

# El proyecto "You(th) for Cul/fu(ture)" ha sido inspirado en los jóvenes y creado para estos

**El apoyo de la Comisión Europea para redactar esta guía, no supone la ratificación de su contenido ya que este sólo refleja el punto de vista de sus autores. Así pues, La Comisión no se hace responsable de la información que esta contiene.**

Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea



# Guía para el emprendimiento cul- tural y creativo



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



GEOCLUBE  
Asociação Juvenil



PANGEYA ULTIMA  
development center



ADVIT  
EUROPA FĂRĂ FRONTIERE



2020

# Emprendimiento creativo y cultural guía

- I. Resumen
- II. Sobre el proyecto
- III. Animar a tu creatividad
  - a. El concepto de enseñar creatividad
  - b. Nueve maneras para aumentar tu creatividad
  - c. Cómo romper el bloqueo creativo
- IV. Analizar y escoger la mejor idea empresarial
  - a. La idea empresarial
  - b. Desarrollando la idea empresarial
- V. Encontrar tu grupo objetivo/audiencia
- VI. Crea tu plan empresarial
- VII. Vende tu idea
  - a. Lanzamiento
  - b. Ascenso
  - c. Creando una lanzadera
- VIII. Implementa y crece
- IX. Finanzas
- X. Educación no formal
- XI. Enlaces y recursos

## Resumen

Imagina qué pudieras inventar una empresa, una combinación de creatividad y aspectos culturales. Eso sería una mezcla única de tendencias independientes: El arte como un valor inmaterial basado en el contenido y el emprendimiento como un defensor de los valores inmateriales.

Con esta base en mente y la responsabilidad social de los emprendedores, el emprendedor creativo y cultural lleva a cabo una misión estratégicamente cultural, y afronta riesgos de cara a la creación de equilibrio entre innovación y valores directivos.

El manual estuvo creado en el marco de construcción de capacidades dentro del proyecto Europeo “You(th)for Cul/fu(ture)” y desarrollado por socios ADVIT Moldavia, Youth Association Droni, Development Centre Pangeya Ultima, Youth Education Centre “Fialta”, Youth Mix, CODEC vzw, Geoclube, Asociacio Cultural Tabala, PlanBe, Plan it Be it, Connecting Europe.



Esta guía está diseñada para jóvenes emprendedores, facilitadores y monitores y todas aquellas personas que no sean indiferentes al emprendimiento creativo y cultural.



## Sobre el proyecto



Las personas con mentes creativas, interesadas en el arte y la cultura, no están provistas para nada o al menos no con el suficiente aprendizaje ni oportunidades para un liderazgo efectivo administrativo. Si bien el emprendimiento creativo y cultural ('c / ee' de ahora en adelante) es el escenario de beneficio mutuo que desarrolla oportunidades de empleo para el grupo de empleados potenciales ya existentes (como los jóvenes interesados en el arte y la cultura), es apenas comprensible para esta juventud, especialmente en los países de la [Socios del este](#) donde los mecanismos de política cultural están lejos de estar bien desarrollados.

Los objetivos del proyecto para desarrollar una ruta educativa e innovadora para aumentar la empleabilidad potencial de [NEETs](#) a través de la educación en emprendimiento cultural y creativo („c/c-e“). Nuestro proyecto ofrecerá enfoques innovadores estructurados para educar a los jóvenes sobre cómo integrar el emprendimiento en el desarrollo de prácticas creativas y brindar un enfoque creativo para el desarrollo de nuevos negocios sociales.

A lo largo de las actividades del proyecto, apoyaremos a los jóvenes desempleados en su capacidad de crear innovación y proporcionarles habilidades y atributos empresariales para comercializar su conocimiento creativo y cultural. Tanto los trabajadores juveniles como los jóvenes que participan en el proyecto obtendrán conocimientos teóricos sobre economía cultural e iniciativas creativas y desarrollarán técnicas para trasladar su pensamiento creativo y crítico al pensamiento empresarial.

### *The project has following specific objectives:*

- to build capacity of consortium in the field of „c/c-e“, enable transfer of practices among the partnership and foster cooperation between EU and EaP countries;
- to create environment for networking and to equip youth workers with knowledge and specific competences in „c/c-e“ education;
- to create enabling environment for transferring the knowledge on „c/c-e“ to NEETs and foster their transversal skills, sense of initiative & entrepreneurship and creative thinking;
- to create comprehensive learning materials – toolkit and online platform – targeted to youth workers, stakeholders in the field of social entrepreneurship and potential entrepreneurs;
- to promote social, cultural and creative entrepreneurship, active citizenship and nonformal learning on European level and in EaP countries;
- to promote European policies in the field of social entrepreneurship and Erasmus+ on European level and in EaP.



*El producto principal del proyecto es el desarrollar nuevos modelos de trabajo con personas jóvenes con menos oportunidades, herramientas innovadoras y orientación que permita a los jóvenes implementar de forma independiente sus propias iniciativas empresariales en el ámbito creativo y cultural.*



## Fomenta tu creatividad

En un mundo orientado a las ganancias, el término "estrategia" se ha convertido en una de las palabras vacías más utilizadas. Pero la estrategia debe ser un proceso creativo y significativo que nos ayude a diseñar un futuro sostenible basado en visiones, valores y actitudes claras. Esta *"misión posible"* significa que existe la necesidad de nuevas soluciones y de pensamiento y actuación atípicos, no lineales, que solo es posible con un enfoque creativo.

Comencemos juntos nuestra *"misión posible"* desde el concepto de creatividad y caminemos sin problemas hacia formas de impulsar la creatividad y bloques creativos.



## El concepto de enseñar creatividad

Académicos como [E. Paul Torrance](#), han dedicado una vida entera al avance de la creatividad en la educación. Torrance afrontó mucha oposición en su día acerca de la naturaleza de creatividad. La creatividad estuvo considerada una habilidad natural e inmensurable. Torrance pidió una enseñanza explícita de creatividad. Defendió que era una habilidad específica, que requería una instrucción intencional. El trabajo de su vida en última instancia condujo al desarrollo de las pruebas de Torrance y los programas para superdotados en todo el mundo.



En los últimos tiempos, ha habido un cambio hacia una mayor aceptación de la valoración de la creatividad para todos los alumnos. Una [charla TED](#) en 2003 de Sir Ken Robinson sobre este tema llegó a más de 5 millones de espectadores. Discute cómo nuestros sistemas escolares actuales suprimen la creatividad. Propone que nuestro modelo actual deja poco espacio para el pensamiento divergente.



Gran parte de la culpa de la falta de creatividad y, por lo tanto, de la innovación, [se remonta](#) a nuestros sistemas educativos tradicionales. Se basa en enseñar la respuesta correcta. Se necesita un modelo de pensamiento innovador. Robinson tuiteó recientemente sobre un nuevo estudio que sugería que el 80% de los educadores encuestados preferían que se incluyera la creatividad como parte de los estándares de aprendizaje.

Del mismo modo, [David Hughes](#), fundador de Decisión Labs y profesor de UNC Chapel Hill, argumenta que la innovación es una habilidad esencial para nuestra economía global. Al hablar de la creatividad en las escuelas, dice, gran parte de la culpa de la falta de creatividad y, por lo tanto, de la innovación, puede atribuirse a nuestros sistemas educativos tradicionales.



La mayor parte de la práctica de los métodos creativos se lleva a cabo fuera de las instituciones educativas tradicionales por empresas de consultoría y por personas en empresas que han recibido capacitación en métodos creativos de resolución de problemas. En las universidades, no ha cambiado mucho desde 1950, cuando el distinguido psicólogo J. P. Guilford en su discurso inaugural como presidente de la *Asociación Americana de Psicología* [declaró](#) que el abandono de la educación en el tema de la creatividad era terrible. Añadido a esta secuencia de acontecimientos está el hecho que los libros de texto están al menos tres años fuera de data cuándo son publicados y ... Los sistemas educativos son muy lentos adaptándose a la innovación. Así, vemos que las instituciones educativas necesitan una dosis fuerte de soluciones en cuanto al problema creativo.



Nos gustaría ofrecerte *nueve maneras*, las cuales hemos encontrado eficaces durante nuestra búsqueda e implementación práctica.

## Nueve maneras de aumentar vuestra creatividad



### 1. *Limitate*

¿Alguna vez has notado que un problema complicado se puede tomar el camino de "menor resistencia mental", basándose en ideas que ya existen o tratando de utilizar todos los recursos disponibles?



Te sugerimos que coloques limitaciones autoimpuestas que puedan inspirar la creatividad ya que obliga incluso a las personas creativas a trabajar fuera de su zona de confort.

Uno de los ejemplos más famosos es cuándo Seuss produjo *Green Eggs & Ham* [después de una apuesta](#) donde este, desafiado por su editor para producir un libro entero con menos de 50 palabras diferentes. Solo recuerda aquellos momentos, cuándo estás limitado a escribir de esta forma, como en [Instagram bio](#) o estás escogiendo palabras para los [Tweets](#) breves pero pegadizos. Te puede orientar a hacia soluciones bastante creativas o a soluciones alternativas.

Prueba a limitar tu trabajo de alguna manera y tal vez veas los beneficios de tu cerebro trayendo soluciones creativas para acabar un proyecto con los parámetros que te has puesto.



### 2. *Reconceptualizar el problema*

¿Alguna vez has notado que las personas especialmente creativas tienden a reconceptualizar el problema con más frecuencia que sus contrapartes menos creativas? Eso significa que, en lugar de pensar en un objetivo final para ciertas situaciones, se sientan y examinan el problema de diferentes maneras antes de comenzar a trabajar.

Imagina que eres un escritor que dirige la estrategia de marketing de contenido para empresas nuevas, y su "equipo de campaña" es el objetivo final. El problema es que si



enfocas un artículo con la idea de "¿Qué puedo escribir que reciba muchos comentarios?", no crearas algo realmente bueno.

De todas formas, intenta preguntarte bajo otro punto de vista, como: "¿Qué clase de artículos tienen verdadera repercusión y capturan el interés de la gente?". Ahora que no solo piensas en ti mismo sino en la audiencia, puedes empezar a interactuar con ella. A través de este enfoque se te ocurrirá algo más original.

