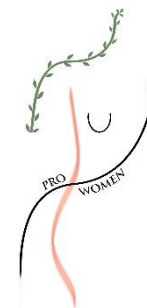




Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Pro-women. Itinerarios de mejora de las capacidades de las mujeres como nuevas promotoras culturales para potenciar el patrimonio territorial

M7: Empleo y autoempleo

Sesión 3

[Nombre del presentador]

[Posición y organización]

[Dirección de correo electrónico]



¿Listo?

Durante esta sesión podéis dividirlos en 2 grupos:

- ¿Estás ansioso por ir más lejos en tu creación de negocio? Sigue las instrucciones paso a paso.
- ¿Estás seguro de que preferirías buscar un trabajo? Aprende a escribir una carta de motivación perfecta.



Análisis de clientes / Competidores

Por favor, toma la «Guía para un cliente y análisis de la competencia y el archivo de orientación de la estrategia de negocio».

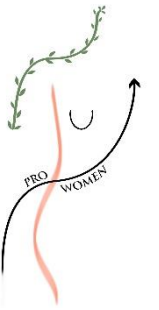
Esta plantilla te guiará a través de:

- Análisis del cliente.
- Análisis competitivo.
- Estrategia comercial.



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

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Análisis DAFO

Por favor, utiliza el documento orientativo «Plantilla DAFO».

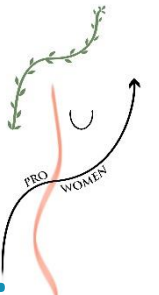
Esta plantilla te ayudará a determinar:

- Fuerza.
- Debilidades.
- Oportunidades.
- Amenaza.



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

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176

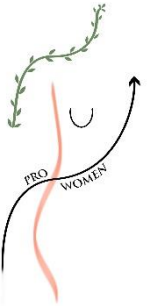


Plan de financiación del proyecto / búsqueda de recursos financieros / punto de equilibrio

- Por favor, utiliza el «Ingresos de Provisionales» y el archivo de Excel « Plan de financiación ».

Esta plantilla te guiará completamente a través de la creación completa del plan financiero.

Es una gran cantidad de números y celdas, pero la guía paso a paso hará que sea fácil.



Aquí ingresarás tus costos y contribuciones y establecerás el plan de financiamiento básico

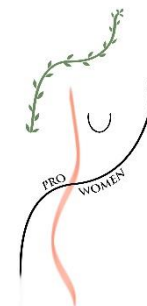


 **Erasmus+**
Pro-Women
Project nº 2019-1-IT02-
KA204-063176

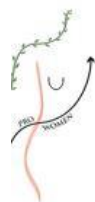
Your provisional financing plan

Needs incl. VAT		Resources TTC	
<i>What are your needs? What expenses, including taxes, are necessary to get your project off to a good start?</i>	€	<i>Do you have resources (in kind or cash)? This can be a personal or family contribution or a bank loan.</i>	€
Initial establishment costs		Cash contributions	
Registration costs		Personal contribution	
Publication costs		Family Contribution	
Borrowing costs (file fees...)			
Investments (incl. VAT)		Contribution in kind	
Vehicle		Specify contribution N.1 (vehicle, etc.)	
Hardware		Specify Input N.2 (Computer, etc.)	
Miscellaneous			
		Loans (specify origin)	
Working capital requirements			
Initial cash position		Other financing (premiums, grants, etc.)	
Average stock incl. VAT			
TOTAL	0	TOTAL	0

*Be careful, this is a model. Each financing plan is different, but the structure remains the same.
It depends on your project and its constraints, as well as your resources.
Once completed, the amounts of needs and resources should always be equal.*



Aquí introducirás los precios de tus productos previstos y podrás establecer los ingresos para los próximos 3 años



PREVISIONAL REVENUE FIGURE - User's Guide



Pro-Women

Project nº 2019-1-IT02-KA204-063176

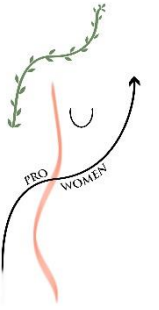
Caution: Only fill in the yellow cells!

