



Erasmus+



NETRISE

Unidad 2 Iniciar un negocio

Paquete de recursos de facilitador

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye un respaldo de los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

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



Unidad 2

Iniciar un negocio

Paquete de recursos de facilitador



Visión general



Página

Taller 1 Introducción	3
Taller 2 Análisis de mercado	9
Taller 3 Branding y Marketing	15
Taller 4 Medios Digitales para Empresas	19
Taller 5 Investigación – Organizaciones que pueden apoyarle	23
Taller 6 Habilidades de Redes	27
Taller 7 Financiación de una Pequeña Empresa.....	31
Taller 8 Tipos de Negocios	35
Taller 9 Mantenimiento de registros	39
Taller 10 Desarrollo de un plan de negocios	45
Taller 11 Lanzando y presentación de sus ideas	49
Taller 12 Permanecer en la pista	53
Recursos adicionales	57

Taller 1



Introducción a la Unidad y Rompehielos

Taller 1 Introducción a la Unidad y Rompehielos

Visión general Este primer workshop tiene como objetivo dar a los participantes una visión general del contenido del curso sobre la puesta en marcha de un negocio. Ya habrán completado la Unidad 1 desarrollando Habilidades Emprendedoras y esta Unidad les ayudará a desarrollar esas habilidades reuniendo los conocimientos que necesitan para iniciar una pequeña empresa. También les da la oportunidad de conocerse.

Recursos
Libros de trabajo de actividades para cada participante
Su copia del libro de trabajo de actividad
Presentación de Power-point
Insignias de nombre
Plumas
Rotafolio

Tarea 1

Antes del primer taller, familiarizar con el contenido del curso leyendo el libro de actividades.

Preséntate y da la bienvenida a los participantes al curso. Explique que el primer workshop es clave para que entiendan el contenido de **la Unidad 2 Iniciando un negocio**.

Dar nombres insignias y libros de trabajo, bolígrafos, etc.

Comience usando el rotafolio para capturar algunas 'Reglas de la Casa'. Es decir, mostrar respeto, sin teléfonos, etc.

Introduce el concepto de Aparcamiento de Captura en el rotafolio cualquier cosa que no puedas responde ahora para que puedas volver a visitarla más tarde.

Tarea 2

Presente a los participantes en el libro **de actividades** y explique que contiene divertidas actividades interactivas, así como la oportunidad de reflexionar sobre sus sentimientos y aprendizaje.

Este es su libro de trabajo. Haga hincapié en que nadie lo volverá a tomar para mirarlo para que puedan estar relajados en la grabación de sus ideas y pensamientos. Pídales que pongan su nombre en él, ya que todos se ven iguales y pueden confundirse.

Tarea 3

Inicie **el Taller 1** Potencia-Presentación de puntos.

Pida al grupo que analice con la persona que está a su lado los beneficios de iniciar una pequeña empresa. Cuando hayan terminado, pida voluntarios y capture algunas de las respuestas en el rotafolio. Tenga una discusión en grupo sobre los puntos planteados.

Ahora pídale que discutan algunos de los temas importantes con los que se ocupan los trabajadores por cuenta propia cuando dirigen una pequeña empresa. Cuando hayan terminado, pida voluntarios que hagan comentarios y capturen algunas de las respuestas en el rotafolio. Tenga una discusión en grupo sobre los puntos planteados.

Explique que de esto se trata esta Unidad. Tendrán la oportunidad de explorar todas las diferentes áreas en volved en la creación y gestión de una pequeña empresa.

Mostrar **la Diapositiva 2**

Pida a los participantes que acudan a la página 6 y completen **la Actividad 1** en su libro de trabajo "¿Cómo se siente hoy". Pídale que elijan 3 caras relevantes para cómo se sienten en este momento.

A continuación, pueden introducir el texto en la página siguiente y reflexionar sobre lo que quieren lograr de este curso. Pida algunos voluntarios para compartir sus respuestas con el grupo. Este debe ser un ejercicio divertido, así que aliente las respuestas tontas para ayudarlos a relajarse. También puede destacar si algún participante está particularmente ansioso por permitirle volver a asegurarlos.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 3** que da información de **los 12 talleres** que estudiarán como parte de **la segunda Unidad "Iniciando un negocio"**. Resalte que todas estas áreas les ayudarán a desarrollar habilidades clave. Cada taller se puede impartir de forma independiente, pero es mejor cubrir todos los talleres de cada unidad para la continuidad.

Tarea 5

Ahora muestre a los participantes **la Diapositiva 4** y hable sobre cómo su unidad sigues on de la Unidad 1 y luego conduce a **la Unidad 3**.

Lo ideal es que ya hayan completado **la Unidad 1 desarrollando Habilidades Emprendedoras**. También es aconsejable para ellos seguir estudiando la Unidad 3 **El Reto de Cambio**. Explique que la Unidad 3 es un proyecto en el que tendrán la oportunidad de poner en acción todas las habilidades que han desarrollado al hacer un papel al iniciar su propia pequeña empresa.

Tarea 6

La Diapositiva 5

Explique la importancia de conocerse y remíte a los participantes al ejercicio de rompehielos de **la Actividad 2** en **la página 8** de su libro de trabajo. Anime a los participantes a moverse y a elegir un socio que no sepa si es posible. Conceda tiempo para que cada miembro del grupo presente a su pareja.

Tenga en cuenta que si el grupo ya se conocen, esto puede no ser necesario, pero podría ser utilizado como un ejercicio para que puedan conocer algo nuevo que aún no saben acerca de la persona.

Este podría ser un buen momento para recordar el concepto de redes. Están iniciando el proceso de construcción de una red conociendo gente nueva. Diles que habrá todo un taller dedicado a redes más adelante en el curso.

Si es apropiado, también puede sugerir que los participantes permanezcan en sus nuevas posiciones o es posible que desee estar de acuerdo en que se muevan asientos al comienzo de cada taller para ayudar a que se conozcan a tantas personas como posibles.

Tarea 7

Mostrar **la Diapositiva 6** – Pida al grupo que vea **la Actividad 3** en **la página 9**.

Este es un ejercicio que los participantes deben completar por su cuenta. Es importante que cada individuo empiece a pensar que tal vez podría poner en marcha un negocio en el futuro y una oportunidad ideal para fomentar la creatividad. También le ayudará a aprender sus intereses particulares para permitirle dar ejemplos relevantes más adelante a medida que el curso avanza.

Pida voluntarios para compartir sus ideas con los demás y capturar algunos de ellos en el rotafolio.

Tener una discusión en grupo sobre las diversas ideas que el grupo ha ideado y elogiar su creatividad y buenas ideas. Esto ayudará a generar confianza.

Tarea 8

Mostrar **la Diapositiva 7**

La discusión inicial sería útil para garantizar que todos los participantes estén familiarizados con las aplicaciones. Comience preguntándoles acerca de las aplicaciones con las que ya están familiarizados. Capture los en el rotafolio. Haz referencia a aplicaciones como Twitter, tic toc, snapchat, etc. y pregunta si usan otras, etc.

Ahora pídeles que trabajen en un pequeño grupo de 4/5 para completar **la Actividad 4** en **la página 10**. Haga hincapié en que la aplicación puede ser para cualquier actividad empresarial que decidan.

Cuando hayan completado la actividad pidan voluntarios para retroalimentar sus ideas. Haga hincapié en la necesidad de preparación e investigación, ya que esto enlaza con el próximo **Análisis del Mercado** del Taller.

Tarea 9

Mostrar **la Diapositiva 8**. Diga al grupo que tendrán la oportunidad de reflexionar sobre lo que han aprendido después de cada taller. Pídeles que completen **la Actividad 5** en **la página 11**. Pida a los voluntarios que retroalimentación – con suerte deben incluir algunos de los puntos que se indican a continuación:

- Las 3 unidades en el curso general
- Los 12 Talleres que cubrirán – siendo este el primer
- Cómo encaja la unidad dentro del premio más grande
- Evaluación
- Los y aprendidos acerca de los demás en el grupo
- Ideas que pueden tener para iniciar un negocio
- La importancia de la investigación al iniciar un negocio

Resalte que en cada taller también puede haber un aprendizaje involuntario de otros miembros del grupo durante las actividades y comentarios.

En esta etapa podría ser útil pedir al grupo que complete **la actividad 1** de nuevo. Esto le ayudará a medir si el grupo se siente más relajado y seguro.

Mostrar **la Diapositiva 9**

¿Alguna pregunta? Este es un momento útil para preguntar si los participantes desean hacer alguna pregunta acerca de lo que han aprendido hasta la fecha. Presentar el próximo taller que participarán en "**Análisis de Mercado**"

Taller 2

Análisis de mercado



Taller 2 Análisis de Mercado

Visión general	Este taller ayuda a los participantes a comprender la importancia del análisis de mercado y los diferentes tipos de investigación involucrados.
-----------------------	---

Recursos	Libro de trabajo de actividades Presentación de Power-point Rotafolio Recurso 1 Qué es el análisis de mercado Recurso 2 Respuestas a preguntas de vídeo Recurso 3 Respuestas a la Actividad 2 Recurso 4 Respuestas a la Actividad 4 Las diapositivas 3,4 y 5 tienen un enlace a un vídeo
-----------------	---

Tarea 1

Antes del taller, familiarícese con el contenido del **el Taller 2** en la Actividad Libro y lea el Recurso 1 en **la página 58**.

Presentar el contenido del Taller y Iniciar **el Taller 2 Potencia-Presentación punto**.

Mostrar **la Diapositiva 2** y pregunta al grupo lo que el término **análisis de mercado** significa para ellos y capturar sus respuestas en el rotafolio.

Use la definición en **el recurso 1 de la página 58** y discutir cómo se compara esta definición con las respuestas que dieron.

El recurso también le ayudará a dar una visión general del tema que se llevará a la primera actividad.

Tarea 2

Mostrar **las Diapositivas 3,4 y 5**

Pida al grupo que gire a la página 14, donde encontrará **la Actividad 1**. Esta actividad consta de tres vídeos diferentes que muestran anuncios realizados por grandes empresas. El primero es Nike, el 2º es Adidas y el 3º es Thomson Holidays.

El recurso 2 de la página 60 ofrece algunas respuestas sugeridas.

Reproduzca cada video a su vez y después de cada video pida voluntarios para retroalimentar sus pensamientos a las preguntas planteadas.

Tener una discusión en grupo sobre cómo están todos dirigidos a diferentes mercados.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 6**

Utilice esta diapositiva para desarrollar aún más la idea de los mercados objetivo y repasar el texto en la parte superior de la página 17.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 7** y hable sobre **la regla 40-40-20** resaltada en la parte inferior de **la página 17**. Explique que esta es una regla bien conocida sobre los mercados objetivo. Fomente una discusión grupal sobre esta regla y la importancia de dirigir su producto/servicio al grupo adecuado.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 8** y pida al grupo que vea **la Actividad 2** en **la página 18**.

Este es un ejercicio útil para que los participantes piensen en la importancia de dirigirse al grupo correcto de personas a un producto en particular. Consulte **el recurso 3** en **la página 61** para obtener las respuestas.

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 9**

Pida al grupo que mire la parte superior de **la página 19** y repase el texto que destaca la necesidad del mercado y la investigación de mercado. Ahora pida a los participantes que trabajen en grupos para llevar a cabo **la Actividad 3** en la misma página para pensar en diferentes maneras de llevar a cabo investigaciones con el fin de identificar si un producto es viable y los beneficios de cada uno.

Pida a cada grupo que nomine a un portavoz para que en sus ideas. Fomente el análisis grupal sobre las diferentes respuestas dadas.

Tarea 7

Mostrar **la Diapositiva 10**

Investigación Primaria/Secundaria. Las respuestas dadas para **la Actividad 3** deben caer en estas dos categorías. Aproveche la oportunidad para resaltar la diferencia entre los dos tipos. Algunos de los beneficios que dieron también deben cubrirse en la parte inferior de **la página 20**.

Hable más sobre los beneficios y haga hincapié en la importancia de esta etapa para asegurarse de que está desarrollando un producto o servicio viable.

Tarea 8

Mostrar **la Diapositiva 11** y pregunte a los participantes si están familiarizados con la actividad del grupo de enfoque. ¿Alguna vez han participado en uno? ¿Por qué las organizaciones llevarían a cabo grupos focales? Capture las respuestas en el rotafolio. No pida a los participantes que trabajen en grupo para llevar a cabo **la Actividad 4** en la página 21. Consulte **el Recurso 4** en **la página 62** para obtener respuestas sugeridas.

Sin duda, el grupo dará otras respuestas. Se debe fomentar la creatividad y debatir en torno a cualquiera de las ideas que sugieren.

Diga a los participantes que deben asegurarse de que los grupos focales se les diga con antelación cuáles son los objetivos de la sesión y cómo se utilizarán los datos garantizando la confidencialidad de sus respuestas a menos que estén de acuerdo.

Tarea 9

Mostrar **la Diapositiva 12** pida al grupo que vea **la Actividad 5** en **la página 22**. Se trata de una actividad grupal y el objetivo es introducir al grupo en la investigación secundaria.

Las respuestas a la primera pregunta deben incluir elementos tales como:

- Membresías con descuento
- 2 por 1
- Amplia gama de clases
- Sesiones de entrenador personal
- Programas a medida

Cómo el equipo de administración podría utilizar esta información:

- Ser más competitivo
- Golpearlos en el precio
- Ofrecer mejores ofertas
- ¿Otros incentivos?
- Mayor gama de clases

Pida comentarios de los grupos y fomente un debate grupal sobre los diferentes elementos identificados por cada uno.