No te preocupes, si te encuentras estancado al enfocarte en problemas genéricos como "¿Qué sería algo genial para pintar?". Intenta reconceptualizar el problema centrándote en un ángulo más significativo como "¿Qué clase de pinturas evocan los sentimientos de soledad que todos hemos sentido en el tiempo de cuarentena?".

### 3. Crea distancia psicológica

Si bien se sabe desde hace tiempo que abstenerse de una tarea es útil para romper un bloqueo creativo, también parece que crear distancia "psicológica" también puede ser beneficioso. Las personas que participaron en [esta investigación](#) pudieron resolver el doble de problemas de comprensión cuando se les pidió que pensarán en la tarea como algo distante, en lugar de estar cerca.

Intenta imaginar tu tarea creativa estando desconectado y distante de tu actual situación/posición. Según esta investigación, esto puede hacer que el problema sea más accesible y puede fomentar un pensamiento de nivel superior. Tal vez este un fenómeno humano para lanzarse en sueños y metas.

### 4. Soñar despierto

Aunque [estudio](#) tras [estudio](#) confirman que soñar despierto y tomar una siesta puede ayudar con el proceso de pensamiento creativo, a superar el estrés y las experiencias negativas.

Lo cierto es que, soñar despierto y la incubación son más eficaces cuando trabajas en un proyecto en el que ya has invertido mucho esfuerzo creativo.

Por tanto, antes de intentar utilizar siestas y ensoñaciones como una excusa para no trabajar, ¡sé sincero contigo mismo y no olvides a un poco de jaleo antes!



### 5. Sumérgete en algo absurdo

¿Con que frecuencia te encuentras con una ensoñación extraña? Has de saber que este [estudio](#) sugiere que leer/experimentar algo absurdo o surrealista puede ayudar a impulsar el reconocimiento de patrones y del pensamiento creativo.

Los sujetos del estudio leyeron a Franz Kafka, pero incluso historias como Alicia en el país de las maravillas son sugeridas por psicólogos.

La conclusión es que la mente siempre busca encontrar sentido a las cosas que ve, y el arte surrealista/absurdo pone la mente en "sobremarcha" por un breve periodo mientras intenta calcular exactamente lo que está viendo o leyendo.

Encuentra algo de tiempo para descubrir algo nuevo e inusual para ti en el campo del arte y la literatura, alguna historia interesante y corta como; [La última pregunta](#) de Isaac Asimov, [Alicia en el país de las maravillas](#) de Lewis Carroll o navegar por arte absurdo en lugares como [r / HeavyMind](#), etc.



### 6. Separar el trabajo del consumo

También conocido como el "estado de absorción" esta técnica se ha mostrado como [ayuda en el proceso de incubación](#) y es bastante más efectiva que intentar combinar el trabajo con el pensamiento creativo.

También tiene sentido-a menudo estamos en dos estados mentales muy diferentes cuando absorbemos una actividad y cuando intentamos crear algo. Es mucho mejor cuando simplemente se apaga tu "modo de trabajo" y consumes más inspiración en forma de lectura, miradas y observación. Después, lleno de inspiración, puedes activar tu "modo de trabajo" e iluminar tu proyecto

### 7. Crea durante un estado de ánimo potente

Durante mucho tiempo, la investigación ha señalado que la felicidad es el estado ideal para crear. Recientemente, sin embargo, un estudio relativamente nuevo sobre la creatividad en el lugar de trabajo llegó a esta audaz conclusión: "La creatividad aumentó cuando las emociones positivas y negativas se estaban agotando ... "

Suponemos que, si bien cierto que estados de ánimo negativos pueden matar la creatividad, no son tan universales como los estados de ánimo positivos (alegría, emoción, amor, etc.), ya que a veces pueden impulsar el pensamiento creativo en lugar de evitarlo. No queremos que te pongas de mal humor para crear algo, pero la próxima vez que estés en un estado emocional fuerte, trata de sentarte y enfocar esa energía en crear algo, el resultado final podría ser valioso e inesperado.



## 8. Muévete

¿Hay alguna duda en que si “*hacer deporte*” es uno de los hábitos buenos en el mundo entero?

Algunos estudios incluso sugieren que el ejercicio físico puede aumentar el pensamiento creativo también, al hacer bombear el corazón y poner a la gente de buen humor. De forma similar, [otros estudios](#) muestran que pensar en el amor puede originar más pensamientos creativos; no es necesario el acto, sino cambiar el estado de ánimo.



Si estás atascado en el proceso creativo y quieres tomar un respiro, intenta hacer ejercicio mientras tu cerebro está trabajando subconscientemente, puede ayudar a acelerar el momento “¡Ajá!”.



## 9. Pregunta, “¿Qué podría haber sido?”



En relación con la [investigación](#) que rodea el proceso de [pensamiento contrafactual](#), observando una situación que ya ha ocurrido y preguntándose: “¿Qué podría haber sucedido?” puede impulsar la creatividad en cortos periodos de tiempo.

## Cómo romper el bloqueo creativo



Encontrarse con un “*bloqueo creativo*” es extremadamente frustrante para cualquiera, pero especialmente para aquellas personas que regularmente realizan un trabajo creativo. Definitivamente hay una sensación de impotencia cuando necesitas progresar con una idea, pero parece que no puedes hacerlo.

Para el resto de la población, si tienes demasiadas opciones a la vez, o peor, no tienes ni una sola idea creativa en el momento para salvar tu vida, los bloqueos mentales pueden poner freno a tus energías creativas.

Normalmente encontramos una solución cuando simplemente nos alejamos del problema y volvemos a él luego. ¿Alguna vez has perdido en un video juego? Seguro que retrocediste y volviste un poco más tarde al juego y lo intentaste una vez más, después de un tiempo llegaste al objetivo y probaste la deliciosa victoria.

Después, te preguntaste: “¿Por qué no podría obtener esto la primera vez?” Se debe a un efecto cerebral llamado [efecto de incubación](#), parte de las 5 etapas propuestas de creatividad:

- 1 Preparación
- 2 Incubación
- 3 Intimidad
- 4 Iluminación o idea
- 5 Verificación



El problema con estas etapas es que lo usas para romper el bloqueo creativo (Incubación) es algo misterioso y vago; sabemos que tomar un descanso es parte de esto, pero ¿qué más hay? Una cosa es segura: definitivamente funciona. Se han realizado alrededor de ~ 50 estudios separados sobre Incubación + creatividad, y más de 3/4 de ellos han encontrado un efecto importante (otros encontraron efectos más pequeños sobre la creatividad o ningún efecto, pero eso es de esperar).

Además, [este estudio](#) ha revelado que cuando la gente es interrumpida mientras hace una tarea creativa, es mucho más probable que produzcan ideas creativas cuando reanuden la tarea si se les dice que deberán volver a hacerlo.

Lo que esto significa es: *Aquellos quienes son interrumpidos durante la tarea creativa y no se les dice que tienen que volver a hacerlo otra vez son incapaces de producir ideas*



creativas. Por el contrario, aquellos a quienes se les dijo que volvieran a la tarea, tuvieron más ideas creativas.

Los investigadores concluyeron que quizás los descansos programados permiten a las personas trabajar inconscientemente en las tareas, trayendo el momento “¡Aja!” que todos conocemos y amamos, que habitualmente viene de la nada. Eso

significa que vencer el bloqueo mental es mucho más que un descanso aleatorio, y que la gente creativa puede beneficiarse de tener descansos planeados dónde están motivados y saben que abordarán el problema otra vez.



Para maximizar la efectividad de tus procesos de incubación y estimular más momentos “¡Aja!”, intenta no fatigarte mentalmente tomando descansos creativos planeados para dejar que tu inconsciente trabaje en el problema que lo ha dejado perplejo.

### *Creatividad en grupos: Por qué no funciona la lluvia de ideas*

Inesperado, ¿verdad? Los investigadores descubrieron que las personas en grupos de lluvia de ideas producen menos ideas y de menor calidad que cuando trabajan solos.



Aquí explicamos por qué los investigadores creen que esto sucede:

- ★ **La holgazanería social:** la investigación en el área de la "holgazanería social" muestra que cuando las personas están en grupos, es menos probable que se comprometan totalmente porque otros pueden hacerse con el mérito.
- ★ **Bloqueo de producción:** Cuando otras personas hablan, el resto del grupo de lluvia de ideas tiene que esperar. Esto hace que algunas personas pierdan el enfoque de sus ideas, puedan disuadirse de mencionarlas, o simplemente olvidar algunas de las ideas que acaban de desarrollar.

- ★ **Aprehensión a la evaluación:** En pocas palabras, aunque muchos grupos de lluvia de ideas intentan excluir la evaluación hasta más tarde, los contribuyentes saben que otras personas están juzgando sus ideas cuando las dicen. Cuando estás solo, tiene más tiempo para construir una idea antes de presentarla a nadie.



*Dado que no todo el trabajo creativo se puede hacer solo, es necesario algún tipo de colaboración para asegurarse de que no se pierdan ideas y para garantizar que todo el grupo se sienta involucrado en poner las ideas en práctica.*

¿Cómo funciona? Primero, sigue las reglas más antiguas de la escritura mental, las cuales incluyen las siguientes:



- ➡ No critiques.
- ➡ Céntrate en la cantidad.
- ➡ Combina y mejora las ideas producidas por otros.
- ➡ Escribe cualquier idea que se te venga a la cabeza, no importa cuán loca sea.
- ➡ Nosotros creemos en Ti! 😊

## Analiza y elije la mejor idea de negocio

Comenzar un emprendimiento social será difícil. Puede ser extremadamente gratificante, pero primero será difícil. La única forma de que puedas avanzar y hacer que tu iniciativa sea exitosa atravesando las partes difíciles y largas horas de trabajo, es si te apasiona lo que estás haciendo. Sigue tus sueños y usa tu conocimiento. Tu pasión y conocimiento son los mejores lugares para comenzar a elegir tu nuevo negocio. Acepta el desafío y sigue las instrucciones de vida de pirata :)



### La iniciativa Empresarial

Cumplir con vuestras necesidades sociales y culturales precisa de una empresa fuerte, sostenible. Para construir un negocio exitoso, sostenible, las necesidades iniciales deben ser factibles y creativas. Algunas personas pueden tener una idea genial para una empresa antes incluso de empezar, otros pueden necesitar algún tiempo para generar uno que les convenga. Esta sección ayudará a entender cómo generar y evaluar una iniciativa empresarial.



