móvil que les permitirán, por ejemplo, conocer la humedad del suelo, el nivel de fertilización y las condiciones dentro del invernadero.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Proyecto Minerva en la convocatoria 2018-2019
Ganador Premio Andalucía Emprende Huelva en la categoría Crea

Principales métricas

Instalación de más de 50 equipos.

+500 ha en frutos rojos.

5 cooperativas diferentes.

Daniel Márquez Gómez
CEO

https://www.linkedin.com/in/daniel-marquez-gomez

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Zinknova, S.L.

Huelva

https://www.zinknova.eu

Descripción negocio

ZINKNOVA es una agencia privada que tiene la misión de fomentar, dentro del marco europeo e institucional, la cooperación científica y la transferencia de conocimiento tecnológico entre China y España.

Ayudan a implantar una estrategia de gestión de la innovación e internacionalización en sus empresas, facilitando la introducción al mercado de nuevos productos, servicios, o mejoras de los existentes, cumpliendo las expectativas de normativa, calidad, homologación y certificación.

ZINKNOVA se especializa en priorizar y generar propuestas de ideas, convocatorias, proyectos de I+D+i, dentro de la industria aeroespacial pública o privada. Desarrollamos nuestra labor en el sector civil de los RPAS, UAV o drones, desde minis a pesados, desde corto hasta ultra largo alcance.

Agencia privada de consultoría que te acompaña, de forma directa y eficaz, hacia los procesos de validación, calificación y certificación CE.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Impulsar la cooperación tecnológica entre España y China en el sector RPAS

Alvaro de la Morena García
Cofundador-CEO

https://www.linkedin.com/in/alvarodelamorena/

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Jaén

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

VANDELVIRA & YANTAR SL

Baeza (Jaén)

https://vandelviraeventos.com

Descripción negocio

A pesar de la juventud de la empresa, 10 de enero de 2018, donde no han pasado mas de dos años, al día de hoy, tienen catering y otros negocios de restauración, funcionado tanto en las Instalaciones de la Universidad de Jaén en cafeterías y comedores universitarios, como en el Club de la Casa de Campo (Madrid). Deciden aportar por un nuevo negocio, con cocina de autor, en el antiguo restaurante Vandelvira de Baeza, para ponerlo en valor y querer posicionarlo en la vanguardia de la provincia de Jaén, siendo que sea un referente en la nueva gastronomía.

Principales logros. De qué presume tu empresa

La empresa en poco tiempo, desde su constitución, ha pasado a tener dos centros de trabajo uno en Madrid en el club social de La Casa de Campo, con una media de 16 puestos de trabajo (varios de ellos son extras) y otro en la Universidad de Jaén, con 4 permanentes y unos 20 en eventos.

Principales métricas

Facturación anual: 676.991,2

Puestos de trabajo media:

Jaén universidad: 20 media. Madrid Casa de Campo: 16 media. Restaurante Vandelvira: 5 mas extras.

Juan Carlos García (Chef)

https://www.instagram.com/vandelvira_eventos/
https://www.facebook.com/vandelviraeventos/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Desconecta2 Eventos

Jaén

http://www.desconecta2eventos.es

Descripción negocio

Ocio de conciliación y turismo social. Organización de actividades de ocio y eventos especialmente pensadas para familias monoparentales y personas con discapacidad. Empresaria, mujer, con discapacidad y familia monoparental.

Sonia Martos Cortecero
Fundadora-CEO

https://www.linkedin.com/in/sonia-martos-cortecero-452876204/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Eleph Mind, S.L.

Jaén

https://elephmind.com

ELEPH MIND
STAY ON TOP

Descripción negocio

Agencia de marketing digital. Contamos con las herramientas más avanzadas y realizamos un servicio totalmente personalizado, ayudando a cada cliente, de forma individual, a alcanzar sus objetivos

Principales logros. De qué presume tu empresa

Desarrollo de estrategias precisas en la que conseguimos los objetivos marcados en el menor tiempo posible

Principales métricas

En Google My Business GMB, son los primeros a la hora de buscar agencia de marketing digital.

Ángel Moreno Vázquez
Chief Operating Officer

https://www.linkedin.com/in/%C3%A1ngel-moreno-v%C3%A1zquez/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Happymami Lactancia, S.l.