Tarea 9

Mostrar **la Diapositiva 13** - Repase el contenido de la diapositiva con el grupo resaltando los datos que están disponibles para ayudar a decidir si un nuevo producto/servicio es una buena idea. Esta es **la Investigación Secundaria**.

Mostrar **la Diapositiva 14** – esta diapositiva destaca por qué la investigación es útil y para qué se puede utilizar.

Tarea 10

Mostrar **la Diapositiva 15** y pida a los participantes que completen **la Actividad 6** en la **página 24**. Recuerde al grupo acerca del aprendizaje previo de la Unidad 1. **El análisis SWOT** y **el análisis de plagas** son herramientas muy útiles para ayudar a determinar si un producto es viable.

Si el grupo no ha completado la Unidad 1, tendrá que repasar esta página con mucho más detalle para asegurarse de que comprenden el concepto de ambas herramientas.

Tarea 11

Mostrar **la Diapositiva 16** y pida al grupo que reflexione sobre lo que han aprendido completando **la Actividad 7** en la **página 25**.

Pida voluntarios que compartan lo que hayan aprendido. Debe incluir algunos de los siguientes:

- Mercados objetivo
- Poder de la publicidad
- Regla 40-40-20
- Identificar una necesidad del mercado
- Investigación de mercado
- Investigación primaria/secundaria
- Beneficios de la investigación de mercado
- Grupos focales
- Análisis de datos
- Uso de los hallazgos
- Recordatorio de SWOT y PEST

Taller 3

Branding y Marketing



Taller 3 Branding & Marketing

Visión general	Este taller tiene como objetivo dar al participante una visión de la marca y productos de marketing. Las áreas cubiertas incluyen: Logos, Eslóganes, Personalidad de marca, Promesa de marca, Marcas propias. también aprenderán sobre las 4 Ps de Marketing.
-----------------------	---

Recursos	Libro de trabajo de actividades Rotafolio Presentación de Power-point Las diapositivas 2, 3 y 4 tienen enlaces a vídeos Recurso 5
-----------------	--

Tarea 1

Antes del taller, familiarícese con el contenido del libro de actividades. Este taller contiene mucha información y puede decidir dividir este taller en dos sesiones, es decir, una sobre Branding y otra sobre Marketing.

Introducir al grupo sobre la importancia de la marca y el marketing y la parte que desempeña en el éxito de una empresa y o producto/servicio.

Pregunte al grupo acerca de su comprensión de los términos branding y marketing. Captura pensamientos en el rotafolio y haz una discusión grupal sobre las respuestas.

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 2** y explique que reproducirá un vídeo y pida a los participantes que intenten identificar las empresas a partir de los logotipos. Ahora pida a los participantes que completen **la Actividad 1** en **la página 28**.

En cuanto a los voluntarios de cada grupo a la retroalimentación. ¿Por qué los logotipos están tan arraigados en nuestras mentes deben incluir:

- Reconocido instantáneamente
- Los hemos visto una y otra vez en anuncios
- Se utilizan en todas partes
- Colores llamativos
- Forma de lavado de cerebro

Por qué los logotipos son importantes deben incluir:

- Puerta principal de su negocio/primera impresión
- Atrae la atención
- Identidad de marca
- Memorable
- Te separa de la competencia
- Fomenta la lealtad a la marca
- Su audiencia lo espera

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 3** y reproduzca los significados ocultos del vídeo. Este es un video interesante y después de mostrar el video fomentar una discusión grupal sobre los significados ocultos.

¿Eran conscientes de alguno de los significados ocultos?

¿Cuál es el beneficio de un significado oculto?

- Elemento de sorpresa
- Factor wow
- Puede crear una historia detrás del significado oculto
- Punto de conversación: mantiene al público interesado en su empresa

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 4** y reproduzca el vídeo. Después del video pida a los participantes que completen **la Actividad 2** en **la página 29**. Pida voluntarios para retroalimentar sus respuestas con respecto a los eslóganes y líneas de correa.

Esperemos que fueran capaces de responder a muchos de ellos.

¿Cuál es el propósito de una correa para los nuevos entrenadores:

- arraigar el producto en la mente de las personas mediante el uso de la psicología

Tratando de lograr:

- Eslogan memorable y pegadizo que hará que su artículo sea instantáneamente reconocible y deseable
- La gente para aspirar a esa marca es decir, sólo hacerlo

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 5** y pase el texto de la página 30 – página 31 que cubre promesa de marca, marcas propias y personalidad marcada. Tenga una discusión en grupo sobre estas áreas. A continuación, muestre **la Diapositiva 6** y resalte el texto en **la página 32**.

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 7** y pida al grupo que mire **la Actividad 3** en **la página 33**.

La respuesta debe ser algo así como:

Levis – jóvenes funky, fresco, divertido amoroso, original, individual, rebelde

Apple – elegante, fresco, intuitivo, amigable, innovador

Tenga en cuenta que no hay respuestas establecidas - puede ser otras, pero debe ser a lo largo de estas líneas.

Tarea 7

Mostrar **la Diapositiva 8** y pida a los participantes que completen **la Actividad 4** en **la página 34**.

Pida voluntarios para que retroalimentan sus respuestas e inicien una discusión grupal.

Tarea 8

Mostrar **la Diapositiva 9** y reproduzca el video "¿Qué es el marketing?"
Revisa el texto de **la página 35** y haz una discusión grupal sobre las 4 Ps.

Tarea 9

Mostrar **la Diapositiva 10** y pida a los participantes que completen **la Actividad 5** en **las páginas 36/37**. Hay mucho que tomar en las siguientes páginas. Sugiera al facilitador que pida voluntarios que lean cada sección en voz alta para asegurar una mejor comprensión. A continuación, se puede hacer como una actividad de clase.

El recurso 5 de la página 63 da la respuesta a ambas partes de esta actividad.

Pida a los grupos que hagan comentarios y que tengan un análisis sobre las respuestas.

Tarea 10

Mostrar **la Diapositiva 11** y pregunta el para completar **la Actividad 6** en **la página 38**

Las formas sugeridas en que los productos pueden ser anunciados son vallas publicitarias, televisión, radio, folletos, revistas, periódicos, redes personales, redes en línea, redes sociales, sitio web, mailchimp, stands en eventos, pininterest, Etsy, Boca de boca, Tablones de anuncios.

Tarea 11

Mostrar **la Diapositiva 12** y pida a los participantes que completen **la Actividad 7** en **la página 39** para reflexionar sobre lo que han aprendido. Debe incluir:

- Importancia de logotipos y eslóganes
- Marca
- Promesa de marca
- Marcas propias
- Personalidad de marca
- Marcas de diseño
- Marketing
- 4 Ps de Marketing
- Dónde anunciarse

Taller 4

Medios digitales para empresas



Taller 4 Medios Digitales para Empresas

Visión general	Este taller tiene como objetivo dar al participante una visión de la amplia gama de Medios Digitales para Empresas
-----------------------	--

Recursos	Libro de trabajo de actividades Presentación de Power-point Rotafolio Acceso de los participantes al teléfono o a la tableta para Internet Las diapositivas 3 y 4 tienen un enlace al vídeo Recursos 6,7, 8
-----------------	---

Tarea 1

Antes del taller, familiarícese con el contenido del libro de actividades.

Mostrar **la Diapositiva 2**

Pregunte a los participantes lo que entienden acerca de los medios digitales para empresas. Capture respuestas en el rotafolio. Ofrezca una visión general de las áreas que cubre este taller y pida directamente a los participantes que hagan **la Actividad 1 en la página 42**. Esto dará a los participantes una visión de todas las redes sociales que ellos y otros están utilizando actualmente.

Pida a los voluntarios que hagan comentarios y tengan una discusión sobre las razones por las que usan las redes sociales.

Es probable que sugieran áreas que se ajusten a mantenerse en contacto con amigos y familiares y mantenerse al día con las actividades actuales y las áreas que les interesan. Resalte que los medios digitales son similares, pero en un contexto empresarial.

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 3** y reproduzca el video "¿Qué es el Marketing Digital?". Pregunte al grupo para llevar a cabo **la Actividad 2 en la página 43**.

Las respuestas sugeridas se pueden encontrar en **el Recurso 6 en la página 65**.

Pida voluntarios para compartir sus ideas con el grupo. Puede que no obtenga tantos como 6, pero también puede discutir cualquiera que no se les ocurra.

Haga una discusión en grupo y resalte las razones por las que DM es importante leyendo el texto en la parte inferior de **la página 43**.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 4** y reproduzca el vídeo. Después del video pida al participante que complete **la Actividad 3 en la página 44** Conceptos Básicos del Marketing Digital.

Las respuestas para esta actividad se pueden encontrar en **el recurso 7 en la página 66**.

Pida voluntarios para que retroalimenten sus respuestas y que se les haga un debate grupal.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 5** y pida a los participantes que miren **la Actividad 4** en **la página 45**.

Las respuestas son:

Las respuestas se pueden encontrar en **el recurso 8** en **la página 67**.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 6** esta diapositiva da las respuestas a **la Actividad 4** en formato visual.

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 7** ¿Por qué las redes sociales son importantes en los negocios

Vaya a esta diapositiva con el grupo y el texto de **la página 46** en su libro de trabajo.

Tarea 7

Mostrar **la Diapositiva 8** y pida al grupo que vea **la Actividad 5** en **la página 47**.

Pida voluntarios que retroalimentan sus respuestas y que tengan una discusión grupal sobre las diversas respuestas.

Destacar que ahora han desarrollado una estrategia básica de marketing digital. Refiera al grupo al texto en la página 48 y repase con ellos.

Compruebe la comprensión de cada una de las secciones antes de pasar a la siguiente actividad.

Tarea 8

Mostrar **la Diapositiva 9** y pida al grupo que mire **la página 49** que resalta consejos que pueden ser útiles cuando se utiliza una plataforma digital.

Tenga una discusión en torno a los puntos planteados y pida al grupo que aporte sus ideas.

Tarea 9

Mostrar **la Diapositiva 10** y pida al grupo que mire **la Actividad 6** en **la página 50** y pídeles que accedan a la dirección web en su libro de trabajo. Este es un cuestionario divertido para que descubran su coeficiente intelectual de las redes sociales.

Pida voluntarios para que retroalimentación cómo obtuvieron.

Tarea 10

Mostrar **la Diapositiva 11** y pida a los participantes que completen **la Actividad 7** en la **página 51** para reflexiona sobre lo que han aprendido. La lista debe incluir:

- Las redes sociales que ya utilizan
- Qué es el marketing digital
- Cuáles son los beneficios que DM
- ¿Cuáles son las áreas más importantes en las que pensar
- Nombre de una variedad de plataformas digitales de negocios y para qué se utilizan
- Por qué las redes sociales son importantes para las pequeñas empresas
- Desarrollar una estrategia de medios digitales
- Consejos a considerar
- Sus propias redes sociales IQ

Taller 5 – Investigación – Identificación de organizaciones para apoyarte

Visión general

Este taller tiene como objetivo dar a los participantes la oportunidad de desarrollar habilidades en investigación. Al mismo tiempo, aprenderán sobre todas las organizaciones de su área que son capaces de apoyarlas al iniciar un negocio

Recursos

Libro de trabajo de actividades
Presentación de Power-point
Rotafolio
La Diapositiva 4 tiene enlace a vídeo
Acceso de los participantes a la tableta/teléfono para búsquedas en Internet
Recurso 21 – Lista de organizaciones que pueden ayudar

Tarea 1

Explique al grupo que sin duda necesitarán el apoyo de otros si inician un negocio. Este taller les da la oportunidad de explorar algunas de esas organizaciones. La información recopilada debe ser información general que se aplique a cualquier puesta en marcha de pequeñas empresas.

Destacar que hay muchas organizaciones diferentes para ayudar a las nuevas empresas y darles algunos ejemplos.

Mostrar **la Diapositiva 2** y pida a los participantes que trabajen en grupos de 4/5 y lleven a cabo **la Actividad 1** en **la página 54**. Deben registrar sus hallazgos en **pagina 55** de edad de su libro de trabajo.

En **el Recurso 21** se incluye una lista de organizaciones en el Reino Unido, España y Malta para su referencia. Es importante que los participantes lleven a cabo la investigación ellos mismos, pero se incluye una lista en **el Recurso 21** que se puede utilizar para llenar cualquier vacío que no hayan encontrado.

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 3** Pregunte a los participantes para ver **la Actividad 2** en **la página 56**. Cada grupo ahora debe preparar una breve presentación de sus hallazgos. Asegúrese de que todos los participantes en el grupo entreguen parte de la presentación. Cada grupo tendrá algunas organizaciones diferentes y a su vez va a aumentar su conocimiento de todo el grupo.

Si el tiempo es limitado, podría pedir a dos grupos que suenen y luego preguntar a los demás si tienen alguna organización que aún no se haya mencionado.

Otros métodos podrían ser utilizados, es decir, "**Guía gráfico de grupo**" donde pueden presentar sus ideas en papel en lugar de una presentación formal.

Esto conducirá a una discusión positiva en grupo después de que todos hayan presentado.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 4** y reproduzca el vídeo.