### 1. ¿Por qué es importante una iniciativa empresarial?

Una idea empresarial es un concepto que puede resultar en beneficio financiero y puede ser también un producto o servicio que sea intercambiado por dinero. Si el propósito de empresa es conseguir un objetivo social y además ser creativo y cultural, puede que te preguntes por qué la idea empresarial es importante.

De hecho, la idea de negocio es la base de todo emprendimiento, podría decirse que es aún más importante que la misión social, ya que el emprendimiento social es, ante todo, un negocio. Es la idea de negocio lo que diferencia un emprendimiento social de una organización benéfica. Tener una fuente de ingresos de actividades comerciales le permite al emprendimiento creativo y cultural seguir su propia agenda, independientemente y sin interferencia del gobierno local, regional o nacional ni de ninguna otra organización que desee dictar la dirección y la misión.



### 2. Generando ideas

Generar las ideas es el primer obstáculo al empezar tu propia empresa, por tanto aquí sugerimos algunos métodos para ayudar a conseguirlo:

- ★ **Familia** – A menudo los emprendedores pueden encontrar inspiración en su propia familia. Emplea algún tiempo hablando con tu familia, preguntándoles y observa qué pasa.
- ★ **Amigos** – Igualmente, tus amigos pueden ser un recurso tan valioso como la familia.
- ★ **¿Qué te molesta?** – Probablemente ha habido muchas veces que te ha molestado un producto o servicio. Piénsalo y te preguntate por qué te molestó, entonces haz una lluvia de ideas que te ayuden a arreglarlo o mejorarlo.
- ★ **Aficiones** – ¿Qué aficiones o intereses tienes? ¿Podría uno de estos ser algo con los que podrías ganar dinero y convertirlo en un negocio?
- ★ **Viajar** – Viajar te dará una mejor perspectiva del mundo y te hará crecer como persona. Podrías ver algo que tal vez funcione en tu región o país, o podrías conocer alguien con quien podrías asociarte.
- ★ **Mantén tus ojos abiertos** – En cambio, precisamente siendo más consciente de tu entorno local te puede dar la inspiración que necesitas, incluso puede ser que se encuentre justo frente a ti.

- ★ **Examina productos y servicios que ya existen**– La innovación viene de desarrollar productos a diario. Mira a tu alrededor y pregúntate ¿Cómo podría mejorarlo?
- ★ **Duerme con ello**–A menudo somos más creativos cuando estamos durmiendo. Cuando despiertas por la mañana, escribe lo que recuerdes.
- ★ **Búsqueda en internet** – Hay una cantidad ingente de conocimiento al alcance de tu mano, ¡úsalo!

¿Lo intentamos? ¡Coge un lápiz y empieza a visualizar!

- 1 Escribe tus ideas de negocios, pueden ser tan extravagantes como desees.
- 2 Investiga si este tipo de negocio se ha realizado antes o, si nadie lo ha hecho antes, si la idea es posible.
- 3 Identifica los aspectos positivos de esta idea (¿es realmente útil/mejorará la vida de las personas?) O algo que podría hacer para mejorar el producto / negocio existente.
- 4 Escribe las desventajas de esta idea (¿es demasiado cara? ¿Existe la tecnología?)

Ideas	Has the idea been done before? (Y/N)	Advantages or positive impact of this idea	Disadvantages or negative impact of this idea



### 3. Evaluando la Idea Empresarial

Una vez que tengas la idea de negocio, es importante revisarla con más detalle y asegurarte de que sea viable.

**Viabilidad** se refiere al potencial de una empresa para sobrevivir y mantener ganancias durante un período prolongado de tiempo. Para que una empresa sobreviva, debe generar ganancias año tras año. Cuanto más tiempo una empresa pueda seguir siendo rentable, mejor será su viabilidad.

Hay tres preguntas que te puedes hacer para evaluar cuán viable es una idea:

- ➡ ¿Qué problema estas intentando resolver? / ¿Cuál es el sentido de tu producto / servicio?
- ➡ ¿Qué es lo distintivo o nuevo de tu producto o servicio? / ¿Hay alguna competencia de alguien que ya esté haciendo esto? Si es así, ¿es tu enfoque diferente? No, ¿por qué no?
- ➡ ¿Quién pagará por lo que haces? / ¿Hay un mercado para lo que estás ofreciendo?



Es importante asegurarse de que la idea de negocio que respalda una empresa creativa y cultural sea viable y sostenible. Una persona creativa y cultural no podrá alcanzar sus ambiciones creativas, culturales y sociales si no puede mantenerse económicamente, es por eso por lo que la idea de negocio es esencial para el éxito de un emprendimiento social.



### 4. La Misión Social

Lo que diferencia un emprendimiento creativo y cultural de un negocio normal es su misión social y su enfoque cultural y creativo. Te ayudaremos a comprender qué es una misión social y cómo un emprendimiento social debe tratar de abordarla. También discutiremos cómo gestionar las relaciones, en particular con sus beneficiarios y socios.

Hay una serie de diferentes problemas sociales que enfrentan las personas en todo el mundo, aquí hay algunos ejemplos de lo que queremos decir cuando nos referimos a los problemas sociales:



- 👏 Gran cantidad de **refugiados** y **inmigrantes**.
- 👏 Altos niveles de paro juvenil.
- 👏 Envejecimiento poblacional.
- 👏 Altos niveles de gente sin hogar.

Los problemas identificados anteriormente son problemas generales que afectan a muchos lugares del mundo, sin embargo, puede haber problemas sociales que hayas notado en tu área local en particular. A diferencia de la idea de negocio, la mayoría de los emprendedores sociales no "seleccionan" un problema social, eligen uno con el que han experimentado o con el que han interactuado.

El problema social es el impulsor clave del emprendimiento social, es por eso por lo que existe y sus operaciones deben estar dirigidas a abordar el problema social tanto como sea posible.



Al identificar un problema social, debes considerar si su solución está abordando la causa raíz o si es simplemente un síntoma de un problema más amplio. Por ejemplo, si tu empresa social estaba brindando capacitación en habilidades a personas sin hogar y personas que no tenían hogar para ayudarlos a encontrar empleo, aunque no ayuda a las personas a escapar del ciclo de la falta de hogar, no evita que las personas se queden sin hogar en primer lugar.

Sin embargo, para algunos problemas, sería muy difícil abordar la causa raíz. Por ejemplo, la situación de refugiados y migrantes ha sido provocada por eventos geopolíticos que es poco probable que puedas resolver. Sin embargo, sigue siendo un problema que el emprendimiento social puede ayudar a aliviar.



*La clave es abordar la causa inicial siempre que sea posible, pero de no ser posible al menos tener un impacto positivo se dónde pueda.*

Social Issue	Business
Homelessness	Tour Guiding Business
Youth Unemployment	Café/Restaurant
Refugees and Migrants	Grocery Store
Disabled Adults	Magazine/Newspaper
Vulnerable Elderly People	Upcycling Shop
Indigenous Populations	Art Gallery

## Desarrollando la Idea Empresarial

Una vez que tengas una idea de negocio creativa y una misión social, debes desarrollar tu idea y convertirla en algo real. Para hacer esto, tienes que comprender el valor de lo que estás creando.

Las empresas sociales confían en el triple resultado para evaluar el valor que han creado y el impacto que han tenido. Este último factor es lo que la diferencia de las empresas normales.

Además, para comprender los pasos prácticos que tienes que seguir para crear tu negocio, debes definir tu visión, tu misión y establecer objetivos.



### 1. Creando Beneficio de la línea de triple resultado

**LA LÍNEA DE TRIPLE RESULTADO** es la creencia de que las empresas deberían centrarse en tres resultados diferentes:

- ★ El primero es el beneficio - la medida tradicional de la cuenta de pérdidas y ganancias de cualquier empresa.
- ★ El segundo es las personas – una medida de cuán socialmente responsable ha sido una empresa en sus operaciones.
- ★ El tercero y final es planeta – cuán ambientalmente responsable ha sido una organización.



Si ya tienes una idea de negocio y has identificado una misión social; ahora debes considerar cómo combinarás ambas cosas para crear tu empresa social para generar ganancias de la LÍNEA CON TRIPLE RESULTADO.

Aquí hay algunos marcos exitosos que han sido utilizados por c / c-es antes:

- ✓ **Compensación cruzada** - Un grupo de clientes paga por el servicio. Los beneficios de este grupo se utilizan para subsidiar el servicio de otro grupo desatendido.
- ✓ **Tarifa por Servicio** - Los beneficiarios pagan directamente por el bien o los servicios proporcionados por el c / c-e.
- ✓ **Empleo y capacitación de Habilidades** - El objetivo principal es proporcionar salarios dignos, desarrollo de habilidades y capacitación laboral a los beneficiarios (los empleados).
- ✓ **Intermediario de mercado** - El c / c-e actúa como intermediario o distribuidor de un mercado ampliado. Los beneficiarios son los proveedores del producto y / o servicio que se distribuye a un mercado internacional.
- ✓ **Conector de mercado** - El c / c-e facilita las relaciones comerciales entre los beneficiarios y los nuevos mercados.
- ✓ **Soporte independiente** - El c / c-e entrega un producto o servicio a un mercado externo que está separado del beneficiario y el impacto social generado. Los fondos se utilizan para apoyar programas sociales para el beneficiario.
- ✓ **Cooperativa** - Un negocio con fines de lucro o sin fines de lucro que es propiedad de sus miembros que también usan sus servicios, proporcionando prácticamente cualquier tipo de bienes o servicios. Sin embargo, no hay nada que le impida combinar uno o más de estos marcos o crear uno nuevo, c / c-e se basa en la innovación.



## 2. Análisis DAFO

Descubre qué funciona bien y qué no. Pregúntate a dónde quieres ir, cómo podrías llegar allí y qué podría interponerse en tu camino. Estos son grandes problemas, y necesitarás una técnica poderosa pero simple para ayudarte: **Análisis DAFO**.