Jaén

https://happymamilactancia.com

Descripción negocio

Happymami es el primer biberón diseñado a medida por cada mamá para su bebé, imitando el pecho en la tetina ideal, para que no exista diferencia en el paladar del bebé entre amamantar del pecho de mamá o de su Happymami, previniendo así el factor de confusión tetina-pezón y fomentando la lactancia materna.

Principales logros. De qué presume tu empresa

El proyecto cuenta con muchos reconocimientos y premios que lo avalan como por ejemplo empresa joven por Diputación de Jaén, Andalucía emprende Jaén así como mejor proyecto de programa de emprendimiento Explorer del banco Santander, viajando a Silicon Valley para exponer el proyecto ante la cumbre del emprendimiento.

Principales métricas

En los 8 meses que lleva en el mercado más de 1000 mamás han confiado en la marca

Alberto Fernández Pareja
CEO de Happymami

https://www.linkedin.com/in/alberto-fern%C3%A1ndez-s1/
https://www.instagram.com/happymami.lactancia/
https://www.facebook.com/happymami.lactancia

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Imporalia Global Solutions, S.L.

Jaén

https://www.imporalia.com/

Descripción negocio

Son una asesoría de comercio internacional enfocada en Asía, principalmente China y en América en Ecuador Lleva a cabo cualquier proceso dentro de una importación abarcando etapas desde la localización de fabricantes, controles de calidad, simulaciones de costes, estructuración logística, trámites aduaneros, documentación, transporte terrestre y en definitiva, cualquier proceso dentro de la importación.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Cuentan con empresa propia tanto en China como en Ecuador, consiguiendo estar presente así en tres continentes.

Ofrecen un asesoramiento completo y dando respuesta a cualquier duda que el cliente tenga previa a su importación.

Gonzalo Pérez Cuenca
CEO & Founder

https://www.linkedin.com/in/gonzalo-p%C3%A9rez-cuenca-53321297/
https://www.facebook.com/imporalia/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

JUAN CARLOS VEGA GALAN Y MARIO PAMPANO GODINO, UTE

Jaén

https://www.enterbots.es

Enter Bots
EDUCACIÓN TECNOLÓGICA

ENTER BOTS

Descripción negocio

Formación de robótica, impresión 3D, programación y diseño de videojuegos a niños y jóvenes, para entender la ciencia de forma divertida, y proporcionar herramientas de futuro

Principales logros. De qué presume tu empresa

Pioneros en la provincia de Jaén en la enseñanza de robótica, impresión 3D y diseño de videojuegos. Colaboradores en Plan de Familia de la Consejería de Educación

Principales métricas

Gestionan íntegramente cursos anuales de robótica y más de 400 talleres en 35 centros educativos, donde se han construido cerca de 4.000 robots, en diversas modalidades.

Mario Pámpano Godino
Socio Gerente

https://www.linkedin.com/in/mario-j-p%C3%A1mpano-godino-784686206/
https://www.instagram.com/enterbots/
https://www.facebook.com/EnterBotsEducacionTecnologica

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Oslice Technology, S.L

Jaén

https://www.oslice.es

Descripción negocio

En Oslice Technology ofrecemos servicios de ingeniería con el objetivo de acercar tecnologías como la inteligencia artificial, big data o la interconexión de dispositivos digitales a las empresas que busquen potenciar su avance tecnológico adaptándose a la nueva industria 4.0. Nuestra propuesta de valor se basa en dar soluciones eficientes y personalizadas a cada uno de nuestros clientes que le permita una optimización de sus costes y de un mayor control de sus procesos de producción.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Acelerados por el programa Minerva durante el año 2021, con el desarrollo de una Smart Camera multiespectral.

Ganadores de la fase I del programa Minerva por los hitos alcanzados durante esta fase de aceleración.

Desarrollando soluciones de monitorización en el sector textil que está favoreciendo la sostenibilidad y la reducción de los residuos industriales.

Principales métricas

Equipo de 9 trabajadores con previsión de ser más de diez empleados en 2022

Dos centros de trabajo

Facturación hasta septiembre de 2021 de más de 100.000 euros

Óscar Cáceres Moreno
CEO de Oslice Technology

https://es.linkedin.com/in/oscaroslice

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Quesos Cumbres del Segura, S.L.