Products or Services	Unit selling price in €
Product No. 1	
Product No. 2	
Product No. 3	
Product No. 4	
Product No. 5	
Product No. 6	

Quantity Sales Assumptions, by Product													
Products or services	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12	TOTAL
Product No. 1													0
Product No. 2													0
Product No. 3													0
Product No. 4													0
Product No. 5													0
Product No. 6													0
Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Forecast turnover in year 1													
Products or services	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12	TOTAL
Product No. 1	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€

1€ _____
1€ _____
1€ _____
1€ _____
1€ _____
1€ _____
0€ _____



- ¿Te estás preguntando cómo encontrar las finanzas para poner en marcha el proyecto?
- El archivo «Buscar opciones de financiación» puede ayudarte con esas preguntas.
- También puedes hablar con el instructor.



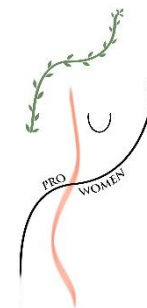
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Sesión de networking: emprendedores en el sector turístico dando asesoramiento a los participantes.

¡Hablemos!



Cómo escribir una carta de presentación

Por favor, utiliza el archivo de orientación «Preparación para escribir una carta de presentación».

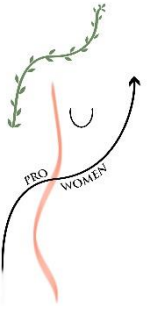
Esta plantilla te enseñará cómo escribir cartas de presentación, incluyendo:

- Explicaciones.
- Consejos.
- Estructura.
- Contenido.



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

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



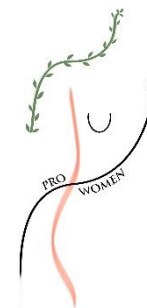
¡Has completado con éxito el Módulo 7!

Gracias



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

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Pro-women. Itinerarios de mejora de las capacidades de las mujeres como nuevas promotoras culturales para potenciar el patrimonio territorial

M7: Empleo y autoempleo

Sesión 3

[Nombre del presentador]

[Posición y organización]

[Dirección de correo electrónico]



GUÍA PARA UN ANÁLISIS DE CLIENTES, COMPETENCIAS Y ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Análisis del cliente

Es importante poner a los clientes en el centro de la estrategia de la empresa. Pero para hacerlo, tienes que conocerlos.

Para un cuestionario:

Estoy preparando mi cuestionario de encuesta de clientes para:

- Medir la frecuencia y las intenciones de compra de mis futuros clientes.
- Validar uno o más elementos de mi oferta.
- Probar un nuevo producto, una nueva campaña publicitaria.
- Contar el número de clientes potenciales.

Hay varias soluciones en Internet para crear cuestionarios en línea, por ejemplo:

- Framaform: <https://framaforms.org/>
- Formularios de Google: <https://docs.google.com/forms>

Es muy posible crear un cuestionario con un editor de texto e imprimirlos también.

Estoy haciendo las preguntas correctamente:

- Utilizo una sintaxis simple y comprensible.
- Evito palabras técnicas y ambiguas.
- Para las cifras, propongo números redondos (por ejemplo, entre 500 y 1 000).

Si es necesario, voy a alternar preguntas:

- Cerradas (por ejemplo, ¿Te gusta el pan? Sí/No)
- Abiertas (por ejemplo, ¿Qué tipo de pan te gusta?)
- Elección simple (Proponer respuestas diferentes, sólo una es posible)
- Opción múltiple (Proponer respuestas diferentes, más de una es posible)
- Evaluación graduada (En una escala de 1 a 5, siendo 5 el máximo, ...)

Algunos recordatorios útiles



- Prepara un breve discurso con fórmulas educadas para presentar el proyecto, y explica el propósito del cuestionario.
- Para cada pregunta, comprueba que la respuesta será útil para el proyecto.
- Plantea un máximo de 15 preguntas.
- Empieza con preguntas más generales, y termina el cuestionario con las más específicas.
- Prueba el cuestionario con personas ajenas al proyecto para hacer los ajustes necesarios.

Para una serie de entrevistas:

Mis objetivos son:

- Conocer las percepciones del cliente (logotipo, campaña publicitaria, etc.).
- Entender mejor las necesidades y aspiraciones de los futuros clientes.