Descifremos y echemos un vistazo más de cerca al Análisis FODA/DAFO.

FODA significa **Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas**, por lo que un Análisis FODA es una técnica para evaluar estos cuatro aspectos de su negocio.



Puedes utilizar el análisis FODA para aprovechar al máximo lo que tienes, para la mejor ventaja de tu organización. Y puedes reducir las posibilidades de fallo, entendiendo lo que le falta y eliminando los riesgos que de otra manera te sorprenderían.

Mejor aún, puedes comenzar a diseñar una estrategia que te distinga de tus **competidores**, y así competir con éxito en tu mercado.

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Things the company does really well</li> <li>• Qualities and characteristics which give you an advantage over the competition</li> <li>• Internal resources such as dedicated and knowledgeable staff</li> <li>• Assets such as capital, intellectual property, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Things the company lacks</li> <li>• Things the competition does better</li> <li>• Limited resources</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untapped or underserved markets</li> <li>• Few competitors</li> <li>• Growing demand for your products or services</li> <li>• Positive press/media coverage</li> <li>• Goodwill amongst target audience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• New competition</li> <li>• New industry and/or regulatory standards</li> <li>• Negative press/media coverage</li> <li>• Lack of goodwill</li> </ul>

Utilice las técnicas de **lluvia de ideas** para crear una lista de ideas sobre la situación actual de su organización. Cada vez que identifique una Fuerza, Debilidad, Oportunidad o Amenaza, escribala en la parte correspondiente de la cuadrícula.

Para aclarar a qué sección pertenece una idea, puede ser útil pensar en Fortalezas y Debilidades como **factores internos**, es decir, que ver con la organización, sus activos, procesos y personas. Piense en las oportunidades y las amenazas como **factores externos**, derivados de su mercado, su competencia y la economía en general.



## 3. Visión, Misión y Objetivos

Al igual que las empresas normales, las empresas sociales también necesitan planificación. Debes comprender lo que deseas lograr a través de la empresa social, y luego descubrir cómo llegarás allí y qué pasos prácticos debes seguir para llegar allí.

Para hacer esto, y crear un plan que puedas seguir, aquí hay tres cosas que debes considerar, tu visión, misión y objetivos.

★ **Tu visión** – Tu visión es el gran resultado de su empresa social, esto no tiene que ser tan específico, sino que describe tus ambiciones. O pensando en el futuro, ¿Cómo o por qué el mundo será diferente debido a lo que tu negocio logra?

★ **Tu misión** – Tu misión debería ser más específica, ¿qué estás tratando de lograr realmente?

★ **Tus objetivos** – Tus objetivos son los pasos prácticos que debes seguir para lograr tu misión y cumplir tu visión. ¿Qué acciones que debes tomar y en qué plazo?



Los objetivos son parte de cada aspecto de los negocios / la vida y proporcionan un sentido de dirección, motivación, un enfoque claro y aclaran la importancia. Al establecer metas para ti mismo, te estás proporcionando un objetivo para apuntar.

Un objetivo SMART (por sus siglas en inglés) se utiliza para ayudar a establecer el objetivo. Es un acrónimo que significa apuntar a lo **específico, medible, alcanzable, pertinente y oportuno**.



➡ **ESPECÍFICO** - Los objetivos específicos tienen una probabilidad significativamente mayor de alcanzarse.

Por ejemplo, un objetivo general sería "*Quiero tocar música*". Un objetivo más específico sería "*Quiero dar clases de música en mi centro comunitario local en un año para difundir música entre la población local*".

➡ **MEDIBLE** - una meta debe tener criterios para medir el progreso. Si no hay criterios, no podrá determinar su progreso y si va en camino para alcanzar su objetivo. Para conseguir su meta.

Por ejemplo, basándose en el objetivo específico anterior: "*Daré clases de música en mi centro comunitario local durante el verano para difundir música entre la generación local más joven. Cada semana tendré tres lecciones*".

➡ **ALCANZABLE** - Un objetivo debe ser alcanzable y realizable. Esto te ayudará a descubrir formas de alcanzar ese objetivo y trabajar para alcanzarlo. La posibilidad de alcanzar el objetivo debe extenderse para hacerte sentir desafiado, pero definido lo suficientemente bien como para que puedas lograrlo.

➡ **PERTINENTE**- un objetivo debe ser realista, ya que el objetivo puede lograrse de manera realista con los recursos y el tiempo disponibles. Es probable que sea realista si crees que se puede lograr.

➡ **OPORTUNO** - un objetivo debe estar limitado en el tiempo ya que tiene una fecha de inicio y finalización. Si el objetivo no tiene limitaciones de tiempo, no habrá sentido de urgencia y motivación para lograr el objetivo.

Por ejemplo, basándonos en el objetivo específico anterior: "*Daré clases de música en mi centro comunitario local durante el verano para difundir música entre la generación local más joven. Cada semana tendré tres lecciones. La primera clase tendrá lugar el 1 de junio de 2020*".



Poder comunicar tu Visión y Misión es particularmente importante cuando interactúas con los clientes y la audiencia potencial. También te ayudará si intentas conseguir socios a bordo, no puedes esperar que estén dispuestos a involucrarse si no puedes describir con precisión lo que estás tratando de lograr.

## Encuentra tu grupo objetivo / audiencia

Uno de los mayores errores que puedes cometer al comenzar tu propio negocio es tratar de atraer a todos. En lugar de tratar de tener éxito mediante la comercialización para todos, define tu público objetivo. Encontrar tu público objetivo requiere que te pongas en su lugar.

¿Estás listo? Entonces, sigue unos pasos verdaderamente simples que te permitirán apuntar al público correcto y tener más éxito de lo que jamás hayas imaginado.



### 1. Entender tu audiencia objetiva

Pensar en tu audiencia como una sola, una gran sala llena de gente no es particularmente perspicaz. En cambio, debes pensar en las personas dentro de esa habitación.

Puedes hacer esto inventando "personas" cuando pienses en los clientes. Estos serán simplemente los personajes de ficción que mejor representen tu mercado objetivo.

Nombre: *Mary Dura*

Edad: 23

Estado civil: *Soltera.*

Niños – *No*

Educación: *Colegiada*

Ocupación – *voluntaria en una ONG local*

Posición: *parada*

Dónde vive: *en una casa compartida en las afueras de la ciudad*

Gustos: *viajar, festivales de música y Banksy*

Aversiones: *empresas y restaurantes de comida rápida*

Qué necesita – *empleo en el campo de educación y cultura*

Posibles redes sociales usadas–*Facebook & Twitter*



Por supuesto, podemos explorar mucho más profundo que en el ejemplo anterior y agregar algunas personas adicionales a nuestro plan de marketing, pero al personalizar la audiencia, debes comenzar a tener una idea de las personas individuales que entrarán en contacto con tu empresa social.



### 2. Redes & Sondeo

Tienes amigos en las redes sociales, tus amigos tienen amigos que también tienen amigos ... comunícate con tus redes y pídeles que inviten a sus amigos a que les guste tu página. [La información de la página de Facebook](#) o [Google analytics](#) te brindarán una excelente visión de las redes que tienes, ve cómo puedes extraer la información y usarla para tu propio bien.

También es posible que debas ponerte un poco astuto y descubrir qué hacen tus competidores, con quién hablan, cómo les hablan y qué puedes hacer de manera diferente.



### 3. Marca la diferencia en sus vidas

Sé claro sobre lo que estás poniendo sobre a la mesa. ¿Por qué un cliente potencial vendría a ti en lugar de ir a tu competencia? ¿Son productos y servicios de calidad superior, hay un nicho que has descubierto, tienes cosas adicionales que ofreces que tus competidores no tienen?

Si viste una **brecha en el mercado** y eres esa persona que lo abordará , adapta tus mensajes para que esto quede claro. No caigas en la trampa de no tener nada nuevo o único porque no podrá competir con las empresas ya establecidas.



#### 4. Contenido

Haz que tu contenido sea relevante para el cliente. Deja que responda sus preguntas en lugar de proporcionar información genérica que no agregue valor. Conocer su formación académica y profesional, aunque es bueno saberlo, no ayudará a facilitarle la vida.

Controla lo que publica para ver qué le gusta a la gente y qué no. Hay muchas herramientas online que puedes utilizar para hacer esto, como Google Analytics. Una vez que sepas lo que a la gente le gusta leer o ver, puede adaptar sus publicaciones futuras de manera adecuada.



#### 5. Encuestas

No asumas que sabes lo que la gente quiere. Aprende de ellos, involúcrales en el proceso, genere conversaciones que lo conducirán a grandes ideas que utilizará para hacer que su presencia en línea sea más fuerte y relevante.

También puede usar herramientas como [clickinsights](#), [survey monkey](#). Puedes programar correos electrónicos para que se envíen a sus suscriptores cada dos meses o trimestralmente, haciendo preguntas directas, como por ejemplo si les gustaría obtener más información o qué áreas les gustaría abordar.



#### 6. Engancha a tus seguidores

Una cosa que hace que las personas se den de baja es la falta de compromiso con el propietario de la página en redes sociales. Asegúrese de vigilar de cerca sus páginas y responder a consultas o comentarios.

Sí, incluso los comentarios hirientes o malos.

Participar en grupos relevantes; puedes elegir mucho interactuando con los diferentes públicos, te dará una mejor comprensión de lo que realmente quieren. Haga miniencuestas sobre cosas interesantes, incluso si no están relacionadas con su negocio. La idea es mantener a las personas comprometidas con sus páginas.



#### 7. Estate atento

Si te has tomado el tiempo de conocer a su audiencia y estás listo para crear un buen contenido que hará que las personas interactúen con sus páginas de redes sociales; recuerda crear contenido que se centre en sus necesidades e intereses. Prepárate una lista de preguntas frecuentes que haya generado en redes sociales y correos electrónicos. Dígalos cómo su iniciativa los ayudará a ocuparse de lo que les preocupa; quieren que se les diga cómo el producto les facilitará la vida, no qué lo buenas que son las características del producto.

Finalmente, animalos a "*lanzarse a la acción*", por ejemplo, 'suscríbese a nuestro canal de YouTube' o 'síguenos en Instagram'.