Jaén

https://www.cumbresdelsegura.com

Descripción negocio

Elaboración de quesos y mantequillas. Cumbres del Segura es el proyecto de dos jóvenes cuyo objetivo es reforzar el valor del producto artesano y promocionar el desarrollo local del entorno. Su sistema de trabajo consiste en elaboraciones periódicas y de poco volumen, para así poder emprender y transmitir un trabajo minucioso en cada producción.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Quesos se elaboran con el 100% de leche cruda de cabra, sin aditivos ni conservantes; y, absolutamente, todos los componentes utilizados son naturales en todas las fases del proceso de producción

Carmen Luque Morales
CEO

https://www.linkedin.com/in/carmen-luque-morales-452a025b/
https://www.instagram.com/quesocumbres/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Málaga

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

ACTIVACAR MOBILITY, S.L.

Málaga

https://activacar.com/

Descripción negocio

Servicios para la movilidad eléctrica

Principales logros. De qué presume tu empresa

Una de las 10 empresas seleccionadas para participar en el V Programa Tourism Hub Costa del Sol ofrecido por Turismo y Planificación Costa del Sol.

Principales métricas

Facilitar la movilidad eléctrica y desarrollar un turismo, responsable, ecológico y sostenible

Eduardo Medina Banderas
CEO

https://www.linkedin.com/in/eduardo-medina-banderas/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Carlos Perujo

Málaga

https://perujoaudio.com

PERUJO

Descripción negocio

Fabricación artesanal de altavoces

Principales logros. De qué presume tu empresa

Dar un nuevo enfoque al concepto actual del altavoz a través de la artesanía, el diseño a medida y la calidad.

Principales métricas

Altavoces artesanos personalizados de alta calidad para durar.

Carlos Perujo Serrano
Fundador

https://www.linkedin.com/in/carlos-perujo-serrano-b1baba70/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Heqate, S.L.

Málaga

https://heqate.com

Descripción negocio

Producción y realización audiovisual. Organizadores de la primera edición del Polloween Horror Fest.

Cine y TV

Spot Publicitario

Social Media

Video Corporativo

Videoclip

VideoBook

Tony Morales
CEO y Fundador

https://www.linkedin.com/in/tonymoralesfilmmaker/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

GRUPO JULIETA JOB

Málaga

https://labellajjulieta.com

Descripción negocio

Grupo empresarial en el sector de la Panaderia y Pasteleria, con cadena propia de establecimientos de Cafeteria Pastelería, Fabricación de productos del pan y pastelería, y Franquicias de panadería.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Poner al alcance de todo el público un buen café, panes de diferente tipo, pasteles elaborados con cariño y un ambiente acogedor

Principales métricas

Previsión de facturación de6,5 M para 2021

Previsión de 105 empleos para 2021

Juan Carlos Pérez Cuesta
Socio Gerente

https://www.linkedin.com/in/juan-carlos-perez-cuesta-a177561b1

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

KRONTE GAMING ANALYTICS, SL

Málaga

www.kronte.com

Descripción negocio

Plataforma para crear torneos de forma automatizada, medir los resultados en tiempo real sin necesidad de tomar capturas y detectar cheats y cuentas smurf.

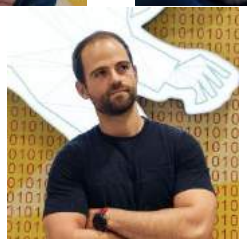
Principales logros. De qué presume tu empresa

Selección de Emprendedores, Revista Emprendedores 83 ideas de negocio brillantes.

Representante de España, en la "Startup World Cup" de Silicon Valley.

Principales métricas

Hacer torneos e-games, para pasarlo bien. Organizadores como participantes puedan despreocuparse de la faceta más aburrida de los torneos y que sólo tengan que divertirse.



Ignacio España
CEO

Alvaro Alcazar
CMO

Raúl González
CTO

https://www.linkedin.com/in/ignacioespañarivero/
https://www.linkedin.com/in/alvaroalcazarbueno/
https://www.linkedin.com/in/raulgonzgar/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

LA FABRICA DEL EJERCICIO, S.L

Málaga

https://nexxolife.com

Descripción negocio

Generación de hábitos de vida saludable. Servicios personales, dirigidos al deporte y la salud, personalizados.

Principales logros. De qué presume tu empresa

El mayor centro de salud y entrenamientos personalizado

Carlos Ramos Fernández
CEO

https://www.linkedin.com/in/carlos-ramos-99a43a11a/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Office for Co. Working Architects S.COOP.AND

Málaga

www.lanave10.com

LA NAVE 10
Espacio Co.Working Marbella

Descripción negocio

Espacio Coworking en régimen de cooperativa

Principales logros. De qué presume tu empresa

Espacio coworking que brinda la oportunidad de formar parte de una comunidad e interactuar con personas de ideas afines, comprender la importancia de relacionarse con otras personas e intercambiar ideas. Nuestra meta es crear sinergias para que nuestros miembros colaboren entre sí y haya un flujo de trabajo constante para todos.