Algunos recordatorios útiles

- Elige un pequeño número de personas para entrevistar (8 a 15 personas máx.).
- Realiza las entrevistas en forma de entrevistas libres o semiestructuradas, lo que permite orientar parcialmente el discurso de los entrevistados.
- Utiliza la grabación de audio en lugar de tomar notas para que la entrevista siga siendo fluida.
- Organiza grupos con algunos clientes potenciales.
- Realiza preguntas que te permitan encontrar fisuras del proyecto.
- El éxito de las entrevistas radica en tu capacidad de empujar al interlocutor para llegar al fondo de sus pensamientos.
- Con el fin de prepararte para las entrevistas, ve paso por paso:
 1. Define (por escrito) los temas que desees discutir durante la entrevista (máx. 2 o 3)
 2. Clasifica los temas de los más generales a los más particulares. Prepara 2 ó 3 preguntas para cada tema. Al final 9 preguntas deberían ser suficientes para llevar a cabo la entrevista.

Análisis competitivo

Mi competencia

La competencia no es la enemiga de la empresa, al contrario, pero es imperativo conocerla bien. Es analizando la competencia como se puede adaptar la oferta, innovar y destacar. Como parte de la creación de un negocio, conocer a la competencia permitirá refinar el conocimiento sobre los clientes (futuros) y ofrecerles una oferta que satisfaga sus necesidades. Estos son los pasos del análisis de la competencia:

Cuantitativa:

- ¿Quiénes son mis competidores y dónde están?
- ¿Cuántos hay?



Cualitativa, es decir, entender la oferta de los competidores:

- Analizar las fortalezas y debilidades de los productos y/o servicios ofrecidos por las empresas competidoras, su modo de comunicación, distribución y los servicios que van con ellos (servicio post-venta por ejemplo).
- Estudiar a los clientes de los competidores para conocer sus necesidades, hábitos de consumo y decisiones de compra (es decir, el valor percibido para el cliente y las características y funcionalidades importantes para ellos).
- ¡La competencia es una valiosa fuente de información!

Estrategia comercial

Definir la oferta y método de distribución:

Para ser creíble como empresa, para vender los productos o servicios, y para satisfacer a los clientes de manera rentable, se debe desarrollar una oferta efectiva, basada en elementos diferenciadores. Este es el comienzo del desarrollo de una estrategia de negocio.

Es importante formalizar la estrategia de negocio y traducirla en un plan de acción. Una estrategia comercial es:

- Tener una meta, un objetivo a alcanzar.
- Conocer los medios con los que lograr este objetivo u objetivos.
- Buscar la sostenibilidad de la empresa, aumentar su margen, fidelizar al cliente, innovar, posicionarse como líder del mercado.

Mi oferta, comunicación y precio de venta

Ahora es el momento de definir claramente cómo comunicar sobre el negocio, y empezar a calcular el precio de venta.

Una vez que hayas definido una estrategia comercial, el siguiente paso es muy importante porque te permitirá estimar el precio de venta. En esta estimación debes tener en cuenta todos los costos, desde la producción o compra hasta la comercialización de un producto o servicio, pero no sólo eso.

Siempre debes tener en cuenta el valor que el producto o servicio aporta a tus clientes. La noción del valor percibido de un producto o servicio es un elemento esencial.

Si el valor percibido es menor que el precio de venta, te arriesgas a no encontrar clientes. Por otro lado, si el valor percibido es superior al precio de venta, los clientes estarán dispuestos a pagar el precio. Esto permitirá que el negocio se beneficie de manera más ventajosa.



Plantilla Análisis DAFO

¡Este es un ejemplo! Confía en ti mismo: Realiza tu propio diagnóstico para que esté bien adaptado a tu proyecto y a tu entorno...

	Amenazas de oportunidades de fortalezas (DAFO)	
	Fuerzas	Debilidades
Interna	<i>¿Cuáles son los puntos fuertes para ti y tu proyecto?</i>	<i>¿Cuáles son las áreas de mejora para ti y tu proyecto?</i>
Externos	Oportunidades	Amenazas
	<i>¿Qué oportunidades podrías aprovechar?</i>	<i>¿A qué amenazas podrías enfrentarse tu empresa?</i>

INTERNAS: Elementos específicos de la empresa y del promotor (¡Eres tú!): Organización, finanzas, productos/servicios, distribución, tus precios, activos y habilidades, etc.

EXTERNOS: Elementos específicos para el entorno empresarial y el mercado: Contexto jurídico, económico, tecnológico, demanda, competidores y sus precios, etc.



Buscar opciones de financiación

¿Cómo financiar un proyecto de creación de empresas?

En general, puedes obtener financiación para tu proyecto de creación de negocio mediante:

1. Inversores de renta variable.
2. Bancos e instituciones de crédito.
3. Plataformas de crowdfunding.
4. Organismos públicos.