De esta manera, podrá construir su comunidad de redes sociales([social media community](#)) y tener más personas involucradas con sus páginas.



## Crea tu plan de negocios

“Los planes no valen nada, pero la planificación es todo.”

*Dwight D. Eisenhower*

Teniendo en consideración la declaración de general de ejército americano como un buen consejo, vamos a desarrollar juntos una planificación de éxito para el futuro del emprendimiento social y cultural.



Nos gustaría ofrecerte el boceto de un plan empresarial; una guía para encontrar, planificar y diseñar un plan empresarial adecuado para el ámbito social y cultural.

Las secciones de abajo son como un mapa de carreras para el diseño del plan. La mayoría de planes empresariales que se incluyen en cada una de estas secciones, varían en función de la longitud y detalle según la naturaleza de la empresa, la complejidad de la organización, su propósito y audiencia para el plan.

### **Resumen ejecutivo**

El Resumen Ejecutivo proporciona la información más importante para lectores que necesitan comprender el concepto, pero no necesariamente conocen los planes detallados.

- Descripción organizacional
- Concepto empresarial
- Descripción de mercado
- Propuesta de valor o ventaja competitiva
- Factores claves del éxito
- Aspectos financieros destacados y requisitos de capital

### **Misión**

Cualquier plan de emprendimiento social y cultural debe indicar claramente su misión, visión y el valor de la propuesta.

La adaptación a la misión es una cuestión crucial.

- Misión de la organización y/o declaración de visión
- Relación de empresa social a misión organizacional, o misión separada para la empresa



### **Antecedentes y estructura**

Esta sección debe contemplar el histórico de cómo se creó la organización, sus programas y cómo la organización se ajustaría a una empresa más grande. El plan debe seguir la función y la estructura legal de la organización y además tiene apoyar el propósito y las actividades de la empresa.

- Descripción breve, incluyendo contexto y programas
- Estructura comercial
- Estructura legal y gobernanza (juntas, comités de asesores, informes)

### **Personal**

Las personas involucradas son muy importantes, especialmente para inversores y donantes.

- Personal clave
- Asesores
- Socios y asociados
- Organigrama
- Plan de recursos humanos a futuro



### **Análisis de mercado**

Análisis de mercado es el corazón del plan empresarial y con demasiada frecuencia no se explora lo suficiente cuando se planifica una empresa social. Es necesaria una buena investigación para comprender a los clientes objetivo y cómo la empresa satisfará la demanda en el mercado.

- Resumen de situación **de mercado actual**
- Mercado objetivo y clientes
- Características del cliente**



### **Análisis competitivo**

Esta sección describe los competidores, tanto sin fines de lucro como con fines de lucro, y la propuesta de valor, o ventaja de mercado del negocio previsto.

- Competidores principales**
- Productos y/o servicios competitivos
- Riesgos y oportunidades en mercado
- Descripción específica del valor de la ventaja competitiva de producto o servicio propuesto



### **Servicios y productos**

Es un resumen del producto o servicio que satisfará la demanda en el mercado. No necesita incluir descripciones detalladas, listas de precios u otros materiales.

- Descripción de servicios / productos
- Posicionamiento de esos servicios / productos
- Productos de servicios futuros



### **Marketing y ventas**

Esta sección describirá cómo la organización logrará el mercado de objetivo y convertirá esas perspectivas en clientes que pagan.

- Estrategia de marketing**
- Táctica de ventas**
- Publicidad, relaciones públicas y promociones
- Resumen de la previsión de ventas



### **Operaciones**

Esta es la sección del "cómo se hace", en ella se describe el proceso de creación y entrega del servicio o producto del negocio.

- Estructura de administración
- Plantilla y personal clave
- Servicio al cliente/ estrategia y plan de soporte
- Las instalaciones requeridas, incluyendo mejoras de equipamiento especializado.



### **Evaluación**

La mayoría de las empresas con fines de lucro miden su éxito por los resultados financieros. Las empresas sociales buscan **un triple resultado final**.

Esta sección describe los factores que se evaluarán para catalogar el éxito de cada aspecto de la empresa

- Objetivos financieros cuantificables
- Los objetivos dentro de su misión que sean cuantificables
- Estrategia de seguimiento y de evaluación**





### Plan financiero y previsiones

La sección financiera incluye **previsiones de gastos** y de ingresos para al menos tres años.

Esta sección detalla el precio de puesta en marcha; el coste de equipamiento, inventario, comercialización inicial y la dotación de personal. Estos pueden financiarse con contribuciones de organizaciones sin fines de lucro, subvenciones para la empresa, etc.



- Coste de la puesta en marcha e inversiones en equipos / tecnología
- Requisitos de capital y fuentes
- **Previsiones** de gastos y de ingresos
- **Resumen** del flujo de caja
- Supuestos financieros



### Riesgos

Detalle riesgos los importantes y cómo serían mitigados. Siempre hemos de mostrar soluciones posibles para el apaliar los posibles riesgos.

- Riesgo externo
- Riesgo interno



## Vende tu idea

A menudo no es bastante para tener una visión buena o idea, tenemos que llevar a cabo muchos otros pasos y evaluaciones necesarias para convertirlos en un éxito medible. Actualmente hay una abrumadora abundancia informativa, la atención de las personas no puede centrarse en toda su variedad, sino que la mente de las personas actúa de manera selectiva para proteger a la persona de esa sobrecarga informativa.

Esta priorización ocurre a menudo conscientemente pero con el tiempo se vuelve subconsciente, y por lo tanto, es una evidencia que todo emprendedor debe enfrentar: solo hay una cantidad limitada de personas que podrían estar interesadas en tu oferta dependiendo de su estado social actual, estado emocional u otra coyuntura.



Una de las primeras cosas que debe hacer un emprendedor a la hora de convertir ideas en acciones es comprender el grupo objetivo que se verán afectados por tu idea y los grupos objetivo que colaborarían para realizarla posible.

Esto implica estudiar el entorno social, las necesidades de los posibles beneficiarios y los clientes / socios o donantes. Tienes que recordar que cada idea o empresa ha de resolver problemas y que hay que preguntarse constantemente qué problema hay para tu empresa a la dirección adecuada. Para los emprendedores sociales, el éxito se mide en primer lugar por el efecto social que crea la empresa.



Te recomendamos encarecidamente que empieces a investigar tu campo de trabajo. Habla con expertos de que conozcas personalmente o a través de redes profesionales, lee artículos y ponte al día con las últimas noticias de la industria. La viabilidad de tu idea depende de su unicidad, novedad y conveniencia de la misma.

Tendrás que tener respuestas para las cuestiones siguientes:

- ⇒ ¿Alguien ya implementó mi idea? ¿Si no fueron exitosos, es mi versión mejor?
- ⇒ ¿Qué otras soluciones similares o complementarias hay? ¿Cómo es de grande mi audiencia objetivo?
- ⇒ ¿Me siento satisfecho trabajando sobre esta causa?



Además de estudiar tu idea y objetivos clave, debes estar preparado con conocimientos sobre el tema a fin de estar en condiciones de presentar la idea de una manera atractiva a tus clientes potenciales. Esta parte es vital y descuidarla puede resultar en que tus buenas ideas sean subestimadas o pasadas por alto.

Por lo tanto, hay una serie de técnicas que tienes que dominar para poder presentar mejor tus ideas, una de ellas es el "Pitching" (tu discurso de ventas)



### Pitching

Encontrar buenas ideas es bastante difícil, pero convencer a otros de que hagan algo con ellas es aún más difícil. La tarea de presentar una idea a alguien para convencerle de hacer algo con ella se llama "Pitch". Pueden ser funciones de software, estrategias de implementación, guiones de películas, cambios organizacionales, ideas de negocios.



- ✓ **El tiempo es crítico**  
Cuanto más corto sea tu *Pitch*, mejor. Una idea brillante no significa nada a menos que pueda atraer la atención unos momentos. Cuanto más conciso puedas ser, más efectivo serás.
- ✓ **Convierte tu idea en un cuento**  
La narración de cuento es una manera científicamente probada para capturar la atención de un oyente y mantenerlo cautivado. Además, puede hacer tu *Pitch* inolvidable.
- ✓ **Explica claramente cuál es tu producto**  
Enseña a tus posibles inversores una imagen de tu producto o entrégales una muestra.
- ✓ **Explica exactamente por qué es único**
- ✓ **Explica exactamente quién es tu público objetivo**  
Usa gráficas demográficas y psicográficas para identificar a tus clientes. Explica a los inversores el perfil de un cliente tipo y aporta datos relevantes sobre sus características más relevantes
- ✓ **Se entusiasta**  
Una técnica buena para mantener el nivel de atención es para añadir aproximadamente 50% más energía del que sueles tener habitualmente. El entusiasmo nunca le quitará sofisticación, integridad o realismo, solo lo realzará.
- ✓ **Cuida tu aspecto**  
Puedes juzgar una persona por su aspecto. Eso puede ser injusto y puede que te moleste, pero es una tendencia natural en el ser humano.
- ✓ **Práctica la entonación**  
Sí, otra vez.
- ✓ **Prepárate para responder preguntas**

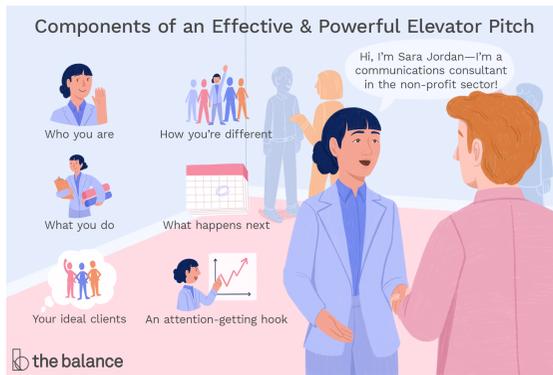




## Elevator pitch-Discurso de Ascensor

Es importante en el perfil de cualquier emprendedor, no solo su capacidad de presentar una idea o un producto, sino también poder hacer una buena presentación personal. Esto puede ser útil al establecer vínculos con posibles inversores o clientes. Básicamente, se trata de una presentación sobre ti mismo: quién eres, qué haces y qué quieres hacer (si estás buscando trabajo).