Abarca las siguientes áreas:

Lo que me gustaría saber

- Colaborar con otros
- Pide ayuda
- Investigar subvenciones locales
- Estar abierto a oportunidades
- Consejos y trucos

Esto puede incitar a una discusión adicional con el grupo y agregar a sus conocimientos.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 5** y pida a los participantes que miren **la Actividad 3** en **la página 57**. Este es un divertido ejercicio grupal en el que deciden cómo gastar 2000 euros en su nuevo negocio **Get Fit Fast**. No hay respuestas equivocadas.

Pregunta para que los voluntarios retroalimentan sus pensamientos.

Sólo tienen que decir por qué decidieron gastar en ciertos artículos cuando se alimentan de nuevo a los demás.

Otras preguntas que hacer:

¿Cómo decidiste en qué gastar los fondos?

¿Tenías que persuadir a otros/negociar con otros para que tus puntos de vista se cruzaran?

Eso enlaza bien con el próximo taller "**Habilidades de Redes**"

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 6** Pida al grupo que complete **la Actividad 4** en **la página 58** para reflexionar sobre lo que han aprendido. Pida a los voluntarios que sus comentarios. Debe incluir:

- Cómo llevar a cabo la investigación
- Una amplia gama de organizaciones que pueden ayudarme cuando empiezo un negocio
- Cómo presentar partes de una presentación
- Trabajo en equipo
- Negociar/persuadir a otros sobre en qué gastar fondos

Taller 6

Habilidades de Redes



Taller 6 – Habilidades de Redes

Visión general	Este taller tiene como objetivo ayudar a los participantes a desarrollar habilidades en el área de la creación de redes.
-----------------------	--

Recursos	Libro de trabajo de actividades Presentación de Power-point Rotafolio La Diapositiva 5 tiene un enlace al vídeo El Recurso 21
-----------------	---

Tarea 1

Familiarícese con el libro de trabajo de actividades e introduzca el tema.

Mostrar **la Diapositiva 2** y pida a los participantes que completen **la Actividad 1** en **la página 60** de su libro de trabajo.

Esta es una tarea grupal y tienen que desarrollar 2 mapas mentales y presentarlos al resto de los grupos.

Esto les ayuda a desarrollar habilidades para reunir ideas y luego resumirlas, escoger los puntos más importantes.

También tendrán que persuadir/negociar con los demás para que su opinión sobre las áreas más importantes que destaque. Asegúrate de que la misma persona de cada grupo no siempre retroalimenta.

Si el tiempo es limitado sólo tiene que elegir unos pocos grupos para comentarios y los demás pueden agregar cualquier información adicional que aún no se ha mencionado.

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 3** – Después de las presentaciones, los participantes deben tener una buena idea sobre lo que es la red. A continuación, puede leer el texto de **la página 61** con ellos para resumir. Hay una definición útil y el énfasis debe estar en la construcción de una relación de dos vías.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 4** y pida a los participantes que completen **la Actividad 2** en **la página 62**.

Este es un ejercicio individual corto, pero enfatiza los pasos que deben tomar al asistir a un evento a la red.

Pida algunos voluntarios para que retroalimentan sus pasos. Podría haber alguna diferencia de opinión que estimulará el debate. La lección principal es que deben prepararse con anticipación y asegurarse de que aprovechan al máximo el tiempo en el evento y que siguen las pistas.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 5** y reproduzca el video donde Kelly da consejos y consejos sobre cómo preparar un lanzamiento de 1 minuto. Pida a los participantes que miren **la Actividad 3 en la página 63**. Después del video, dé a los grupos tiempo para preparar su tono de 1 minuto usando las pautas de **la página 63**.

Esta es una técnica muy importante que utilizarán cuando tengan negocios/productos para vender. Para hacer esto más divertido se podría conceder un ganador y un pequeño premio.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 6** – Pida a los participantes que miren **la Actividad 4 en la página 64**.

Pídales que sigan el enlace y accedan al divertido cuestionario sobre **Redes**.

Pida comentarios sobre cómo llegaron y sus puntuaciones.

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 7** y pida al grupo que mire **la Actividad 5 en la página 65**.

Este ejercicio les presenta al marketing online y a los beneficios del uso de LinkedIn. Esto se mencionó anteriormente en el taller Medios Digitales. Sobre la base de que su tarea es ahora acceder a la plataforma para encontrar información sobre entrenadores personales en su área.

Pregunte si algún participante ya está en LinkedIn.

Tenga una discusión en grupo sobre las indicaciones dadas en la Actividad.

También hay un Generador de perfiles si algún participante desea configurar su propio perfil.

Tarea 7

Para terminar de repasar el texto de la página 66 y enfatizar que Networking es un proceso de dos vías. En esta etapa es una buena idea preguntar si los participantes están familiarizados con algún grupo de networking en su área. **El Recurso 21** también da una lista de algunas redes del Reino Unido. Otros países pueden proporcionar una lista en su área.

Tarea 8

Mostrar **la Diapositiva 8** y pida al grupo que complete **la Actividad 6 en la página 67 ¿Qué he aprendido hoy**

Pida a los voluntarios que sus comentarios. Las respuestas deben incluir:

- Qué es la red
- Redes en línea
- Redes en eventos
- Cómo entregar un lanzamiento de 1 minuto
- Acerca de LinkedIn
- Algunos grupos de redes

Taller 7

Financiación de una pequeña empresa



Taller 7 – Financiación de una pequeña empresa

Visión general	Este taller tiene como objetivo presentar a los participantes diferentes maneras que usted puede encontrar para ayudar a financiar su pequeña empresa.
Recursos	Libro de trabajo de actividades Rotafolio Presentación de Powerpoint Recurso 9, 10
Tarea 1	
<p>Familiarícese con el libro de trabajo de actividades y vincule al Taller 5, donde investigaron organizaciones que pueden ayudarles a iniciar un negocio. Una de las áreas que investigaron fueron las organizaciones que pueden ayudarles a financiar su nueva empresa.</p> <p>Mostrar la Diapositiva 2 y remítase a los participantes a las páginas 70/71 de su libro de trabajo. Este es un resumen sobre los préstamos empresariales y una buena manera de asegurar que los participantes entiendan todos los aspectos de los préstamos empresariales. Repasarlo y dar más explicación cuando sea necesario.</p>	
Tarea 2	
<p>Mostrar la Diapositiva 3 Refiera al participante a la Actividad 1 página 72. Pídales que trabajen en grupos para completar la mesa.</p> <p>Las respuestas sugeridas se pueden encontrar en el Recurso 9 en la página 68.</p> <p>Siga con una discusión grupal sobre las ventajas y desventajas de cada uno.</p>	
Tarea 3	
<p>Mostar la Diapositiva 4 y pida a los participantes que miren la Actividad 2 en la página 73.</p> <p>Pida voluntarios para enviar sus consejos a Emma y Robert.</p> <p>Fomentar un debate más amplio por parte del grupo.</p>	

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 5** y pedir al participante a realizar **la Actividad 3** en **las paginas 4/75**.

Las respuestas para el ejercicio **Llenar las lagunas** se pueden encontrar en **el Recurso 10** en **la página 69**.

Esto dará a los participantes una clara comprensión de todas las diferentes fuentes de financiación disponibles para ellos.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 6** y pida a los participantes que miren **la Actividad 4** en **la página 76** y reproduzcan el video de Crowd Funding. Resalte que también hay un enlace en su actividad que pueden usar. Trabajando en grupos tienen que averiguar la información sobre Crowdfunding.

Ahora puede pedir a diferentes grupos que retroalimentan sus hallazgos sobre ciertos aspectos de la financiación de multitudes. Permita que otros agreguen cualquier información adicional que hayan encontrado sobre cada área. Siga con una discusión grupal.

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 7** Pida al grupo que complete **la Actividad 5** en **la página 77** para ayudarles a reflexionar sobre lo que aprendieron sobre el tema de la configuración de la meta.

Pida voluntarios para compartir sus pensamientos:

Debe incluir:

- Diferentes formas de financiar un negocio
- Préstamos Bancarios, Préstamos Familiares, Sobregiros, Subvenciones, Hipotecas
- Crowd Funding
- Crédito comercial
- Interés flexible y fijo
- Préstamos garantizados/no garantizados

Taller 8

Tipos de negocio



Taller 8 Tipos de Negocios

Visión general

Este taller tiene como objetivo introducir a los participantes en los diferentes tipos de negocios que se pueden establecer incluyendo comerciante único, asociación, sa, sl etc.

Recursos

Libro de trabajo de actividades
Papel Rotafolio
Presentación de PowerPoint
Diapositiva 3 enlaces a un vídeo
Recurso 11, 12, 13, 14

Tarea 1

Antes del taller, familiarícese con el contenido del libro de actividades. Explique que hay muchos tipos diferentes de negocios y cada uno tiene ventajas y desventajas.

Tarea 2

Mostrar **La Diapositiva 2** - Refiera al participante a **la Actividad 1** en la página 80. Las respuestas para el ejercicio de tabla se pueden encontrar en **el Recurso 11** en la **página 70**.
Pida voluntarios para compartir sus respuestas e iniciar una discusión grupal sobre los diferentes tipos de negocios.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 3** y reproduzca el vídeo Comerciante único.

Tarea 4

Después del video mostrar **diapositiva 4** y pida a los participantes que miren **la Actividad 2** en la **página 82**.

Las respuestas para esta actividad se pueden encontrar en **el Recurso 12** en la **página 71**.

Pida voluntarios para compartir sus respuestas y analizar.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 5** e introducir el grupo en **la Actividad 3** - Actividad de grupo en la **página 83**. Las respuestas se pueden encontrar en **el Recurso 13** en la **página 72**.

Pida voluntarios para retroalimentación e iniciar una discusión grupal sobre las ventajas y desventajas. ¿Qué podría salir mal, etc.?

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 6** y pida al grupo que complete **la Actividad 4** en **las páginas 84/85**. Pueden averiguar acerca de los comerciantes únicos en Internet. Las respuestas a esta actividad se pueden encontrar en **el Recurso 14** en **la página 73**.

Debate en grupo

Esta es una buena oportunidad para hablar de asociaciones en general. Deben estar registrados como una sociedad limitada, etc. Mencione la persuasión y la negociación de nuevo.

Tarea 7

Mostrar **La Diapositiva 7** y remíte a los participantes a **la Actividad 5** en **la página 86**. Se trata de un ejercicio que volverá a hacer cumplir las ventajas y desventajas de los comerciantes y asociaciones.

Esta es una decisión que pueden necesitar tomar en el futuro si inician su propio negocio, por lo que es importante que entiendan el A/D.

Las respuestas son las siguientes:

1T, 2T, 3F, 4F, 5F, 6T

Pida voluntarios para responder respuestas y tener una discusión grupal

Tarea 8

Muestre **la diapositiva 8** y pida a los participantes que completen la **Actividad 6** en la **página 87** para reflexionar sobre lo que han aprendido hoy.

Debe incluir:

- Diferentes tipos de negocio y ventajas y desventajas
- Comerciantes únicos
- Asociaciones
- Franquicia
- SA
- SL
- Cosas a tener en cuenta al establecer un negocio de comerciante único
- Pensando en la importancia de nombrar un frente de empresa/tienda

Taller 9

Mantenimiento de registros



Taller 9 Mantenimiento de registros

Visión general	Este taller tiene como objetivo dar al participante la oportunidad de pensar en todos los diferentes registros que necesitan para mantener al dirigir una pequeña empresa y las diferentes maneras en que puede grabarlos.
-----------------------	--

Recursos	Libro de trabajo de actividades Rotafolio Presentación de Power-point Acceso a Excel Software Recurso 15, 16
-----------------	---

Tarea 1	
----------------	--

Antes de **la Actividad 1** pregunte a los participantes qué tipo de registros guardan para sí mismos. Captura en el rotafolio. Podría incluir cosas como el número de seguro nacional, Nóminas, licencia de conducir, calificaciones, pasaporte, etc. Haga hincapié en la importancia de llevar registros precisos, Mostrar **la Diapositiva 2** y pida a los participantes que miren **la Actividad 1 en la página 90**. Esta es una actividad grupal y se les debe alentar a discutir sus respuestas y usar Internet si es necesario para reunir ideas que puedan usar para aconsejar a Emma y Robert.

Respuestas sugeridas:

- Ingresos
- Gastos como kilometraje, gas, electricidad, etc.
- Recibos
- estados de cuenta
- Dinero pagado a sí mismos
- Los datos del cliente se mantienen de forma segura
- Declaraciones de impuestos

Pida voluntarios para retroalimentar sus hallazgos. Laborista la importancia de mantener registros meticulosos, ya que esto puede ayudarles a obtener desgravación fiscal, etc.

Tarea 2	
----------------	--

Mostrar **la Diapositiva 3** y pida a los participantes que miren **la Actividad 2 en la página 91**.

Respuesta sugerida:

Ingresos	Gasto
Dinero pagado por los clientes	Gasolina
Tarifas por promocionar productos	Préstamos
	Teléfono
	Electricidad/Gas
	Seguro

	Publicidad
	Equipo
	Papelería

Pida voluntarios para que sus comentarios y analicen las respuestas. No todos serán iguales. El objetivo principal es hacer que los participantes piensen en todo el dinero que entra y sale un negocio y la importancia de grabarlo todo.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 4** y pida a los participantes que miren **la Actividad 3 en la página 92**

Este es un ejercicio práctico para ayudar a guiar a los participantes cómo registrar ingresos y gastos usando Excel Software. Esto los introducirá en los conceptos básicos de la fórmula. Las respuestas para la hoja de cálculo, incluidas las fórmulas a utilizar, se pueden encontrar en **el Recurso 15 en la página 74**.