Principales métricas

Espacio Coworking pensado para la creatividad, en primera línea de playa.

Julia Herrera Sánchez
Cofundadora

https://www.linkedin.com/in/julia-herrera-sanchez-95557966

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Yakrea, S.Coop.And.

Málaga

www.yakrea.com

YAKREA.

Descripción negocio

Agencia de publicidad, especializada en videomarketing. Integran el video en toda la estrategia de comunicación, el video permite transmitir emociones, y comunicar un mensaje con bastante más efectividad que un texto escrito. Ayudan a las marcas a captar la atención de su público.
Marketing digital 360º

Tu imaginación nos importa.

Rossmarie Melanie Valdiviezo Ponce
CEO y cofundadora

https://www.linkedin.com/in/rossmarievaldiviezo/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Sevilla

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Agrícola Sánchez Deniz

Sevilla

Descripción negocio

El objeto del negocio, es el de la prestación de servicios a la agricultura dentro de la CNAE 0161, básicamente de puesta en servicio de personal en finca, recolección de cosecha y el comercio al por mayor y por menor de la misma. (cítricos, frutales de hueso, pomáceas, y de hortícolas como tomates, pimientos, calabacín, etc). El capital social ha sido de 3000 €

Principales logros. De qué presume tu empresa

La idea busca cubrir la necesidad del mercado de productos tempranos y extratempranos donde el cliente no tiene acceso o bien ha de pagar un alto precio por ello. dado que la fruta y verdura viene o bien del exterior o de invernaderos. La comercialización del nuevo producto/servicio, se realizará desde nave alquilada en San José de la Rinconada, sita en Calle Marie Curie Nº 1 de San. Se trata de Nave de 800 metros cuadrados.

Lorena Sánchez Cano
Administradora Única

https://es.linkedin.com/in/lorena-sanchez-cano-aa287414a

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

BODEGAS TIERRA SAVIA

Cazalla de la Sierra - Sevilla

https://www.bodeboca.com/bodegas/tierra-savia

Descripción negocio

TIERRA SAVIA es un homenaje directo a nuestra tierra. De donde salen nuestros vinos. Somos Jose y Pedro, amigos de toda la vida, y socios. Somos enólogo y arquitecto, agricultores y bodegueros. Y SIEMPRE nos acompaña PIU, el espantador de pájaros.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Tenemos tres proyectos. Mirlo se elaboran con viognier, con o sin crianza en barrica. Zaranda se hacen principalmente con tempranillo, con más o menos crianza en barrica o ánfora. Y PIU engloba nuestras locuras, tinto y blanco en ánforas, que además crece con los Espumosos de uvas nativas.

Principales métricas

Utilizamos ánforas & tinajas de aquí, la mayoría tienen entre 200 y 400 años. Es cultura, es patrimonio, embotellar historias. Están firmadas por el artesano que las modeló. El barro del ánfora le da a la uva libertad total para expresarse, y al vino la posibilidad de reconectarse con su tierra.

Fotos izquierda a derecha José Acosta (Propietario-Enólogo) y Pedro Cano (Propietario)

https://www.instagram.com/bodegastierrasavia/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Cultiply

Sevilla

www.Cultiply.es

Descripción negocio

Comercializamos biorreactores para la multiplicación de estas levaduras junto con los nutrientes específicos necesarios para su correcto crecimiento. Se trata de un servicio a medida adaptado a las necesidades reales de nuestro cliente.

Principales logros. De qué presume tu empresa

+ 400k€ Facturados. + 80 Millones de litros de vino producidos. + 300k€ Ahorrados a la industria. Potencial + 1M€ anuales.

Principales métricas

Los hitos futuros de Cultiply pasan por la adaptación de la tecnología y el acceso a los siguientes sectores: lácteos, cárnicos, aceituna y pan.