Así pues el 'Elevator pitch' es una forma de compartir tu experiencia y credenciales de manera rápida y efectiva a personas que no te conocen.



### ✓ Tu discurso de ascensor tendría que ser breve

Restringir el discurso a 30-60 segundos — es el tiempo para subir un ascensor, de ahí viene el nombre. No necesitas hablar de tu historia de trabajo entera. Tu presentación debe ser una breve recapitulación de quién eres y que haces.

### ✓ Tienes que ser persuasivo

Aunque sea corto, tu discurso tiene que despertar el interés del oyente sobre e tu idea, organización y antecedentes. Tu discurso de ascensor debe explicar quién eres y que cualidades y habilidades tienes.

### ✓ Práctica, práctica y práctica

La mejor manera de sentirse cómodo al dar un discurso de ascensor es practíquelos hasta que la velocidad y el "tono" lleguen naturalmente, sin sonar robótico.

### ✓ Se flexible

No te estás entrevistando para un puesto específico, así que tienes que parecer natural con mente abierta y flexible. Es tu oportunidad de causar una gran impresión con un potencial socio.

### ✓ Menciona tus objetivos

No tienes por qué ser demasiado específico. Un discurso demasiado concreto no podrá ser usado en otras ocasiones o tipo de gente. Simplemente habla de tus objetivos generales.

### ✓ Conoce a tu audiencia y habla con ellos

En algunos casos, el uso de la terminología técnica puede ser un poderoso porque demuestra tu conocimiento de la industria. Pero ten cuidado particularmente si estás hablando con alguien que pueda encontrar los términos técnicos desconocidos. Solo echa un vistazo a [este ejemplo](#)

### ✓ Ten una tarjeta de negocios lista

Si tienes una [tarjeta empresarial](#), dásela al final de la conversación para continuar el diálogo en el futuro. Si no, puedes darle tu número de teléfono y compartir vuestra información de contacto.



Mientras estés preparando tu discurso presta atención a estas características; son equivocaciones comunes, así que intenta evitarlas.

- ✗ No conectar con la audiencia.
- ✗ No centrarse en la idea.
- ✗ Presentaciones demasiado largas.
- ✗ Subestimar lo que realmente significa "breve o conciso".
- ✗ Mostrar demasiados detalles financieros.
- ✗ Hacer la competencia no sea importante.



## Creando tu punto de partida

El punto de partida siempre es una breve presentación, a menudo apoyada de un PowerPoint, Keynote o Prezi. Estos se usan para proporcionar a la audiencia una visión general y visual de su concepto o plan de negocios. Por lo general, se usan durante reuniones cara a cara o online con posibles inversores, clientes, socios y cofundadores.

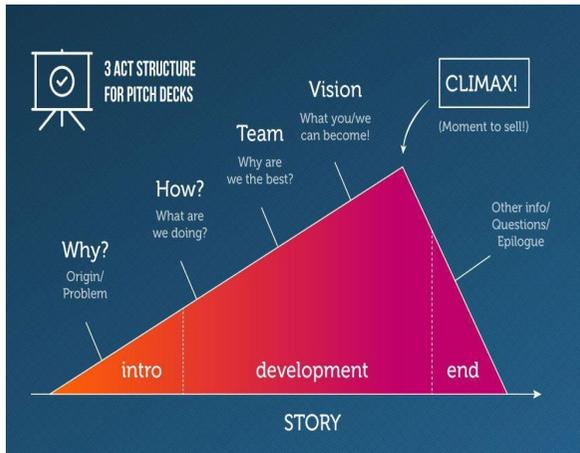
### El contenido de tu presentación debe de:

- 1 Contar una historia.
- 2 No tener diapositivas complicadas.
- 3 La duración idónea.

### La estructura de tu presentación:

- 1 Tendría que contener 10-15 diapositivas como máximo;
- 2 La conversación es más importante que tu soporte gráfico
- 3 Planifica tu tiempo consecuentemente, deja suficiente para cada diapositiva.

### El boceto de tu discurso



**Idea** (1 diapositiva);  
**Problema** (1-3 diapositivas);  
**Solución** (1-2 diapositivas);  
**Modelo empresarial** (1-2 diapositivas);  
**Competencia** (1 diapositiva);  
**Plan de Marketing** (1 diapositiva);  
**Equipo de trabajo** (1 diapositiva);  
**Futuro** (1 diapositiva);  
**Finanzas** (1-2 diapositiva).

## Implementa y crece

Probablemente sepas que para ayudar a que tu iniciativa crezca y prospere, es importante vigilar los aspectos claves de tu negocio. Las medidas de control son incuestionables cuándo una start-up compite consigo misma. Es el mejor de los desafíos por dos razones:

- ✓ En primer lugar, hacerlo mejor que el año anterior es una señal segura de crecimiento.
- ✓ En segundo lugar, la competitividad es el estímulo perfecto para la motivación.



Cuando pensamos en las medidas de control, las preguntas más elementales son por qué y el cómo. Te invitamos a que contestes estas preguntas antes de empezar.

### ➡ ¿Por qué tengo que establecer medidas de control?

Si no estás seguro qué vencer para mejorar, ¿contra qué estás compitiendo? Así pues, necesitas un punto de referencia para medir tu progreso. El índice de rendimiento al final de cada año es el mejor punto de referencia para el próximo año, considerando una start up en constante crecimiento.

### ➡ ¿Cómo debo medir?

Hay muchos ratios que funcionan como indicadores de progreso. Se pueden clasificar en la amplia categoría de **Indicadores clave de rendimiento**.





### Los Beneficios de Utilizar KPIs

Establecer y vigilar los KPIs te pueden ayudar a seguir la pista. Si los has configurado correctamente, reflejarán los elementos más importantes de tu negocio en ese momento.

Para cada una de las tareas en tu lista, puedes preguntarte cómo contribuirá a alcanzar uno de sus KPI para entonces priorizar en consecuencia. Así te aseguraras de dedicar la mayor parte de su tiempo a tareas que tendrán un impacto directo en algo que es realmente importante para su meta empresarial.



### Escoge los KPIs según tus Objetivos Estratégicos

Entonces, comenzaremos refiriéndonos a tu plan de negocio. Incluso el plan de negocios más informal debe tener una lista clara de objetivos estratégicos. Comienza con esta lista y en función de ella puedes desarrollar tus KPI para reflejar cada una de las áreas de mayor importancia.

La ONG británica de Educación Superior Jisc proporciona una [lista útil de preguntas](#) que tienes que hacerte mientras estableces los KPI.

Aquí hay una pequeña versión de la lista:

- ➡ ¿Qué preguntas esperas responder a través de tus KPI?
- ➡ ¿Estas preguntas se vinculan directamente con los objetivos estratégicos descritos en su plan estratégico?
- ➡ ¿Estás recopilando los datos necesarios para responder estas preguntas o te estas centrando simplemente en los datos que sabes que puedes recopilar fácilmente?
- ➡ ¿Estás recopilando datos innecesariamente?
- ➡ ¿Cómo y con qué frecuencia vas a vigilar el progreso de tus KPIs?



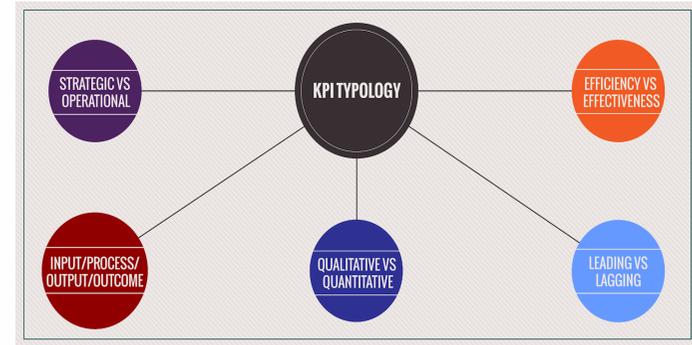
Puedes consultar el artículo anteriormente mencionado para obtener la lista completa de preguntas. Pero ten en cuenta que algunas de ellas son más ajustadas a instituciones más grandes así que puede ser que tengas personalizarlas para un modelo de emprendimiento creativo y cultural.



### Los diferentes tipos de KPIs

Entonces ¿qué tipos de KPI hay?

Pues en realidad, se puede medir todo lo que desee, pero las áreas serán diferentes para cada empresa.



#### ★ Cualitativo frente a cuantitativo

Es probablemente una de los enfoques más populares para definir KPIs. Por lo general, los KPIs que miden rasgos y percepciones personales se consideran cualitativos, mientras que el resto son cuantitativos.

#### ★ Principal frente a secundario

Esta tipología analiza las interdependencias entre los KPI. En este contexto, la distinción entre un KPI principal y uno secundario depende del contexto. "Principal" se refiere a aquellos KPI que pueden influir en el valor futuro, mientras que los "secundarios" incluyen KPIs que indican un rendimiento pasado.

#### ★ Eficacia frente efectividad

Estas categorías son útiles para comprender las dimensiones importantes de un proceso. La efectividad analiza si se generaron los resultados deseados, mientras que la eficiencia indica el grado en que el tiempo, el esfuerzo o el costo se utilizan para los resultados deseados.

#### ★ Entrada-proceso -salida-resultado

La implementación de un análisis de flujo de valor para cada objetivo proporciona más información para medir el KPI. Se pueden identificar los KPI relevantes para cada una de las 4 etapas (entrada, proceso, salida y resultado). Este análisis de flujo de valor genera varios KPI que se pueden utilizar para vigilar el logro de cada objetivo.

### ★ **Estratégico frente a operacional**

Los KPI basados en el nivel organizacional son los que más impactan, siempre dependen en gran medida del contexto.

### ★ **Público vs interno**

El KPI público se anuncia para una audiencia amplia y el interno se comparte solo dentro de la organización, En la práctica, reconocer la existencia de tipologías de KPIs proporciona información sobre cómo se comportan los KPIs en diferentes contextos y qué dimensiones se pueden medir para un mismo objetivo.



### **Software tools**

- 1 Asana
- 2 Dasheroo
- 3 Databox
- 4 Handy KPI
- 5 Inetsoft



## **Finanzas**

El desarrollo empresarial suena emocionante y divertido ¿no?