Tenga en cuenta que un breve tutorial sobre los conceptos básicos del software de Excel puede ser necesario dependiendo del nivel de habilidad de los participantes.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 5** y pida a los participantes que completen **la Actividad 4 en la página 93**.

Respuestas sugeridas:

Tarea 1

IVA, Ingresos y Gastos, Facturación, HMRC, Seguimiento de kilometrajes, Registro de recibos y generación de informes.

Puede obtener una aplicación en su teléfono para escanear recibos, etc.

Tarea 2

- Determinar la mejor estructura de negocio (es decir, propiedad única, LLC, corporación, sociedad) para su situación.
- Ayudar con el análisis financiero en su plan de negocio.
- Proporcionar asesoramiento sobre el tipo de software de contabilidad que pueda necesitar.
- Proporcionar asesoramiento y asistencia en la apertura de una cuenta bancaria de negocios.
- Asegurarse de que sus procedimientos contables cumplan con las regulaciones y requisitos gubernamentales.

- Proporcionar asesoramiento sobre cómo realizar un seguimiento de los gastos durante sus actividades comerciales diarias.
- Explicar la importancia de mantener separados los gastos personales y empresariales.

Pida voluntarios para que se den la espalda y que más que las respuestas. Incluya lo anterior si aún no lo cubren.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 6** y pida a los participantes que miren la primera parte de **la actividad 5** en **las páginas 94/95**.

Respuestas sugeridas

Software: Sistemas de Gestión de Contactos, Sistemas de Gestión de Membresías, Base de Datos

Información clave:

Nombre, Dirección, teléfono, dieta, problemas de salud relevantes, medicamentos, Cómo se enteraron de fitness en el hogar, Programa de entrenamiento acordado, lesiones, altura, peso, metas / objetivos

Pida voluntarios para que recayeran la información recopilada. Se debe hacer hincapié en la protección de datos. Datos confidenciales y la necesidad de proteger la privacidad de sus clientes.

Ahora pídale que completen la segunda parte de la actividad en **la página 95**.

Respuestas:

Reglamento General de Protección de Datos

Dos principios clave:

- 1. Dar a los ciudadanos y residentes un mayor control de sus datos personales**
- 2. Simplificación de las normativas para las empresas internacionales con un reglamento unificador que se sitúa en toda la Unión Europea (UE)**

Principales implicaciones para el fitness en el hogar:

- **Obtener el consentimiento del cliente para almacenar sus datos personales**
- **Sólo almacenar información relevante**
- **Necesidad de tener una política**
- **Sus clientes tienen derecho a saber qué información están almacenando sobre ellos**
- **No pueden compartir la información que tienen con otras organizaciones sin el consentimiento del cliente**
- **Todos sus proveedores cumplen con el RGPD**

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 7** y pida a los participantes que miren **la Actividad 6** en **las páginas 96/97**.

La tarea del heredero T es llenar las lagunas y al hacerlo aprenderán más sobre la importancia del **RGPD**.

Las respuestas para este ejercicio se pueden encontrar en **el Recurso 16** en **la página 75**.

Esto se puede hacer como una actividad de toda la clase pidiendo voluntarios para leer cada sección para asegurarse de que todos entiendan el contenido.

Tenga una discusión en grupo sobre la Lista de verificación para pequeñas empresas para asegurarse de que todos entiendan la importancia.

Tarea 7

Mostrar **la Diapositiva 8** y refiera a los participantes a **la Actividad 7** en **la página 98** en su libro de trabajo para animarlos a reflexionar sobre su aprendizaje.

Esto debería abarcar

- La importancia del mantenimiento de registros en los negocios
- Ingresos y Gastos
- Software para ayudar a Quickbooks, Excel, Base de datos, etc.
- El papel de un Contador en una pequeña empresa
- GDPR
- Protección de datos

Taller 10

Desarrollo de un plan de negocios



Taller 10 Desarrollo de un plan de negocios

Visión general	Este taller tiene como objetivo ayudar a los participantes a reconocer la necesidad de un plan de negocios y todos los elementos que necesitan capturar en el plan
-----------------------	--

Recursos	Libro de trabajo de actividades Presentación de Power-point Rotafolio La diapositiva 4 tiene un enlace de vídeo
-----------------	--

Tarea 1

Mostrar **la Diapositiva 2** y pida a los participantes que miren **la Actividad 1** en la **página 100**.

Este es un ejercicio divertido para hacer que el grupo piense en la planificación hacia adelante.

Ser espontáneo puede ser bueno, pero si no tienes un plan muy a menudo las cosas pueden simplemente a la deriva a lo largo.

Pida voluntarios para retroalimentar sus respuestas.

Tenga una discusión sobre sus respuestas al tipo de vacaciones de Christopher y Anna. Pregunte lo que prefieren, etc.

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 3** y pida a los participantes que miren **la Actividad 2** en la **página 101**.

Respuestas sugeridas:

Empresario

Plan de negocio que incluye proyecciones, previsiones, ingresos, gastos, extractos bancarios, acreedores, número de clientes

Banco

¿Ingresos, gastos, deudores?, ahorros, ayuda familiar, prueba de negocio, referencias, garantes

(será más – discutir su mérito a medida que surgen)

Pida voluntarios después de que cada pareja haya analizado sus respuestas con otra pareja. La lección es que los bancos no sólo le prestan dinero a nadie. Los préstamos son difíciles de obtener y necesitan estar seguros de que tienen un rendimiento seguro de su dinero.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 4** y reproduzca el vídeo sobre el desarrollo de un plan de negocios. Pida a los participantes que miren **la Actividad 3 en la página 102**.

A continuación, deben trabajar en sus grupos para responder a las preguntas. Todas las respuestas están contenidas en **las Diapositivas 5,6,7** y una definición está en **la Diapositiva 8**. Pida voluntarios que retroalimentan lo que tienen para cada pregunta y muestre la diapositiva correspondiente para comprobar que tienen todas las respuestas.

Nota:

La Actividad 5 muestra todo el contenido de un plan de negocios y ayudará a enfatizar todas las secciones.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 9** Pida a los participantes que miren **la Actividad 4 en las páginas 103/104**. Su tarea es trabajar en su grupo para responder el cuestionario.

Respuestas

Parte 1

Pronóstico de flujo de efectivo

Ubicación del negocio

Cómo se comercializará el negocio

Parte 2

Para minimizar el riesgo asociado a la puesta en marcha de un negocio

Para persuadir al banco para que preste dinero al negocio

Parte 3

Un plan de negocios ayuda a un emprendedor a pensar en todos los aspectos del negocio

Pida voluntarios para que retroalimentan sus respuestas y que se haga una discusión grupal sobre la parte final.

Mostrar **la Diapositiva 10** Si no planea que el plan falle. Fomentar el grupo discusión.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 11** pida a los participantes que miren **la Actividad 5 en las páginas 105-107**. Divida las secciones del Plan de negocio y asigne cada sección a uno de los grupos. Su tarea es preparar un mapa mental para la sección que se han asignado. Hay 10 secciones por lo que es posible que tenga que asignar 2 por grupo.

Cuando todos los grupos tengan sus mapas mentales preparados, pídeles que nominen a un portavoz para que sus ideas.

Ahora comience desde **la Sección 1**. Después de todo, los grupos han presentado delegados deben tener una buena comprensión de lo que está contenido en un plan de negocios. Deje tiempo para la discusión y las preguntas.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 12** y remítase a los participantes a **la Actividad 6** en **las páginas 108/109**.

Tener una discusión grupal sobre las declaraciones de la misión y lo importantes que son para responder a la pregunta "Por qué existe nuestro negocio". Esta actividad permite a los participantes explorar las declaraciones de misión de algunas grandes empresas.

Una vez que han llevado a cabo la investigación deben ser más conscientes de la importancia de una declaración de misión. Luego tienen la oportunidad de crear una declaración de misión para **Fitness at Home**.

Pida voluntarios para retroalimentar sus respuestas para cada una de las tres compañías famosas.

Ahora pida voluntarios para retroalimentar su declaración de misión para **Fitness at Home**. Podrías hacer esto más divertido diciéndoles de antemano que otorgarás un pequeño premio por el grupo para crear la mejor declaración de misión.

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 13** y refiera a los participantes a **la Actividad 7** en **la página 110** en su libro de trabajo para animarlos a reflexionar sobre lo que aprendieron hoy.

Debe cubrir:

- No planificar: planea fallar
- Importancia de un plan de negocios
- ¿Por qué produciría uno
- ¿Quién lo usaría?
- Lo que contiene
- Las diferentes secciones
- Más práctica con mapas mentales
- Trabajar en equipo
- Presentar ideas

Taller 11

Presentar y lanzar sus ideas



Taller 11 – Presentación y lanzamiento de sus ideas

Visión general

Este taller tiene como objetivo ayudar a los participantes a desarrollar habilidades que les ayuden a presentar y presentar sus ideas a audiencias relevantes.

Recursos

Libro de trabajo de actividades
Presentación de Power-point
Recurso 17, 18, 19

Tarea 1

Familiarícese con el libro de trabajo de actividades y se le pedirá a los participantes que hagan.

Muestre **la Diapositiva 2** y pida a los participantes que miren **la Actividad 1 en las páginas 112/3**.

Hay un ejemplo de plan de conversación en **el recurso 17** en **la página 76**.

Dales algunas ideas y luego la tarea es que entreguen su breve charla a su pareja. Podría pedir un voluntario para dar su charla o podría dar el ejemplo de programan en **el recurso 17** como ejemplo.

Esto les ayuda a reconocer la importancia de organizarse y planificar con antelación lo que van a decir.

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 3** y pida a los participantes que miren **la Actividad 2 en las páginas 114-117**. Comience una discusión sobre todas las maneras en que puede persuadir a otros y argumentar su caso. Ahora trabajarán en su grupo y prepararán un debate de 3 minutos a favor o en contra de un tema. Asigne a cada grupo un tema y si tiene que argumentar a favor o en contra.

Den tiempo para que preparen su discurso. La actividad se explica por sí mismo. Cada grupo debe votar a un ganador y es posible que desee asignar un pequeño premio.

Haga hincapié en la importancia de poder poner a la gente de su lado y persuadirlos de que compren sus ideas.

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 4** e introduzca el tema de USP. Pida a los participantes que miren **la Actividad 3 en las páginas 118/119**. Pida voluntarios para retroalimentar sus respuestas. Las respuestas a la actividad se pueden encontrar en **el recurso 18 en la página 78**.

Otra actividad divertida alrededor de LA USP es pedir a los participantes que se les ocurrien su propia USP sobre sí mismos.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 5** y pida a los participantes que miren **la Actividad 4 en la página 120**. Esta actividad tiene como objetivo ayudarles a saber cómo poner una buena presentación que atenúe la atención de un público.

Pida voluntarios para compartir y tener una discusión grupal sobre la buena presentación,

Las respuestas sugeridas para esta actividad se pueden encontrar en **el Recurso 19 en la página 80**.

Sin embargo, puede haber una variedad de puntos de vista entre los participantes. No hay respuesta incorrecta/correcta, pero podría presentar algunos de los temas si no los traen a continuación.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 6** y referir a los participantes a **la Actividad 5** en su libro de trabajo en **las páginas 121/122**.

Este ejercicio les ayuda a poner sus ideas en práctica. Deben seguir la hoja de instrucciones. Dé les tiempo suficiente para prepararse. Lo ideal es que usen powerpoint para su presentación. Si eso no es posible, podrían usar un rotafolio.

Nota – un tutorial básico en Powerpoint puede ser necesario dependiendo de los niveles de habilidades dentro del grupo.

Permita tiempo para cada presentación corta y podría permitir que cada grupo vote a un ganador o a usted o a un visitante podría elegir un ganador. Se podría otorgar un pequeño premio para el ganador.

Tarea 6

Muestre **la Diapositiva 7** y pida a los participantes que miren **la Actividad 6 en la página 123**. Pídales que reflexionen sobre lo que han aprendido hoy. Debe incluir:

- Organizar sus ideas
- Cómo persuadir a los demás
- Habilidades de debate
- Dar un lanzamiento de 3 minutos
- Usp
- Lo que hace una buena presentación
- Contribuir a una presentación
- Trabajar en equipo
- Presentar ideas

Taller 12

Mantenerse en el camino



Taller 12 – Permanecer en el camino

Visión general

Este taller final tiene como objetivo ayudar a los participantes a recapitular su aprendizaje de talleres anteriores dentro de **la Unidad 2** y presentarles a la siguiente Unidad - **Unidad 3 – El Desafío de Cambio**

Recursos

Libro de trabajo de actividades
Rotafolio
Presentación de Power-point
Recurso 20 – Formulario de evaluación
Hoja de papel en blanco para cada participante

Tarea 1

Familiarícese con el libro de trabajo Actividad para aumentar su conocimiento del área temática.

Mostrar **la Diapositiva 2** Vamos a recapitular y decirle al grupo que han cubierto un montón de terreno durante todos los talleres y deben estar orgullosos de sus logros durante la Unidad.

Mostrar **la Diapositiva 3** que muestra todos los talleres anteriores para recordarles lo que ya han hecho.

Mostrar **la Diapositiva 4** Pida al grupo que complete **la Actividad 1** en **la página 127 "Cómo me siento hoy"** ahora que han terminado el curso. Pida voluntarios para compartir sus pensamientos - hacerlo divertido!

¿Cómo ha cambiado esto desde que comenzaron el curso?