1. Inversores de renta variable

Los inversores de renta variable tomarán acciones de tu empresa con el objetivo de obtener ganancias en unos años. Este tipo de inversión sólo es posible si se crea una empresa, no un trabajo por cuenta propia o una propiedad exclusiva.

Puedes buscar inversiones de capital de diferentes tipos de inversores:

- Asociados para ofrecerles adelantar dinero a la empresa además de su contribución al capital de puesta en marcha de la empresa.
- Solicitud de inversión a parientes.
- Inversores profesionales: Business Angels o fondos especializados dependiendo del sector y el nivel de progreso de tu proyecto.

2. Bancos e instituciones de crédito

Puedes contactar con bancos e instituciones de crédito especializadas para financiar parte de los activos de la empresa.

Necesitas 2 cosas para que el proyecto sea financiable:

- Demuestra que tu proyecto es creíble: existencia de un mercado, tu conocimiento del sector, etc.
- Una contribución de capital que permita una distribución justa de los riesgos financieros entre el banco y los líderes del proyecto (ya tiene parte del dinero necesario para tu proyecto).

Hay un gran número de productos especializados a tu disposición: desde sobregiro hasta préstamo y arrendamiento. Deberás ponerte en contacto con un banco para conocer todas las opciones.



3. Plataformas de crowdfunding

Las plataformas de micro-financiación permiten cobrar donaciones, préstamos o inversiones de un gran grupo de personas.

La idea es que a veces es más fácil encontrar 1.000 personas que puedan contribuir mínimamente a la financiación del proyecto que una persona que pueda aportar una gran suma de dinero de una vez. Obtén más información sobre las plataformas que existen en tu país.

4. Organismos públicos

El último tipo de actores a los que puedes solicitar ayuda financiera para financiar su proyecto de creación de negocio son organismos públicos.

Esta categoría incluye las ayudas concedidas por el Estado y la Comisión Europea. Para ello, puedes informarte en Internet sobre las posibles ayudas en tu país.



PREPARACIÓN PARA ESCRIBIR UNA CARTA DE PRESENTACIÓN

¿Qué es una carta de presentación?

Con la carta de solicitud, muestras a un empleador potencial tu interés en un puesto dado. Después de leer tu carta, el gerente de recursos humanos necesita saber cuáles son tus cualificaciones y por qué está interesado en la oferta. Así se puede hacer una idea de ti como empleado, incluso sin tener que consultar otros documentos.

Consejos para escribir una carta de presentación

Mantener el CV y los documentos desarrollados en la Sesión 1&2 sobre tus habilidades y conocimientos a mano. También debes tener a mano la oferta de trabajo.

¡Lee el anuncio cuidadosamente!

La carta de presentación debe, en la medida de lo posible, dirigir tantas referencias como sea posible a la oferta de trabajo y el puesto al que se refiere ésta. Un requisito previo para esto es que se lea el anuncio de trabajo para el puesto en detalle.

Recopila información sobre la empresa (su tamaño, actividades, clientela, proyectos). Infórmate sobre la naturaleza del trabajo y los deberes del trabajo anunciado.

Pregúntate por qué estás interesado en esta oferta de trabajo:

- ¿Qué habilidades requiere el empleo?
- ¿Qué tipos de habilidades se nombran explícitamente?
- ¿Qué te interesa realmente de la empresa y el trabajo ofrecido?
- ¿Es una experiencia nueva, un reto? O, por el contrario, ¿Te resulta familiar?
- ¿Qué experiencias y habilidades deseas destacar? (Piensa en cosas diferentes de las de su CV. Esto hará que su archivo sea más dinámico).

Es aconsejable tomar notas: por ejemplo, anota los 5 puntos más importantes de la oferta de trabajo que deseas abordar en la carta de presentación.

- Evita hablar sólo de ti mismo.
- Interactúa con el entrevistador.
- Utiliza giros positivos y afirmativos, es decir, frases como "He logrado".
- Mostrar originalidad, sin agresividad ni arrogancia.
- Evitar repetir el contenido de su CV palabra por palabra. Encuentra nuevas formas de expresar e informar de manera diferente.
- Se conciso.
- Ocupate de la forma y presentación de tu carta:
- Escríbelo de un solo espacio y divídelo en párrafos.
- Evita arañazos y manchas.
- Lee tu carta detenidamente antes de enviarla.