Ser propietario y dirigir tu propio negocio puede ser un sueño hecho realidad, pero tendrás que mantenerte siempre con los pies en la tierra si deseas tener éxito.

Al fin y al cabo, las empresas necesitan ganar dinero lo que significa que los empresarios deben saber cómo administrar sus finanzas y presupuesto de manera efectiva. No importa qué tipo de empresa dirijas, el control de tus finanzas te ayudará a evitar pérdidas y a hacer crecer su negocio más rápido.



### **Presupuesto y planificación empresarial**

Aquí tienes una serie de beneficios que tiene elaborar un presupuesto empresarial, entre ellos puede ser capaz de:

- Administrar vuestro dinero eficazmente
- Asignar recursos apropiados a tus proyectos
- Cumplir tus objetivos
- Mejorar la toma de decisiones
- Identificar problemas antes de que ocurran
- Poder planificar el futuro
- Mejorar la motivación de la plantilla



### **Diseño de un presupuesto**

Diseñar, controlar y dirigir un presupuesto es clave para el éxito empresarial. Te ayudará a asignar los recursos allí donde están más necesitados para que tu negocio siga siendo rentable y exitoso. No tiene por qué ser complicado. Simplemente se necesita calcular lo que es probable que se gane y gaste en el período presupuestario.

Empieza por hacerte estas preguntas:

- ➡ ¿Cuáles son las **ventas proyectadas** en el periodo presupuestario? Sé realista: si lo sobreestimas, te dará problemas en el futuro.
- ➡ ¿Cuáles son los **costes directos** de las ventas? es decir, los costes de materiales, componentes o subcontratistas para fabricar el producto o suministrar el servicio.
- ➡ ¿Cuáles son **costes fijos o gastos generales**?



Tienes que desglosar los **costes fijos** y los **gastos generales** por tipología.

Pro Forma Business Budget			
Expense Category	Planned Expense	Actual Expense	Variance
Building Rent / Lease	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipment Rent / Lease	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Product / Material</b>			
Coffee	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Marketing Expenses</b>			
Brochure	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Website	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Business Cards	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Advertising	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Administrative Expenses</b>			
Fax/Copies	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Postage	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Office Supplies	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Sales Expenses</b>			
Mileage	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Parking	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Operating Expenses</b>			
Utilities	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Insurance	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Tu negocio puede tener tipos diferentes de gastos y puedes necesitar dividir el presupuesto por departamento. No olvides añadir tu propio salario y una desgravación fiscal.

Cuando tengas diseñado el presupuesto, deberías aferrarte a él lo mejor posible, pero revisarlo de tanto en tanto.

Los negocios más exitosos a menudo tienen un presupuesto continuo, de modo que están continuamente presupuestando con un mínimo de un año por adelantado.

Decidir cuántos presupuestos depende de tu necesidad real. Muchos los negocios pequeños tienen un presupuesto operativo global que

establece cuánto dinero se necesita para administrar el próximo período, generalmente un año.

A medida que tu negocio crezca, es probable que tu presupuesto operativo total está compuesto por varios presupuestos individuales, como sus presupuestos de marketing o ventas.



## Lo que tu presupuesto tiene que incluir

### ★ Flujo de caja proyectado

El flujo de caja programa la cantidad mensual de dinero efectivo necesitada en el futuro. Presupuestar de esta manera es vital para las pequeñas empresas, ya que puede identificar cualquier dificultad que pueda tener. Debe revisarse al menos mensualmente.

### ★ Costes

Por lo general, una empresa tendrá tres clases de costes:

- ➡ **Costes fijos** – como el alquiler, salarios, costes financieros
- ➡ **Costes variables** incluyendo materias primas y pagas extra
- ➡ **Costes de capital unitarios** – por ejemplo, compras de equipamiento

Para hacer la previsión de los costes, puedes mirar en los registros del año pasado y hablar con los proveedores para obtener cotizaciones.

### ★ Ingresos

Los pronósticos de ventas o ingresos generalmente se basan en una combinación de tu historial de ventas y en previsión de ventas. Usando sus pronósticos de ventas y gastos, puedes preparar las ganancias proyectadas para los próximos 12 meses. Esto te permitirá analizar sus márgenes de beneficios y otros márgenes clave como el retorno de la inversión.





### El presupuesto como medida de rendimiento

Si basas el presupuesto en vuestro plan empresarial, podrás crear un plan de acción financiera. Esto te puede valer para varias funciones útiles, particularmente si revisas los presupuestos regularmente como parte tu ciclo de planificación anual.



El presupuesto:

- Es un indicador de los ingresos y de costes vinculado a cada una de vuestras actividades
- Es una manera de proporcionar información que sirva para tomar decisiones de administrativas de apoyo
- Es un medio de vigilar y controlando el negocio

### ★ Rendimiento comparativo

Cotejar el presupuesto año tras año puede ser una excelente manera de comparar el rendimiento del negocio. Puedes comparar las cifras proyectadas, por ejemplo, con años anteriores para medir el rendimiento.

También puedes comparar vuestras cifras para proyectadas y márgenes de crecimiento con aquellos de otras compañías en el mismo sector o de áreas diferentes de vuestro negocio.

### ★ Indicadores clave de rendimiento

Para aumentar el rendimiento empresarial tienes que entender y controlar los indicadores "clave" de tu empresa - un indicador es algo que tiene un gran impacto en tu empresa.

Los tres indicadores claves para la mayoría de los negocios son:

- ⇒ Ventas
- ⇒ Costes
- ⇒ Capital circulante



Cualquier tendencia en flujo de caja o la caída de la rentabilidad se mostrará en estas cifras cuando se compara con sus presupuestos y pronósticos. Pueden ayudarte a detectar problemas desde el principio si se calculan de manera consistente.



### Revisa el presupuesto regularmente

Para utilizar los presupuestos eficazmente, necesitarás revisar y revisarlos frecuentemente. Esto es particularmente cierto si tu negocio está creciendo y estás planeando aplicar a áreas nuevas.

El uso de presupuestos actualizados te permite ser flexible y también le permite administrar tu flujo de efectivo e identificar lo que debe lograrse en el próximo período presupuestario.

### ★ Los ingresos reales

Cada mes compara los ingresos reales con el presupuesto de ventas para:

- ⇒ Analizar las razones ante cualquier déficit
- ⇒ Estudiar las razones por las que hay una facturación particularmente alta
- ⇒ Comparar la facturación en función de la previsión de ingresos.
- ⇒ Analizando estas variaciones te ayudará a diseñar los futuros presupuestos con mayor exactitud y también tener tiempo para pasar a la acción allá donde más se dónde necesite



## ★ Gasto real

Es vital revisar regularmente el gasto real contra el presupuesto. Esto ayudará para pronosticar costes futuros con fiabilidad mejor.



Tienes que:

- ➡ mirar como los costes fijos difirieron de presupuesto;
- ➡ controlar que los costes variables están en línea con vuestro presupuesto - normalmente los costes variables;
- ➡ analizar las razones de los cambios en la relación entre costes y la facturación;
- ➡ analizar cualquiera diferencia en la previsión de gastos comprobando los plazos de pago a proveedores



### *Plantillas de presupuesto útil y herramientas de software*

- [Simple budget Worksheet template](#) es una plantilla sencilla para diseñar el presupuesto y flujo de dinero de caja.
- [Weekly budget Planner template](#) es una versión más detallada para emprendedores que ayudará a controlar los gastos semanalmente.
- [Plantilla de Presupuesto](#) es un paso adelante para aquellos empresarios que ya tienen un equipo y necesitan un presupuesto más detallado.
- [Plantilla de Presupuesto del proyecto](#) será una adición para planear y comprobar el presupuesto del proyecto y su eficiencia

- [Event Management Project Tracker Template](#) es una herramienta buena para seguir los gastos de un evento concreto y mostrarte todos los detalles del presupuesto.
- [Expense Tracker Orange Template](#) es un listado para comprobar los gastos empresariales, organizados por colores
- [Plantilla de Presupuesto personal](#) te ayudará a separar las finanzas empresariales de las personales y te mantendrá organizada ambas esferas.
- [Declaración de Flujo del dinero efectivo -la plantilla azul](#) es una plantilla empresarial formal, diseñada para seguir el flujo de dinero efectivo y finanzas
- [Plantilla de Informe financiero](#) está creada mayoritariamente para la declaración de impuestos y sin duda reducirá la tensión en primavera el periodo de impuestos.



- 1 YNAB
- 2 Personal capital
- 3 Quickbooks
- 4 Wave
- 5 Mint

## Educación no formal

Hace mucho tiempo desde que los formadores dependerían únicamente de la lectura para llevar a cabo las sesiones. Hoy en día, los formadores tienen que combinar una serie de instrumentos para atraer la atención de los participantes hacia el programa de formación y mantener la motivación hasta el mismo.

Los participantes también esperan sesiones innovadoras e interactivas en lugar de una conferencia monótona.

*Los juegos son uno de esos instrumentos que es cada vez más usado:*

- ★ Los juegos fortalecen la interacción entre el formador y los participantes, así como entre participantes.
- ★ Los juegos cortos como los 'rompehielos' ayudan a los participantes a abrirse al grupo con comodidad.
- ★ Los juegos se pueden usar para analizar las tendencias de comportamiento existentes (poder de comunicación, dinámicas de grupo, liderazgo) y para desarrollar nuevas habilidades (pensamiento analítico, negociación...)

Los juegos son muy útiles para sesiones o programas largos.



Los niveles de atención disminuyen durante un largo período de tiempo. Intercalar juegos proporciona movimiento y actividad física, por lo tanto, ayuda a reestablecer los niveles de energía y entusiasmo de los participantes.

Finalmente, los juegos se pueden usar para implementar conceptos recién aprendidos. Esto ayuda a los participantes a retener la temática a largo plazo y a entender el proceso de forma práctica para luego aplicarlo en su lugar de trabajo.



### «Masterpiece»

- ➡ **Objetivo:** Aprender a para trabajar en equipo. Después de introducción teórica, ayuda a consolidar el conocimiento sobre la temática.
- ➡ **Número de participantes:** 20-30.
- ➡ **Tiempo:** 30-60 minutos.
- ➡ **Materiales necesarios:** espacio amplio
- ➡ **Ejemplos:** Elevator pitch, Discurso sobre tu Startup, el grupo de objetivo, recaudación de fondos, Emprendimiento, etc.
- ➡ **Etapas:**

1. Este ejercicio está orientado a ayudar a los participantes a memorizar conocimientos sobre temas específicos. Tiene que llevarse a cabo después de que el formador explique el tema y los participantes lo hayan entendido.