¿Se sienten más seguros de su capacidad para iniciar un negocio?

Tarea 2

Mostrar **la Diapositiva 5** – refiera a los participantes a **la Actividad 2**. Esta actividad en **las páginas 128/130** contiene una lista de verificación donde los participantes pueden confirmar que han cubierto cada área. Esta actividad también se podría hacer en 2 entrevistarse entre sí.

También hay espacio para que capturen áreas donde no están satisfechas y una vez que hayan completado la tarea pidan al grupo que comparta las áreas que hayan identificado. Vuelva sobre el material si procede.

Pregunte por cualquier voluntario que desee discutir cualquier cosa más.

¿Hay alguna pregunta sobre lo que han aprendido en toda la Unidad?

Tarea 3

Mostrar **la Diapositiva 6** Como grupo para completar **la Actividad 3** en **la página 131**.

Pide voluntarios. Discusión en grupo sobre lo que más les gustó? ¿Qué cambios harán. ¿Faltaba algo que les gustaría haber cubierto?

Capture esta información en el rotafolio y vuelva a enviarla a los desarrolladores del curso para garantizar mejoras en el futuro.

Tarea 4

Mostrar **la Diapositiva 7** y refiera al grupo a **la Actividad 4** en **la página 132**.

Distribuya **el recurso 20** el formulario de evaluación al final del paquete en **la página 81**.

Haga hincapié en que esto se utilizará para mejorar la entrega en el futuro y es anónimo por lo que deben ser honestos.

Asegúrese de reunir en todos los formularios de evaluación.

Tarea 5

Mostrar **la Diapositiva 8** ¿A dónde vamos desde aquí? Explique que esto es sólo el comienzo. Han aprendido sobre muchas áreas con respecto a cómo iniciar una pequeña empresa. Es importante celebrar su éxito hasta ahora.

Aquí es donde puede discutir el proceso de evaluación si los participantes están siendo presentados para el Premio de **la Unidad 2** "Iniciar un negocio".

Tarea 6

Mostrar **la Diapositiva 9**. Esta diapositiva muestra **la Unidad 3 – El Desafío de Cambio** y explica que se trata de una progresión natural de la unidad anterior. Esta próxima Unidad les dará la oportunidad de participar en un proyecto. El proyecto les ayudará a reunir todo lo que han aprendido en **la Unidad 1** y **la Unidad 2**. Vaya sobre el texto de **la página 133** de su libro de trabajo para darles más información.

Tarea 7

Mostrar **la Diapositiva 10** una forma positiva de terminar – Usted puede hacerlo

Desea el éxito grupal en la película y enfatiza que esperas ayudarlos a continuar su viaje con **la Unidad 3 – El Desafío del Cambio**

Recursos adicionales

Recurso 1 – Qué es el análisis de mercado	58
Recurso 2 – Respuestas a los anuncios de vídeo	60
Recurso 3 – Respuestas para la actividad objetivo del mercado.....	61
Recurso 4 – Respuestas para la actividad del grupo de enfoque	62
Recurso 5 – Respuestas para 4 Ps de Marketing	63
Recurso 6 – Respuestas para la Actividad de Marketing Digital	65
Recurso 7 – Respuestas para la actividad de vídeo Marketing digital.....	66
Recurso 8 – Respuestas para la Actividad de Plataformas Digitales.....	67
Recurso 9 – Respuestas para la Actividad de Financiación.....	68
Recurso 10 – Respuestas para la Actividad de Préstamos Empresariales	69
Recurso 11 - Responde Tipos de Actividad Empresarial.....	69
Recurso 12 – Respuestas Comerciante Solo Llenar la Actividad de Brechas.....	71
Recurso 13 – Respuestas para la actividad de la asociación.....	72
Recurso 14 – Respuestas para la peluquería Actividad	73
Recurso 15 – Respuestas para el estado físico en la actividad en el hogar	74
Recurso 16 – Respuestas para la actividad del RGPD	75
Recurso 17 – Respuestas Obtener actividad organizada	76
Recurso 18 – Respuestas Actividad de UPS	78
Recurso 19 – Respuestas Buena Actividad de Presentación	80
Recurso 20 – Formulario de Evaluación.....	81
Recurso 21 – Organizaciones que pueden apoyarle Escocia, Malta y España ..	82

Recurso 1

¿Qué es el análisis de mercado?

¿Qué tan adecuado es su oferta para un determinado mercado? Un análisis de mercado responderá a estas preguntas importantes. Cada participante del mercado, ya sean empresas, fundadores o clientes privados, puede llevar a cabo un análisis de mercado. En cualquier caso, sirve de base para la toma de decisiones. La información se recopila y evalúa de proveedores y compradores con el fin de tomar decisiones de compra o venta. Además, puede evaluar su mercado actual o ver nuevos mercados.

Definición

El análisis de mercado es una gran parte de la investigación de mercado y un componente importante de un **plan de negocio**. Durante el transcurso de un análisis de mercado se tiene en cuenta un mercado específico. Con la ayuda de los resultados mostrados, las empresas pueden identificar las oportunidades y riesgos de ese mercado en particular. El grupo objetivo constituye la base del análisis de mercado.

Diferentes métodos de análisis de mercado

Para llevar a cabo un análisis de mercado se requiere información fiable. En términos generales, las pequeñas empresas tienden a llevar a cabo la investigación necesaria para su análisis de mercado. Las empresas más grandes, por otro lado, a menudo encargan a los institutos de investigación de mercado que lo hagan por ellas. Se puede realizar un análisis de mercado utilizando varios métodos de recopilación de datos. **Se hace una distinción entre la investigación primaria y la secundaria.**

Con la **investigación primaria**, se entrevista a expertos de un mercado objetivo con el fin de recopilar nuevos datos. La ventaja de esto es que sigue siendo su propio propósito de investigación en el enfoque. De esta manera, puede recopilar los datos que necesita para su análisis de mercado. A diferencia de esto, la **investigación secundaria utiliza registros de datos** existentes de encuestas anteriores. Esto se puede recopilar interna y externamente. Al optar por la investigación secundaria, puede ahorrar tiempo y dinero porque no tiene que realizar costosas entrevistas y evaluaciones. Las fuentes de datos representativos son, por ejemplo, el Sistema Estadístico Federal, las cámaras profesionales, los informes anuales de otras empresas o las revistas comerciales.

Análisis de mercado frente a investigación de mercado: ¿cuáles son las principales diferencias?

La investigación de mercado significa la **investigación sistemática** de un mercado específico, ya que dicha investigación proporciona información sobre la base de la cual se puede seleccionar un instrumento de marketing adecuado. A diferencia de la investigación de mercado, el análisis de mercado se centra en un mercado específico en una fecha **determinada**. El objetivo del análisis de mercado es identificar las características más importantes de un mercado y determinar la estructura del mercado en un momento determinado.

¿Para qué sirve un análisis de mercado?

Si desea que su plan de negocio tenga éxito, tendrá que llevar a cabo un análisis de mercado. Un análisis integral del mercado constituye la base del desarrollo de una estrategia de comercialización y medidas concretas de comercialización.

Otras razones para realizar un análisis de mercado:

- Con un análisis de mercado, puede respaldar su idea de negocio con cifras, datos y hechos, y por lo tanto proporcionar un plan de negocio convincente.
- Puede reconocer el potencial del mercado en una etapa temprana y evitar tomar decisiones equivocadas.
- Puede identificar cualquier vacío de conocimiento existente y rellenarlas a tiempo.
- Un análisis de mercado le muestra qué productos de la competencia ya están en el mercado.
- Con un análisis de mercado, puede identificar la barrera de entrada en el mercado y estimar el atractivo del mercado.

Recurso 2

Algunas sugerencias de respuestas para preguntas sobre 3 videos

Video 1

Compañía: Nike

Apelando a: jóvenes

Por qué este escenario: El entorno de fútbol glamoroso es tentador para este grupo objetivo

Emociones: En forma, saludable, puede hacer cualquier cosa, poder, éxito

Video 2

Compañía: Adidas

Apelando a: mujeres jóvenes

Por qué esta configuración: Atractiva para este grupo objetivo, al aire libre, saludable

Emociones: En forma, saludable, puede hacer cualquier cosa, poder, éxito, empoderamiento, feminismo

Video 2











Empresa - Thomson Holidays

Apelar a: padres jóvenes

Por qué este entorno: Hermosos destinos de vacaciones muy atractivos

Emociones: Culpa, amor, chantaje emocional, equilibrio de la vida laboral

Recurso 3

Público objetivo	Producto/Servicio
	
	
	
	
	

Algunos de los mercados objetivo podrían ser para más de un producto, es decir, parejas, jóvenes y familias pueden estar interesados en el iPhone. Pero estos son los más probables.

Recurso 4

Desarrollo de una aplicación

Audiencia objetivo sugerida:

- Miembros del Centro Deportivo y/o posibles nuevos miembros

Todos los grupos de edad, ya que muchos jubilados mayores trabajan duro para mantenerse en forma y los jóvenes.

Posibles puntos de discusión:

¿Todos los grupos de edad tienen acceso a un teléfono móvil?

Posibilidad de descargar y utilizar una aplicación, etc.

Preguntas sugeridas para hacer

¿Ya usas Apps?

¿Le resultaría útil una aplicación?

¿Qué le resultaría útil si introdujéramos una aplicación?

¿Le gustaría reservar en línea?

¿Te gustaría estar al tanto de las ofertas especiales que estamos dando a través de la aplicación?

¿Le gustaría hacer un seguimiento de su progreso? ¿Peso? ¿aptitud?

Recurso 5

Actividad 5

Lea el siguiente artículo sobre *The Marketing Mix y los 4P de Marketing* y ponga las diferentes partes del artículo en el orden correcto.

2	Y el 4Ps es una manera, probablemente la forma más conocida, de definir la mezcla de marketing, y fue expresado por primera vez en 1960 por E J McCarthy. Los 4P son: Producto (o Servicio); Lugar; Precio y Promoción. Una buena manera de entender los 4Ps es por las preguntas que usted necesita hacer para definir su mezcla de marketing.
4	¡Es simple! Sólo tiene que crear un producto que un grupo particular de personas quieren, ponerlo a la venta en algún lugar que esas mismas personas visitan regularmente, y el precio en un nivel que coincida con el valor que sienten que obtienen de él; y hacer todo eso en un momento que quieren comprar. ¡Entonces lo tienes hecho!
6	Pero si obtienes un solo elemento equivocado, puede deletrear desastre. Usted podría ser dejado promoviendo un coche con increíble economía de combustible en un país donde el combustible es muy barato; o publicar un libro de texto después del comienzo del nuevo año escolar, o vender un artículo a un precio demasriad alto o demasiado bajo para atraer a las personas a las que te diriges.
5	Hay mucha verdad en esta idea. Sin embargo, hay que trabajar mucho para averiguar qué quieren los clientes e identificar dónde hacen sus compras. A continuación, debe averiguar cómo producir el artículo a un precio que representa el valor para ellos, y conseguir que todo se una en el momento crítico.
1	La mezcla de marketing es un buen lugar para comenzar cuando usted está pensando en sus planes para un producto o servicio, y le ayuda a evitar este tipo de errores. La mezcla de marketing y los 4P del marketing se utilizan a menudo como sinónimos entre sí. De hecho, no son necesariamente la misma cosa. "Mezcla de marketing" es una frase general que se utiliza para describir los diferentes tipos de opciones que las organizaciones tienen que tomar en todo el proceso de llevar un producto o servicio al mercado.
3	Los 4P de marketing es un modelo para mejorar los componentes de su 'mezcla de marketing', la forma en que lleva un nuevo producto o servicio al mercado. Le ayuda a definir sus opciones de marketing en términos de precio, producto, promoción y lugar para que su oferta satisfaga las necesidades o la demanda específicas del cliente. ¿Qué es el marketing? La definición que muchos vendedores aprenden a medida que comienzan en la industria es: Poner el producto correcto en el lugar correcto, al precio correcto, en el momento adecuado.

1. ¿Cuándo y dónde está disponible?
2. ¿Cuál es el valor del producto o servicio para el comprador?
3. ¿Cómo llegarás a tu consumidor?
4. ¿Qué descuentos se deben ofrecer?
5. ¿Cómo se diferencia de sus competidores?
6. ¿Cómo se marca?
7. ¿Qué quiere el cliente?
8. ¿Existen precios establecidos para los productos en esta área?
9. ¿Dónde lo buscan los compradores?
10. ¿Llegarás a tus compradores anunciando en línea o vallas publicitarias?
11. ¿Cómo se ve?
12. ¿Cómo puede acceder a los canales de distribución adecuados?
13. ¿Por qué los clientes quieren comprarlo?
14. ¿Qué necesidades satisface?

Las 4 Ps	¿Qué preguntas se utilizan para hablar de qué P?
Producto	5, 6, 7, 11, 13, 14
Lugar	1,3, 9, 10
Precio	2, 8
Promoción	4, 12



Recurso 6



Respuestas

El orador habla sobre los métodos de marketing tradicionales v métodos de marketing digital. En el taller anterior aprendiste sobre branding y marketing. Este altavoz indica que hay muchos beneficios de usar métodos digitales en lugar de tradicionales. Trabajando en un grupo de 4/5 nota por debajo de lo que estos beneficios son.

1. Coste eficiente
2. Más eficaz
3. Puedes medirlo
4. Puede monitorearlo
5. Puedes probarlo
6. Amplio alcance

Recurso 7

Respuestas



FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL

1. ¿Por qué es fácil sentirse abrumado (confundido) al adoptar un enfoque de marketing digital?