De izquierda a derecha en las fotos
Javier Viña / CEO. Sergio Romero CTO

hola@cultiply.es

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

EviSane

Sevilla

www.evisane.com

EVISANE
SOFTWARE SANIDAD AMBIENTAL EN LA NUBE

Descripción negocio

EviSane es el software más avanzado dirigido a empresas de control de plagas y sanidad ambiental, capaz de reducir más de 200 veces el tiempo dedicado a la generación de informes oficiales y otras tareas. Totalmente en la nube, accede con cualquier dispositivo desde cualquier lugar.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Finalistas de Andalucía Emprende en 2019 y 2021. Participación en feria internacional Expocida en 2020 con stand propio. Aparición en medios especializados como Infoplagas. Acreditados como CEPA Promoter por el estándar profesional europeo. Valorados con una nota media del 9,20 en encuestas de satisfacción a clientes.

Principales métricas

- Cuota de mercado del 11% en España.
- Facturación multiplicada por 12 desde el primer año.
- Oficina de 250m2 útiles y 580m2 totales, con capacidad para 40 personas.
- Sede ubicada en población rural. Clientes a nivel internacional.

Isaac Ramos Escribano
Fundador/ CEO

https://www.linkedin.com/in/isaacraes/

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

IKONO

Sevilla

ikonomadrid.com

Descripción negocio

IKONO es un espacio único en España. Una idea rompedora que llega para transformar el concepto de ocio, combinando experiencias sensoriales y fotografiables.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Equipo Multicultural

Rentable desde el primer Cuatrimestre

Desarrollando Plan de Expansión

Principales métricas

+ 60k visitantes

+40k Seguidores RRSS

+ 60 Apariciones en Medios

Fernando Pastor
CEO & CoFundador

Intagram: @ikono.official

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

PACERIN

Sevilla

Pacerin.com

Descripción negocio

Pacerin crea marcas y productos únicos basados en tecnología de datos y controlando todo el proceso desde la fabricación hasta la venta utilizando Amazon como principal canal de venta.

Principales logros. De qué presume tu empresa

En 2 años de vida, la empresa ha tenido más de 50.000 pedidos expandiéndose globalmente, aportando valor a miles de consumidores en toda Europa y creando marcas referentes en el ecommerce europeo.

Principales métricas

Facturación 2021: 1.5 Millones €. Presencia en Alemania, Francia, España e Italia. 4,1 / 5 Reviews Rating. +400% crecimiento anual

Manuel Monterrubio
CO-Founder & CEO

www.linkedin.com/in/manuel-monterrubio-jaime

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

PANTALA

Sevilla

https://pantala.es/

Pantala

Descripción negocio

Pantala es un servicio que permite a sus clientas alquilar moda de diseño español y moda sostenible.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Primer lanzamiento Pantala logró que más de 10.000 personas se apuntasen a una lista de espera. Posteriormente cerraron 6000 euros en preventas. Desde entonces ha salido en numerosos medios de comunicación y no han parado de crecer e innovar en su modelo de negocio. Pantala también ha formado parte de numerosos programas de aceleración como por ejemplo Atelier by ISEM, Deusto, EOI, EIT Climate KIC.

Principales métricas

Cuenta con una base de datos de alrededor de 20K emails, ha cerrado más de 200K de inversión, cuentan con acuerdos de colaboración con 27 marcas de moda referentes en el diseño español, tiene un equipo formado por 8 personas y sede con oficina y almacén en Madrid.

Pilar Olmedo
CoFounder & CMO

https://www.instagram.com/pantala.es/
https://www.linkedin.com/company/pantalaofficial

Andalucía Emprende

GUÍA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Sycket Technologies

Andalucía

www.turbopos.es

Descripción negocio

Sycket es una empresa de ingeniería de software que se dedica al desarrollo y distribución del ecosistema Turbopos. El propósito es brindar tecnología de vanguardia a cualquier hostelero.

Principales logros. De qué presume tu empresa

Más de 1.000 hosteleros ya confían en Turbopos, el sistema de gestión del punto de venta más completo del mercado. Junto a nuestro cajón inteligente Turbocash y nuestra app de pedidos en mesa, Vipper, hemos creado el ecosistema digital para hostelería más avanzado del mundo.

Principales métricas

1 millón de euros en facturación. 1.000 clientes en Andalucía ¡Más del 80% renuevan con nosotros!

Pedro Martinez
CEO Sycket Technologies

https://www.linkedin.com/in/pedro-jos%C3%A9-mart%C3%ADnez-rivas-2748b256/
https://www.pymesmagazine.es/entrevista-a-pedro-martinez/

Andalucía Emprende

Junta de Andalucía