2. Hacer subgrupos de 4-6.

3. Cada grupo de participantes recibe un concepto relacionado con el tema (por ejemplo: "Tipos de economía social" o "uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible").

Los conceptos son secretos para el resto de los grupos

4. Cada grupo tiene la tarea de describir los conceptos haciendo una escultura (o una forma) con sus cuerpos y quedarse quieto. Los grupos tienen 10 minutos para preparar sus esculturas.

5. Después todos los grupos vuelven a la sala principal habitación y cada grupo, uno por uno, presentando su escultura. Es importante que otros participantes no sepan el concepto y lo tengan adivinar.

6. Al final dar las soluciones y explicar los conceptos a los participantes.





## «Misión (IM)posible»

- ➡ **Objetivo:** Aprender para trabajar en equipo y aprender a solucionar problemas
- ➡ **Número de participantes:** 5-30.
- ➡ **Tiempo:** 60 minutos (depende del número de tareas)
- ➡ **Materiales:** móvil y acceso a internet
- ➡ **Etapas:**



1. Este ejercicio está orientado para ayudar a los participantes a solucionar problemas en grupo y para explorar la temática en sí;
2. Los participantes pueden dividirse en grupos pequeños;
3. Cada grupo de participantes recibe una lista común de tareas para trabajar;
4. Luego, todos los grupos se reúnen en la misma sala y cada grupo, uno por uno, presenta las tareas realizadas.
5. Al final los participantes comparten sus emociones

### Ejemplos :

- Haz una foto de grupo y publícala en el FB del grupo;
- Haz una pirámide humana;
- Aprende un baile tradicional;
- Dibuja el camino para llegar a la tienda / banco / oficina de correos...
- Ilustrar ERASMUS + y hacer una foto;
- Hazte una foto con 10 habitantes del municipio;
- Aprende a cómo se saluda en moldavo/italiano/alemán;
- Escribe un poema sobre el primer día;
- Haz fotos de lugares de negocios en el área, etc.



## «¿Resuélvelo!»

- ➡ **Objetivo:** Ayuda los participantes a desarrollar el pensamiento emprendedor aportando soluciones y adaptándolas.
- ➡ **Número de participantes:** 5- 20 participantes divididos en grupos más pequeños.
- ➡ **Tiempo:** 60 minutos.
- ➡ **Materiales:** pegatinas, bolígrafos, hojas de papel, rotuladores,
- ➡ **Etapas:** La tarea de cada grupo es seleccionar problemas que pueden encontrar las empresas y encontrar posibles soluciones.

1. Dividir el grupo en subgrupos de cuatro. Durante 10 minutos cada grupo tendría aportar ideas, pensar en situaciones difíciles, problemas, necesidades (relacionados el país, con la sociedad, la comunidad local etc.) que podrían ser solucionados con iniciativas empresariales(capitalista). Escribir las posibles ideas en un papel o poster.

2. Cada grupo tendría que escoger 3-4 ideas idóneas que podrían tener cabida dentro de una empresa social o un negocio con un componente social. Han de tener en cuenta estos criterios; recursos (tanto humanos como materiales) necesarios para resolver el problema / situación, el producto que imaginan, el cliente / usuario / del producto y el componente financiero.

3. Analizando las propuestas: todos los grupos deben sentarse en un mismo círculo y presentar las ideas que hayan elegido al resto del grupo. Entre todos han de debatir los pros y contras de las posibles soluciones; decidir la mejor.





### «Presentación de las ideas»

- ➡ **Objetivo:** desarrollar el pensamiento empresarial de los participantes orientado a resolver problemas / cubrir necesidades y presentar sus ideas de forma breve y concisa.
- ➡ **Número de participantes**
- ➡ **Tiempo:** 60 minutos.
- ➡ **Materiales:** pegatinas, bolígrafos, hojas de papel, rotuladores.
- ➡ **Etapas:**



1. Dividir el grupo en 6 subgrupos organizándoles según el tipo de iniciativa creativa que eligieron: patrimonio, arte, medios de comunicación, creatividad funcional, creatividad social...
2. Cada participante presentará su iniciativa empresarial. Argumentarán en grupo estas iniciativas, las validarán y elegirán las mejores para ser presentadas.
3. Escribir el concepto, el público objetivo en un cuadro explicativo para representar ideas individuales.



### «Publicidad: ¡Véndelo!»

- ➡ **Objetivo:** desarrollar el pensamiento empresarial de los participantes orientado a la promoción de su iniciativa / producto, de forma creativa. Grabar y representar un video promocional.
- ➡ **Número de participantes:** 5-40 participantes (dividir en grupos más pequeños).
- ➡ **Tiempo:** 60 - 80 minutos.
- ➡ **Materiales:** pegatinas, bolígrafos, hojas de papel, rotuladores, celo.
- ➡ **Etapas:**



1. Con los ojos tapados los participantes elijen al azar 3-4 objetos de una caja (en la caja podría haber de todo: rotuladores, paraguas, chocolates, teléfono, agenda, flor, etc.)
2. La tarea de cada grupo es preparar un spot publicitario usando objetos obtenidos
3. Representarlo en vídeo y promocionar el "producto"



### «¿Qué ves?»

- ➡ **Objetivo:** desarrollar el pensamiento creativo de los participantes orientado al emprendimiento social y economía social.
- ➡ **Número de participantes:** 10-25 (subgrupos de 5).
- ➡ **Tiempo:** 60 - 90 minutos.
- ➡ **Materiales:** pegatinas, bolis, hojas de papel, rotuladores, celo.
- ➡ **Etapas:**

1. Los participantes tienen que dividirse en grupos de 5 miembros
2. Cada equipo obtiene la misma carpeta con 10 imágenes al azar. Las imágenes representan diferentes aspectos de la economía social.
3. Cada equipo debe elegir 3 de cada 10 fotos y desarrollar una historia sobre economía social o negocios relacionados con las fotos que elijan.
4. Cada equipo debe presentar la historia que crearon con la ayuda de fotos.
5. Invitar a todos los participantes individualmente a aportar a ideas sobre las historias que los grupos crearon. El objetivo es establecer un debate abierto sobre las buenas ideas que se crearon



## Enlaces y recursos

### UnLtd

Leading provider of support to social entrepreneurs and offers the largest such network in the world. They resource hundreds of individuals each year through their core Awards programme. UnLtd invests directly into individuals offering awards of funding, ongoing advice, networking and practical support.

### Prince's Trust

<http://www.princes-trust.org.uk/>

Provide practical and financial support to young people, helping them to develop key skills, confidence and motivation, enabling them to move into work, education or training. The Enterprise programme provides money and support to help young people start up in business.

### Rockstar Youth

<http://www.rockstarstartup.co.uk/>

Rockstar Youth is a part of the Rockstar Group, the UK's largest entrepreneurial mentoring organisation. Rockstar Youth have produced a market leading programme for young entrepreneurs aged 18-30 yrs to support them through principle ideation to enterprise creation and furthermore accelerated growth and investment. Through the process young entrepreneurs get to build experience, confidence, a winning network and a sustainable business.

### Newable

<https://www.newable.co.uk/>

Offer Start-Up Loans of over £500, in increments of £500. You'll receive free support to prepare your application and mentoring support once you start trading. You must be aged 18 and over, want to start a business in the UK, live and have a permanent address in the UK or legally entitled to live and work in the UK to apply for this loan. GLE would also like to know if this is this the only loan you're currently applying for with a Start Up Loan provider.

### Elevation Networks

<http://www.elevationnetworks.org/>

Offers entrepreneurs living in the UK the chance to finance their business and get it up and running. To apply you need to be over the age of 18 and your business needs to be less than a year old.

### Start Up Direct

<http://startupdirect.org/>

Start Up Direct provides funding, mentoring and support to businesses based in England. All loan recipients will have access to 12 months worth of mentoring, workshops and networking events, a business helpline, one-to-one business coaching and discounts from their global partners.

### Small Business Centre

<http://smallbusinesscentre.org.uk/>

Deliver impartial and practical business support services including; business planning workshops, training courses, one to one business advice (mentoring) and loans. Provide start up loans for new businesses and growth loans for existing small businesses based in London.

### Startup Nation

Startup Nation offers entrepreneurial advice from a whole slew of people who have been there and done that — and have the business to prove it. The site has advice on just about every aspect of creating and running a startup.

### Lateral Action

For creative types, like graphic designers, writers and such, there are some special challenges that come with running your own business. Lateral Action offers up advice especially targeted to those fields.

### Freelance Switch

FreelanceSwitch has all things freelance — business advice, ideas for staying productive and far more. Even though the title says 'freelance,' there's plenty of good information for anyone running their own business.

### Young Entrepreneur

Young Entrepreneur focuses on the challenges that younger entrepreneurs face when they start business. It's also got some great profiles of young entrepreneurs.

### Small Business Labs

It isn't easy to predict the trends that will affect small business, but Small Business Labs goes the extra mile to help entrepreneurs figure out what's coming next.

### SCORE

If you find yourself in need of mentoring from an entrepreneur who's already been through it all, SCORE can help you find a mentor. The organization is an amazing source of free business advice.

### **Freelancers Union**

The Freelancers Union offers a long list of resources for freelancers — and the Union's definition includes a pretty wide variety of entrepreneurs as freelancers. Among the information you can find on this site is health insurance options that don't require quite the expense of other non-employer options.

### **Entrepreneur**

For a huge collection of information on starting and running your own business, start with Entrepreneur.

### **Women Entrepreneur**

It is a good resource for women looking at entrepreneurship.

### **About.com Entrepreneurs**

About.com offers a regularly updated resource on entrepreneurship. It's got links to all sorts of other resources, both on About.com and elsewhere on the internet.

### **Entrepreneurship.org**

The Entrepreneurship.org site is run by the Ewing Marion Kauffman Foundation to provide global resources for entrepreneurs.