Porque hay muchas herramientas ne, plataformas y canales de redes sociales que se están desarrollando todo el tiempo. Es difícil saber por dónde empezar.

2. ¿Cuáles fueron las tres áreas más importantes a pensar dentro de los Medios Digitales?

1 Defina su Mercado
2 Use Contenido Nativo
3 Realice un seguimiento de todo lo que pueda

3. ¿Por qué es importante definir su mercado?

Porque esto dictará por qué y dónde se anuncia. Necesitas usar los canales y plataformas que sepas que tus compradores usarán.

4. & 5. ¿Qué es el contenido nativo?

El contenido nativo se asegura de que la información que publique se publique en los sitios donde parece que pertenece. Mira lo que otros están haciendo y publica de una manera similar para asegurarte de que se siente como si encajara allí. Línea fina entre encajar y destacar. Quieres que tus publicaciones destaquen por las razones correctas.

6. **El seguimiento** es importante porque se puede decir lo que está

funcionando y lo que no lo es. Conoces el tráfico a tus publicaciones y puedes obtener comentarios instantáneos. Puedes medirlo todo.

Para que sea más manejable al principio sólo tiene que elegir una cosa para medir, es decir, impresiones o clics en el sitio web.

Recurso 8

Respuestas

Echa un vistazo a los iconos de las famosas plataformas digitales a continuación. Su tarea es trabajar en su grupo para identificar en primer lugar la plataforma de medios sociales y dar una breve descripción de cómo se utiliza. Puede utilizar Internet para ayudarle.

Icono	Nombre de la Plataforma Digital y usos principales
	Los usuarios de Twitter publican e interactúan con mensajes cortos llamados tweets.
	Instagram es una aplicación gratuita para compartir fotos y videos disponible en Apple iOS, Android y Windows Phone. Las personas pueden subir fotos o videos y hacer comentarios.
	Facebook es un sitio de redes sociales que te facilita conectarte y compartirlo con familiares y amigos en línea.
	LinkedIn es una red social que se centra en las redes profesionales y el desarrollo profesional.
	Pinterest es un motor de descubrimiento visual para encontrar ideas como recetas, inspiración para el hogar y el estilo, y mucho más.
	YouTube es un servicio de intercambio de vídeos donde los usuarios pueden ver, compartir, comentar y subir sus propios vídeos. Se puede acceder al servicio de vídeo en ordenadores, portátiles, tabletas y a través de teléfonos móviles.

¿Hay otras plataformas de redes sociales que una pequeña empresa pueda utilizar? Etsy, tumblr, vimeo

Recurso 9

Respuestas

Echa un vistazo a la siguiente tabla y usando las notas que tienes y/o el trabajo de Internet en tus grupos para completar la siguiente tabla:

Fuente de financiación	Significado de término clave	Ventajas de esta fuente	Desventajas de esta fuente
Préstamo bancario	Una cantidad acordada de dinero que se le prestó por un período de tiempo fijo	Pagos mensuales manejables	El interés puede ser alto Puede ser difícil conseguir
Préstamos de familia o Amigos	Dinero prestado a usted de la familia o amigos	A menudo no tienen que pagar intereses Plazos de pago flexibles Sin aplicación: no saltes a través de aros	Podría caerse Puede que quieran decir algo en tu negocio
Sobregiro	Gasto ampliado permitido en la cuenta empresarial actual existente	Bueno para cubrir problemas de flujo de efectivo a corto plazo	Altas tasas de interés
Subvenciones	Financiación de una organización	No tiene que devolver la cantidad	Puede ser difícil acceder como muy popular Tienes que pasar por aros con aplicaciones A veces tienen que estar de acuerdo en gastarlo en ciertas áreas del negocio
Crowd Funding	El crowdfunding es una forma de recaudar fondos al pedir a un gran número de personas cada una por una pequeña cantidad de dinero.	Forma rápida de recaudar dinero Buena manera de comercializar su negocio Los inversores pueden convertirse en su cliente Bueno si no puede obtener un préstamo bancario	No siempre puedes subirte a una plataforma Es un trabajo duro antes para construir interés Alguien podría robar tus ideas

Recurso 10

Respuestas

Un sobregiro acordado o prearreglado es una forma muy flexible de financiación externa. Permite al negocio gastar más de lo que tiene en su actual negocio. Los intereses se pagan cuando la cuenta está sobregirada y por lo general es más bajo que un préstamo bancario si se utiliza como un Medida.

El importe adeudado se puede pedir prestado y devolver en cualquier momento una vez que el acuerdo está en vigor.

Un préstamo se toma prestado durante un período de tiempo determinado. El préstamo se reembolsa en cuotas mensuales, pero incurre en intereses. El banco generalmente preguntará para ver documentación como un plan de negocio, previsión de flujo de efectivo etc.

Los préstamos de familiares o amigos son a menudo utilizados por pequeñas empresas. Cualquier montura y calendario para el reembolso se acuerda, pero es relativamente flexible y en muchos casos no se cobra ningún interés.

Comprar artículos de proveedores y pagar más tarde, por ejemplo, 30 días se conoce como crédito comercial. La ventaja de esto es que se espera que en el momento en que el período de crédito está en marcha, el negocio habrá tenido suficiente efectivo en efectivo de las ventas para pagar la factura. Significa que el dinero no deja el negocio antes de que comience a operar los artículos que ha comprado.

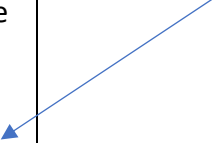
Una hipoteca es un préstamo a largo plazo es específicamente para la compra de propiedades.

Se reembolsa como un préstamo, mensualmente y con intereses. Puede ser un fuente de financiación útil pero costosa.

Las subvenciones a veces son otorgadas por el Gobierno y las organizaciones benéficas. El dinero no tiene que ser reembolsado, pero muchas empresas no califican para ellos.

Recurso 11

<p>Joe trabaja para una tienda. Compró acciones en la compañía, para que se beneficie si le va bien. Comprueba regularmente el precio de las acciones en el periódico y disfruta recibiendo un dividendo dos veces al año. Su única preocupación es que si el negocio funcionaba mal, el precio de las acciones podría bajar, y la firma puede ser comprada barato por un rival que puede cerrar muchas de las tiendas.</p>	<p>Comerciante único</p>
<p>Louise es peluquera. El año pasado comenzó su propio negocio, y ahora emplea a un aprendiz. Ella disfruta del hecho de que ella es su propio jefe y puede mantener todas las ganancias después de pagar impuestos. Pero le resulta difícil mantener sus cuentas y es consciente de que ella es personalmente responsable de cualquier deuda que tenga.</p>	<p>Sociedad limitada privada</p>
<p>Shahida y su hermano Tariq trabajan para el negocio de la joyería familiar, iniciado por sus padres. Los cuatro son dueños de todas las acciones entre ellos. Les gusta el hecho de que su responsabilidad por las deudas se limita a la cantidad que cada uno invirtió en el negocio y que todos sus asuntos son privados. No se pueden vender acciones a miembros del público. Su padre es dueño de la mayoría de las acciones, por lo que tiene más votos que nadie.</p>	<p>Franquicia</p>

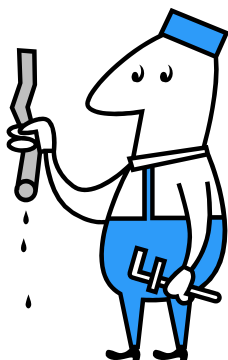
<p>Paula y Jane crearon su propio negocio móvil el año pasado dirigiendo clases de 'Tumble Tots' para niños pequeños. Se sienten más seguros comercio bajo una marca establecida, a pesar de que esto les costó una cuota inicial y tienen que pagar un porcentaje de sus ganancias. Creen que vale la pena por el asesoramiento y la ayuda que reciben, así como el marketing profesional para el negocio.</p>	<p>Asociación</p> 
<p>Waheed y Mohammed trabajan juntos en su negocio de aparcacoches. Alquilan espacio en un concurrido aparcamiento en el centro de la ciudad y ofrecen limpiar coches mientras sus propietarios están de compras. Al principio estaban preocupados de que no estuvieran de acuerdo o incluso cayeran sobre muchos aspectos del negocio, pero esto no ha sucedido. Saben que tienen que consultarse sobre las decisiones que toman y son responsables de forma conjunta y personal de cualquier deuda que deban.</p>	<p>Sociedad anónima</p>

Recurso 12

Comerciantes soles

Haga coincidir las palabras con los espacios:

Los negocios de comerciantes únicos son propiedad y están controlados por una persona. El propietario puede decidir emplear a otras personas para ayudar a dirigir el negocio, pero las decisiones principales son tomadas por el propietario.



Muchas personas optan por establecer pequeñas empresas como comerciantes únicos porque llegan a dirigir el negocio como deseen. Llegan a mantener cualquier beneficio que el negocio hace y pueden elegir cuántas horas trabajan. Ser un comerciante único puede ser muy gratificante, aunque también puede ser arriesgado.

Los comerciantes únicos arriesgan sus propios activos y yo si un negocio comerciante único se endeuda el propietario puede tener que vender su propia casa para pagar lo que se debe. Esto se denomina responsabilidad limitada. Los comerciantes únicos también pueden tener que trabajar largas hora y necesitan ser expertos en muchos roles con el fin de ejecutar el negocio con eficacia. Si el propietario está enfermo, puede ser difícil para el negocio continuar.

Recurso 13



Trabajar en asociación con otros tiene algunas ventajas y desventajas.

Trabajando en su grupo complete la siguiente tabla.

	Ventaja/ Desventaja
Beneficio compartido entre propietarios	A y D
Más dinero se puede poner en el negocio de más propietarios	Un
Las posesiones personales pueden tener que ser vendidas para pagar deudas	D
La carga de trabajo se puede compartir	Un
Fácil y barato de configurar	Un
Los socios pueden no estar de acuerdo	D
Algunos socios pueden poner dinero pero no dirigir el negocio	Un
Cada propietario puede tener habilidades especializadas para beneficiar al negocio	Un

Recurso 14

Tarea 1

Q2 sugirió respuestas

Cuatro tareas que tendrían que llevar a cabo podrían incluir:

- Registrar el negocio
- Abrir una cuenta bancaria
- Busque financiación/inversores
- Mantener registros de ingresos/gastos
- Declaración de impuestos de autoevaluación completa

Q3 respuestas sugeridas:

- Trabajar largas horas
- Siéntase sobrecargado por la responsabilidad
- Difícil conseguir fondos para ayudarlo
- Arriesgar sus propios activos si las cosas van mal
- Podría endeudarse
- Dificultad para recordar registrar todos los ingresos y exp

Tarea 2

Respuestas sugeridas en el primer trimestre

Peter:

Ventaja: Obtiene ayuda con toda la responsabilidad y el trabajo y cualquier deuda ahora se comparte con John

Desventaja: tiene que compartir las ganancias, podría no estar de acuerdo con John cómo hacer las cosas.

John:

Ventaja: Ahora obtiene una parte en las ganancias generales,

Desventaja: Tiene que asumir más responsabilidad ahora que parte es dueño de la tienda y tiene que trabajar más duro. Responsable de cualquier deuda.

Q2

Podría estar en desacuerdo sobre las horas/días que trabajan.

Cómo comercializar la tienda

¿Quién emplear Cómo decorar los estilos de

gestión de la tienda Cuánto riesgo tomar - en caso de que

se expandan etc Cómo invertir de nuevo en el

negocio

Precios, Estándares de Calidad, Salud y Seguridad (no exhaustivo)

Recurso 15


AutoSave Off Book1 - Excel Heather Hughes

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Acrobat

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing Ideas

M15

1	Fitness at Home Income and Expenditure		
2			
3			
4	January	Income	Expenditure
5	Personal Training Sessions	£5,000.00	
6			
7			
8	Business Loan		£200.00
9	Petrol/Travel		£100.00
10	Telephone/mobiles		£60.00
11	Additional Kit		£80.00
12	Printer paper		£30.00
13	Electricity/Gas		£35.00
14	Liability Insurance		£24.00
15	Fitness Room Hire		£120.00
16			
17	Totals	£5,000.00	£649.00
18			
19			
20	Profit	£4,351.00	




AutoSave Off Book1 - Excel Heather Hughes

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Acrobat

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing Ideas

D20

1	Fitness at Home Income and Exp		
2			
3			
4	January	Income	Expenditure
5	Personal Training Sessions	5000	
6			
7			
8	Business Loan		200
9	Petrol/Travel		100
10	Telephone/mobiles		60
11	Additional Kit		80
12	Printer paper		30
13	Electricity/Gas		35
14	Liability Insurance		24
15	Fitness Room Hire		120
16			
17	Totals	=SUM(B6:B16)	=SUM(C8:C16)
18			
19			
20	Profit	=B17-C17	
21			
22		=4351/2	
23			



Recurso 16

Lista de verificación del RGPD para las pequeñas empresas del Reino Unido

Recuerde que su lista de verificación debe tener en cuenta a los empleados y proveedores pasados y presentes, así como a los clientes (y los datos de cualquier otra persona que esté procesando, lo que incluye la recopilación, registro, almacenamiento y uso de los datos personales de cualquier manera).