- ¿El empleador está buscando a alguien con más experiencia que tú?

La motivación que muestres en tu carta de presentación puede compensar una falta de experiencia.

Contenido de la carta de presentación

Estructura de una carta de presentación:

La estructura anterior ha demostrado su valía en términos de cartas de presentación y también es esperada por muchas empresas. Sería preferible desviarse de ella lo menos posible.

Remitente/coordenadas

Inserta tus datos de contacto en la parte superior izquierda del documento. También debes proporcionar al destinatario información diversa para que pueda ponerse en contacto contigo, como tu dirección, tu número de teléfono, pero también una dirección de correo electrónico sería.

Asunto

Aquí, el destinatario debe reconocer inmediatamente qué tipo de documento es y qué elemento está solicitando. Escribe el objeto en una oración, de forma clara y concisa.

Fórmula de saludo

Si sabes a quién se diriges, puedes usar "Estimado señor" o "Estimada señora", para comenzar. Además, no incluyas el apellido de la persona en cuestión. Debes ser neutral y mantener distancia formal. Si no sabes si el destinatario es un hombre o una mujer, utiliza "Estimado señor o señora". Sin embargo, es aconsejable buscar el nombre de la persona de contacto para escribir una carta de motivación más personalizada.

Introducción

La introducción tiene como objetivo despertar el interés del lector en 3-5 líneas para que él o ella no rechace inmediatamente la solicitud. Para ello, procede de la siguiente manera:

Indica brevemente tu motivación para el puesto anunciado. Debes ser capaz de justificar en la introducción que tu interés resulta de su actividad profesional anterior y que la posición anunciada coincide óptimamente con tus habilidades y cualificaciones. Sin embargo, límtate a unas pocas frases.

Reseña conocimientos y habilidades específicas, experiencia laboral, educación y capacitación o éxitos anteriores. Pero concéntrate en lo esencial. La descripción más detallada solo debería aparecer en la sección principal.

El cuerpo de la carta

En esta parte, se trata de "venderse" como empleado y como persona de la manera más convincente posible. La sección principal debe abarcar los siguientes puntos:



- Nombra los más relevantes para el trabajo, como *Strong Skills* (habilidades técnicas o académicas). Asegúrate de incluir las habilidades que se requieren explícitamente en el anuncio de trabajo. No solo enumeres estas habilidades, explica cómo las adquiriste y utilizaste refiriéndote a tu experiencia laboral o educación previa.
- También nombra tus *Soft Skills* más sobresalientes (representan la personalidad y las habilidades para la vida de una persona). En muchos lugares de trabajo, ciertas habilidades de este tipo tienen una gran demanda, como la capacidad de trabajar en equipo, la capacidad de resolver problemas y la capacidad de lidiar con el estrés. Evita las habilidades no técnicas que son demasiado personales y difíciles de probar (por ejemplo, empatía, etc.) o aquellas que no sirven de nada en la posición deseada.

La mayor parte de tus habilidades deben estar relacionadas, en la medida de lo posible, con el trabajo que estás solicitando. De esta manera, aclaras por qué tus habilidades te convierten en el candidato ideal para el trabajo. También te permite hacer una transición elegante a la siguiente sección.

Mención de la empresa

En esta sección, responderás a las siguientes preguntas:

- ¿Qué más puedo ofrecer a la compañía?
- ¿Por qué elegí esta empresa?

Es necesario dar al lector la impresión de que eres el candidato ideal para el trabajo. No sólo debes relacionar tus habilidades con el trabajo, sino que también debes explicar por qué tú, como individuo, te ajustas al perfil de la empresa. Puedes hacerlo de las siguientes maneras, por ejemplo:

Describe el puesto como el siguiente paso en tu carrera. Esto le dará la impresión de que el trabajo hacia el que estás apuntando es el siguiente paso lógico en tu carrera.

Explica brevemente por qué encuentras interesante la compañía. Explica por qué tu objetivo personal es trabajar en esta empresa.

Conclusión

La última impresión es una de las más importantes.

Si bien es verdad que si el lector se ha mantenido atento hasta el final de la carta significa que ésta ha sido lo suficientemente interesante, aún tienes un último trabajo persuasivo que hacer: Asegúrate de expresar tu deseo de comentarios e indica tu disposición a ir personalmente a la empresa para una entrevista de trabajo.