1. Conozca sus datos. Debe demostrar una comprensión de los tipos de datos personales (por ejemplo, nombre, dirección, correo electrónico, datos bancarios, fotos, direcciones IP) y datos confidenciales (o de categoría especial) (por ejemplo, detalles de salud o vistas religiosas) que tiene, de dónde provienen, a dónde van y cómo usa esos datos.
2. Identifique si confía en el consentimiento para procesar datos personales. Si lo eres (por ejemplo, como parte de tu marketing), estas actividades son más difíciles bajo el RGPD porque el consentimiento debe ser claro, específico y explícito. Por esta razón, debe evitar confiar en el consentimiento a menos que sea absolutamente necesario.
3. Observe con fuerza sus medidas y políticas de seguridad. Debe actualizarlos para que cumplan con el RGPD y, si actualmente no tiene ninguno, insértelos en su lugar. El uso amplio del cifrado podría ser una buena manera de reducir la probabilidad de una gran sanción en caso de una violación.
4. Prepárese para satisfacer las solicitudes de acceso en un plazo de un mes. Los derechos de acceso del sujeto están cambiando, y bajo el RGPD, los ciudadanos tienen derecho a acceder a todos sus datos personales, rectificar cualquier cosa que sea inexacta y oponerse al procesamiento en ciertas circunstancias, o borrar completamente todos sus datos personales que pueda tener. Cada solicitud tiene un plazo y un plazo de un mes (que sólo puede prorrogarse en circunstancias atenuantes), a partir de la fecha original de solicitud.
5. Capacite a sus empleados e informe de una infracción grave en un plazo de 72 horas. Asegúrese de que sus empleados entiendan lo que constituye una violación de datos personales y cree procesos para recoger cualquier bandera roja. También es importante que todos los involucrados en su negocio sean conscientes de la necesidad de informar de cualquier error al DPO o a la persona o equipo responsable del cumplimiento de la protección de datos, ya que esta es la causa más común de una violación de datos.
6. Lleve a cabo la debida diligencia en su cadena de suministro. Debe asegurarse de que todos los proveedores y contratistas cumplen con el RGPD para evitar verse afectados por cualquier incumplimiento y las sanciones consecuentes. También debe asegurarse de que tiene los términos de contrato correctos en vigor con los proveedores (lo que pone obligaciones importantes en ellos, como la necesidad de notificarle con prontitud si tienen una violación de datos). Consulte '¿Cómo puedo comprobar que mis proveedores cumplen con el RGPD?' más abajo.
7. Crear avisos de procesamiento justo. En virtud del RGPD, debes describir a las personas lo que estás haciendo con sus datos personales. Consulte "Avisos de procesamiento justo" a continuación para obtener más información.

8. Decida si necesita contratar a un responsable de protección de datos (DPO). La mayoría de las pequeñas empresas estarán exentas. Sin embargo, si las actividades principales de su empresa implican un seguimiento "regular o sistemático" de los interesados a gran escala, o que implican el procesamiento de grandes volúmenes de "datos de categorías especiales" (véase "¿Son mis datos sensibles?" a continuación) debe emplear a un responsable de protección de datos (DPO).

Recurso 17

No hay respuestas correctas o incorrectas. Este es un ejemplo de una breve charla sobre cómo unirse a un gimnasio.



Elige un tema que te interese y del que puedas **hablar** con un amigo. Por ejemplo, podrías hablar de un pasatiempo, una actividad de fitness o una organización con la que estés involucrado.

Ahora piensa en **cinco o seis** puntos que podrías incluir en tu charla.

Puntos principales	
1 consejo a amigos	2 beneficios de hacer ejercicio
3 elegir la mejor oferta	4 encontrar el tiempo
5 programa de acondicionamiento físico	6

Ahora decide el **mejor pedido** para tus puntos principales y toma breves notas para ampliar cada uno.

<p>1 Encontrar la hora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de tomar una decisión • Es bueno tener un enrutamiento, a la misma hora cada semana • Necesidad de ir dos o tres veces a la semana 	<p>2 Elegir la mejor oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un montón de ofertas en oferta • Habla con la gente del gimnasio 	<p>3 Programa de acondicionamiento físico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mi programa • 20 minutos de bicicleta de ejercicio • 20 minutos de cinta de correr • Sumérgete en la piscina
---	---	---

<p>4</p> <p>Beneficios de hacer ejercicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siéntase más enérgico • La piel se ve saludable • Comer mejor 	<p>5</p> <p>Consejos a amigos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vale la pena unirse • Tienes que estar comprometido • No quiero malgastar dinero 	<p>6</p>
---	--	----------

Aquí hay una charla sugerida de estas notas, las formas de vincular ideas están en rojo.

Voy a hablar de unirse a un gimnasio. Primero voy a hablar sobre encontrar el tiempo para ir al gimnasio y elegir la mejor oferta para adaptarse a su situación. Entonces voy a contarles sobre el programa de ejercicios y los beneficios de hacer ejercicio. Finalmente voy a sugerir algunos consejos si estás pensando en unirse a un gimnasio.

En primer lugar, usted tiene que tomar la decisión de comprometer el tiempo para ir realmente al gimnasio. Es bueno tener una rutina y pasar a la misma hora cada semana. Realmente necesitas ir dos o tres veces a la semana para obtener el beneficio.

Cuando vayas por primera vez, tienes que elegir la mejor oferta que se adapte a ti. Por lo general, hay un montón de diferentes en oferta. Probablemente sea mejor hablar con alguien allí sobre lo que será mejor para usted.

Una vez que te hayas unido, te saldrá un programa de acondicionamiento físico para ti. Mi programa es sobre todo en la bicicleta de ejercicio y la cinta de correr. Por lo general, hacer 20 minutos en cada uno y luego tener un chapuzón en la piscina. Debo decir que definitivamente está funcionando. Me siento mucho más enérgico y mi piel se ve muy saludable. Y no tengo ganas de comer alimentos grasos como patatas fritas o pizzas.

Así que recomendaría unirse a un gimnasio, pero usted tiene que estar comprometido. No te unas y luego no vayas, lo que sería un desperdicio de dinero.

Recurso 18

Usp

En su grupo llevar a cabo algunas investigaciones en Internet y llegar a una definición corta de USP. Anote a continuación.

una característica de un producto que lo hace diferente y mejor que otros productos similares y que se puede enfatizar en los anuncios del producto

(No hay respuesta establecida, pero debe ser algo como arriba)

¿Por qué es importante que una empresa se diferencie de sus competidores?

Para que se destaquen entre la multitud y ofrezcan algo que otros no están haciendo ya

Complete la siguiente cuadrícula agregando 3 USP para cada producto.

Producto	Usp
<p data-bbox="422 427 568 456">Mcdonalds</p> 	<p data-bbox="810 427 1002 456">Comida rápida</p> <p data-bbox="810 521 1043 551">Calidad constante</p> <p data-bbox="810 616 1115 645">Sabes lo que obtendrás</p>
<p data-bbox="427 792 563 822">I-pad Mini</p> 	<p data-bbox="810 792 1358 866">Su principal punto de venta era que hacía pantallas táctiles a la derecha.</p>
<p data-bbox="448 1158 542 1187">Easyjet</p> 	<p data-bbox="810 1158 1315 1232">Una de las mayores aerolíneas de bajo coste de Europa</p>

Ahora identifique 3 tipos específicos de investigación de mercado que podría llevar a cabo para comprender mejor las necesidades de su mercado objetivo y ayudarle a crear una **USP** adecuada.

1. Grupos focales
2. Cuestionarios
3. Pruebas, observación

Recurso 19

Actividad 4



¿Qué hace una buena presentación?

No hay respuestas correctas/incorrectas, pero la respuesta podría incluir lo siguiente:

¿Qué te llama la atención?

Algo interesante – un poco diferente, una sorpresa

¿Qué es lo que te interesa? ¿Cómo influye un buen presentador en una audiencia?

Cuenta historias, lo hace relevante. Visuales, actividades, participación

¿Qué es lo que no te gusta?

Demasiadas palabras/texto

¿Qué pasa con la fuente/tamaño del texto/color?

Debe ser coherente, mostrar la marca

¿Lo cambiarías dependiendo de tu audiencia?

Conocer a tu audiencia es clave. Puede adaptarlo a ellos

¿Qué hay de las imágenes?

Debe ser relevante y mantener el interés. Sea cautivador

¿Qué pasa con la marca, es importante?

Sí debe ser consistente. El público debe reconocer la marca

¿Cómo empezar? – ¿Cómo terminar?

Diles de qué se trata y al final resume lo que les dijiste



Unidad 2 Iniciar un negocio

Recurso 20
Entrenador(es)

Fecha: _____

Instrucciones: Por favor marque su nivel de acuerdo con las declaraciones enumeradas a continuación	Fuertemente de acuerdo	Acuerdo	discrepar	Fuertemente en desacuerdo
1. Se cumplieron los objetivos de la capacitación				
2. Los presentadores				
3. Los materiales de presentación eran pertinentes				
4. El libro de trabajo de actividades fue organizado y fácil de seguir				
5. Los instructores estaban bien preparados y podían responder a cualquier pregunta				
6. La duración del curso era apropiada				
7. El ritmo del curso era apropiado para el contenido y los asistentes				
8. Los Ejercicios/Actividades fueron útiles y pertinentes				

9. El lugar era apropiado para la capacitación				
--	--	--	--	--

10. ¿Qué fue más útil?

11. ¿Qué fue menos útil?

12. ¿Qué más le gustaría ver incluido en este curso (si hay algo)?

13. ¿Recomendaría este curso a un amigo? Sí/No ¿Por qué?

14. ¿Algún otro comentario?

GRACIAS POR COMPLETAR ESTE FORMULARIO DE EVALUACIÓN. LOS COMENTARIOS RECIBIDOS SE UTILIZARÁN PARA PROPORCIONAR MEJORAS CUANDO LA CAPACITACIÓN SE IMPARTA EN EL FUTURO.

Recurso 21

Respuestas sugeridas para Escocia



¿Necesita ayuda para INICIAR o HACER CRECER su negocio?

Tipos de soporte disponibles	PODEMOS AYUDAR	
<p>Para acceder a la financiación de start-up</p>	<p>Sistemas de Préstamos para la puesta en marcha de los gobiernos nacionales o locales</p> <p>Subvenciones para Pequeñas Empresas /Préstamos</p> <p>Multitud Funding Crowd Funder - https://www.crowdfunder.co.uk/?utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=Search%20-%20UK%20-%20Brand&utm_term=%20Crowddfunder&utm_content=Crowdfunder</p> <p>Familia/Amigos</p> <p>Angel Investors</p> <p>Capital riesgo</p> <p>Fideicomiso de los Príncipes www.princes-trust.org.uk/about-the-trust/where-we-work/scotland</p> <p>Business Gateway www.bgateway.com</p> <p>Empresa escocesa www.scottish-enterprise.com</p> <p>Smart Scotland – Scottish Enterprise https://www.scottish-enterprise.com/knowledge-hub/articles/guide/what-is-smart-scotland</p> <p>Academia de Empresa Social https://www.socialenterprise.academy/scot/</p> <p>Scottish Edge</p>	

	https://www.scottishedge.com/ Instituto Escocés para la Empresa http://www.sie.ac.uk/
Para las mujeres	Women's Enterprise Scotland https://www.wescotland.co.uk/ Empresa escocesa
Para los jóvenes	The Princes Trust Scotland www.princes-trust.org.uk/about-the-trust/where-we-work/scotland Young Enterprise Scotland https://yes.org.uk/ Desafío Converge https://www.convergechallenge.com/ Enterprising You http://www.enterprisingyou.co.uk/ Instituto Escocés para la Empresa http://www.sie.ac.uk/ Shell LiveWIRE https://www.livewire.shell/ Desarrollo de Habilidades Escocia https://www.skillsdevelopmentscotland.co.uk/
Para personas con discapacidad	Emprendedores discapacitados www.disabledentrepreneurs.co.uk
Para la comunidad étnica negra, asiática y minoritaria	Red de Negocios del Caribe Africano https://www.itzcaribbean.com/business-listings/business-services-and-associations/african-caribbean-business-network-abcn/ Red Nacional de Mujeres Negras http://nbwn.org/ Bemis https://bemis.org.uk/
Para Marketing y Branding	Business Gateway https://www.bgateway.com/
Para obtener ayuda con un chequeo de salud digital	Business Gateway https://www.bgateway.com/
Para plantillas de plan de negocio	Business Gateway https://www.bgateway.com/
Incubadoras de empresas	Lista del Gobierno Escocés https://www.mygov.scot/incubators-accelerators/#:~:text=North%20of%20Scotland.%201%20AB%20Venture%20Zone.%20AB,4%20Elevator%20UK.%205%20Enterprise%20Campus.%20Más%20items
	Escocia puede hacer

Para Mentoring

Otras organizaciones útiles	<p>https://cando.scot/</p> <p>Bright Idea Scotland https://www.mygov.scot/business/develop-ideas-for-businesses/?via=https://www.brightideascotland.com/</p> <p>Crear Highland https://www.createhighland.com/</p> <p>Club de Emprendedores Creativos https://creativeentrepreneursclub.co.uk/</p> <p>Primer Puerto https://www.firstport.org.uk/</p> <p>HM Ingresos y Aduanas http://www.hmrc.gov.uk/courses/SYOB3/syob_3/html/syob_3_menu.html</p>	
Redes	<p>Red de Negocios Escocesa https://www.sbn.scot/</p> <p>Business Network Escocia http://www.businessnetworkscotland.co.uk/</p> <p>Scotland Business Networking Group https://www.syob.net/uk/business-networking/Scotland/218</p> <p>Federación de Pequeñas Empresas https://www.fsb.org.uk/</p> <p>Manual del Emprendedor Redes de negocios https://entrepreneurhandbook.co.uk/business-networks/</p>	

Agencias en Malta que apoyan a jóvenes emprendedores

1) Autoridad de Competencia y Consumo de Malta (MCCAA)

MCCAA se compone de 4 entidades:

Oficina de Cooperación, que promueve prácticas competitivas sólidas para ayudar a mantener el buen funcionamiento de los mercados.

Oficina de Asuntos del Consumidor cuyo objetivo es fomentar una relación equilibrada entre los consumidores y los proveedores de servicios.

Instituto de Normas y Metrología que ayuda a aumentar la concienciación sobre los beneficios de la normalización para las PYME a nivel nacional e internacional.

División de Reglamentos Técnicos, responsable de la legislación relacionada con la seguridad de los productos, la seguridad alimentaria y el control de plaguicidas.

2) Malta Enterprise

Malta Enterprise tiene la tarea de atraer nuevas inversiones extranjeras, ayudar a los empresarios a establecer operaciones y facilitar el crecimiento de las operaciones existentes. Los siguientes son algunos de sus sistemas de **asistencia y apoyo**:

- Diversas formas de créditos fiscales,
- Ayuda a la inversión para la producción de productos Covid-19,
- Estudios de Investigación y Desarrollo,
- Financiación de la puesta en marcha,
- Subsidio de Tasa de Interés,
- Subsidio de Alquiler,
- Servicio de Asesoramiento Empresarial,
- Préstamos blandos y
- Servicios de Apoyo a Empresas Familiares.

Malta Enterprise también ofrece un sistema de micro iniertas que ayuda a las mujeres jóvenes autónomas y a las **empresas** propiedad en su mayoría de mujeres mediante la concesión de un crédito fiscal máximo de hasta 50.000 euros.

3) Autoridad de Comunicación de Malta

Esta entidad está designada:

- regular los servicios de comunicaciones (internet, telefonía fija y móvil y **televisión**), el sector postal y los servicios de comercio electrónico,
- aplicar la **Directiva de accesibilidad** de la UE a fin de garantizar que todo el mundo pueda beneficiarse de la economía digital y ofrecer asesoramiento sobre cómo facilitar

los pagos en línea, promover las empresas en línea, garantizar un servicio de entrega eficiente y satisfacer las crecientes expectativas de los consumidores actuales,

- poner en marcha iniciativas encaminadas a garantizar que todas las empresas e individuos tienen competencias para utilizar **las TIC** y participar en actividades en línea.

Nota. Con la continua pandemia de Coronavarius también se considera mucho **más seguro** para los consumidores comprar y pagar en línea.

4) Centro de Innovación de la Agencia de Tecnología de la Información de Malta (MITA)

Este centro apoya a estudiantes, start-ups e innovadores y crea el entorno para transformar sus ideas en productos o servicios a través de tecnologías digitales. Apoya a **las start-ups** presentándoles un problema que requiere soluciones y financiando la start-up que tiene la mejor propuesta.

5) Jóvenes Empresarios

Se trata de una organización no gubernamental sin fines de lucro que trabaja para ayudar a los jóvenes a fomentar **las habilidades empresariales** con el fin de generar una actividad empresarial mediante la búsqueda de oportunidades innovadoras en beneficio de la sociedad y la economía. Sus prioridades incluyen la investigación científica, la educación, la concienciación y la formulación de políticas. Está impulsado por el alcance de empoderar a los jóvenes malteses para que inicien su propio negocio.

6) Jóvenes innovadores

Esta organización es muy similar a Jóvenes Empresarios pero está situada en Gozo.

7) Despegue

Este es un programa con sede en la Universidad de Malta que ofrece un paquete personalizado de beneficios y orientación a **los jóvenes emprendedores de dentro y fuera de la universidad**. Ayuda a estos jóvenes a transformar sus ideas en empresas de mercado.

8) Centro de Innovación de Microsoft

El MIC apoya a los estudiantes y start-ups a través de sus instalaciones y ofrece cursos de formación que van desde el desarrollo hasta los juegos. Sus programas se dirigen a

las empresas emergentes en las primeras etapas del negocio y ofrecen incentivos como el espacio de oficina, el hardware y las habilidades tecnológicas.

9) Esquema de asesoramiento empresarial

Este esquema incluye coaching individual para proporcionar a las empresas que operan en Malta **servicios de asesoramiento** que se adapten a circunstancias específicas. Está disponible para el público en general.

10) Centro de Recursos Dun Manwel Attard

Este centro ofrece un proyecto práctico para **personas con discapacidad**. Se trata de un programa de formación inicial a medida para las habilidades empresariales a través de un proceso de coaching, tutoría y talleres prácticos donde los estudiantes producen y luego venden artículos hechos a mano.

11) Malta Microfinance Ltd

Esta es una institución financiera sin fines de lucro que ofrece préstamos a personas con problemas financieros. Se ofrecen tres tipos de préstamos, uno de los cuales es un **Préstamo** Comercial para proporcionar financiamiento y apoyo para iniciar o expandir su negocio.

12) Esquemas de subvenciones para mejorar el negocio

Estos regímenes son financiados en parte por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y apoyan a las empresas cuando realizan inversiones destinadas al crecimiento empresarial. Actualmente hay 6 tipos de esquemas de subvención disponibles:

- Esquema de Subvenciones de Inversión de Startup
- Esquema de Subvenciones al Crecimiento de las Pymes
- Esquema de Subvenciones a la Diversificación e Innovación de pymes
- Esquema de Subvenciones de Internacionalización de Pymes-
- Servicios de Consultoría pyme y sistemas de subvenciones de comercio electrónico.



AGENCIAS EN MURCIA, ESPAÑA QUE APOYAN A LOS JÓVENES EMPRENDEDORES

Estos son algunos ejemplos de organizaciones con las que estamos explorando las posibilidades y hay varios esquemas que se publican constantemente y que supervisamos cuidadosamente.

1. WWW.CEEIM.ES CEEIM

El **Centro Europeo de Innovación Empresarial de Murcia (CEEIM)** es una organización sin ánimo de lucro cuya misión es:

- Promover el espíritu emprendedor y la innovación empresarial en la sociedad, a la vez que fomenta una cultura emprendedora desde edades tempranas.
- Apoyar la creación y consolidación de empresas innovadoras de base tecnológica.
- Facilitar el aumento del capital inteligente y la profesionalización de los inversores privados a través de Murcia Ban

Valores CEEIM

- Orientación de los resultados
- Profesionalismo
- Confidencialidad
- Mejora continua
- Proactividad
- Espíritu colaborativo

Visión CEEIM

EL CEEIM como referente internacional de buenas prácticas en el ámbito del emprendimiento y las empresas innovadoras de base tecnológica.

Fundadores del CEEIM

Participación activa en el desarrollo de nuestra Región

El CEEIM, como organización de carácter fundacional, ha sido creado por la voluntad de sus fundadores, que han contribuido, financiado y desarrollado desinteresadamente los principios, valores y misión que deben guiar el desempeño del Centro.

En el establecimiento del CEEIM, ha participado un conjunto heterogéneo de organismos públicos, entidades financieras y empresas privadas, que operan en los principales sectores económicos y empresariales de nuestra Región. Este acuerdo tiene por objeto facilitar las interacciones y maximizar las contribuciones que cada una de estas organizaciones hará en función de sus funciones como miembros del consejo de administración o asesor del Centro.

2. INFO www.institutofomentomurcia.es

El objetivo principal de INFO es promover el crecimiento económico regional y la competitividad en la Región de Murcia promoviendo la economía, aumentando la inversión, eliminando obstáculos y estableciendo un entorno que favorezca la competitividad. Con el objetivo de garantizar un mayor desarrollo y crecimiento económico entre las PYME regionales, INFO se centra en las siguientes líneas de acción:

- Investigación e Innovación - Para promover el desarrollo tecnológico asegurando que cada empresa pueda acceder a la tecnología que mejor se adapte a sus necesidades.
- Internacionalización - Para impulsar la expansión corporativa internacional a través del Plan de Promoción del Comercio Exterior.
- Inversión - Para promover proyectos de inversión, desarrollo y crecimiento proporcionando a las empresas de dentro y fuera de la región servicios de información y consultoría.
- Emprendimiento - Apoyo a emprendedores, creación, consolidación y transferencia de empresas.
- Acceso a la financiación - Para ayudar a las empresas a acceder a líneas de financiación para inversiones en activos, calidad, tecnología, internacionalización y equipos industriales.

3. CAMARA www.camaramurcia.es www.camaramurcia.es

Esta es la Cámara de Comercio española. Una de las piedras angulares de la Cámara de Comercio es el desarrollo del espíritu emprendedor y el fomento de la creación de nuevos negocios. Junto a la red de cámaras de comercio, la Cámara de Comercio española apoya a las empresas durante todo el proceso de creación de la tienda, colaborando en todos los pasos necesarios para abrir un negocio, asesorando desde el principio, gestionando procesos administrativos y consolidando el plan de negocio.

Además, la Cámara de Comercio española colabora directamente con las Administraciones Públicas en la simplificación de los procedimientos administrativos para crear e iniciar

actividades económicas y empresariales, así como en la mejora de la legislación económica y empresarial.

Por ello, la Cámara de Comercio española pone en juego su larga experiencia en la creación de empresas y en su papel de ventanilla única para todas las necesidades empresariales. Esta apuesta por la promoción de la vocación empresarial y su consolidación es el medio más eficiente de contribuir al fomento de la actividad empresarial y el empleo y a mejorar la percepción del público sobre los empresarios.

4. www.centic.es CENTIC

Descripción de la organización

El Centro Tecnológico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (CENTIC), es una asociación empresarial sin ánimo de lucro, promovida por el Gobierno regional, fundada en 2004 patrocinada por las empresas del sector TIC de la Región de Murcia (sureste de España).

El ámbito de aplicación principal es la mejora tecnológica de las empresas del sector de las TIC y otras empresas relacionadas con las tecnologías de la información, las telecomunicaciones, los contenidos y la electrónica a través de las actividades de investigación, desarrollo e innovación. Por lo tanto, CENTIC puede considerarse como una interfaz o punto de referencia para todo el sector regional de las TIC: CENTIC desarrolla acuerdos vinculantes o de colaboración para el desarrollo de sus actividades con entidades nacionales o extranjeras relacionadas con los objetivos de la Asociación.

En la actual vida, CENTIC presta servicios a 45 socios (internacionales y pymes) en el ámbito de las TIC. Los socios juegan en una amplia gama de campos: ERP, Software de Gestión, Internet, automatización, software móvil, multimedia, software logístico, etc... La mayoría de ellos realizan actividades de investigación y desarrollo y confían en CENTIC para recibir apoyo avanzado e innovación en sus proyectos. CENTIC cuenta con una amplia experiencia en la participación en proyectos colaborativos y gestión de subvenciones.

5. www.murciaregioneuropea.es CARM

Hay muchas becas y prácticas de trabajo ofrecidas por instituciones europeas y redes regionales donde la Región de Murcia es miembro como el Programa Eurodisney y el Programa junior de profesionales en delegación (JPD). Además, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Cooperación (MAEC) ofrece la posibilidad de realizar prácticas no remuneradas en los departamentos de Representaciones Extranjeras del Ministerio y en el Departamento Central. Vaya al sitio web del **MAEC** para obtener más información sobre este programa.

6. INVERTIR EN espa www.investinspain.org

Estamos utilizando este documento de 128 páginas para explorar posibilidades y a nivel nacional y local.

7. VARIOS ESQUEMAS

Este es un ejemplo de uno de los muchos planes que se ponen a disposición durante esta crisis actual que estamos supervisando en consecuencia.

Estimado cliente,

El Instituto de Desarrollo ha anunciado un programa con 1,5 millones de euros destinado a promover la realización de inversiones productivas y tecnológicas de PYMES YAUTO-EMPLEADOS EN LA REGION DE MURCIA, así como apoyo en inversiones con el objetivo de proporcionar a la empresa los elementos de protección y seguridad necesarios

para poder llevar a cabo una actividad económica evitando posibles infecciones POR COVID. Está subvencionado con un máximo de 15.000 euros: Adquisición de nuevos activos tangibles e intangibles, sin limitación a su importe, de terceros para la modernización productiva necesaria para:

- Incorporación de empresas a fórmulas de teletrabajo y nuevos sistemas de comunicación.
- Inversiones en elementos de protección y seguridad necesarios para llevar a cabo la actividad económica evitando posibles infecciones por COVID. El plazo de finalización de los proyectos e inversiones aprobados comenzará a partir del 1 de marzo de 2020 y hasta 6 meses a partir de la notificación de la Resolución de Concesión de Ayuda. Este plazo podrá prorrogarse por 3 meses siempre que se demuestre la finalización de al menos el 25 % de la inversión aprobada. Las solicitudes pueden presentarse desde 8 de septiembre de 2020 al 30 de septiembre de 2020.

LEYES DE IMPUESTOS

España no es particularmente favorable a los negocios, aunque mucha gente está involucrada en pequeñas empresas. En todo momento se requiere asesoramiento especializado. No hay umbral para el IVA (IVA), por lo que es necesaria una planificación cuidadosa. El impuesto sobre sociedades se fija en el 25%, pero se fija en el 15% de los dos primeros años que una empresa es rentable.