



**UNIDAD 1**  
**FORMACIÓN :**  
**“EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL COMO MECANISMO**  
**DE APOYO A LOS JOVENES EN SITUACIÓN DE**  
**DESEMPLEO “**

Terrassa, 14-16th September 2022  
Marija Milosavljević  
Marina Lukić

# **EMPRENDIMIENTO CLÁSICO VS EMPRENDIMIENTO DE IMPACTO**

# Primeros pensamientos sobre emprendimiento.

**Escribe en un papel que te sugiere la palabra emprendedor.**

**Conoces algún emprendedor o emprendedora?**

**¿Has oído hablar alguna vez sobre el emprendimiento de impacto?**

Vamos a conocer más sobre el tema...



# TU TURNO: CAMPO DE EMPRENDIMIENTO

e4neets



Co-funded by  
the European Union



# Instrucciones:

**Divida a los participantes en dos equipos: equipo de emprendedores/as clásicos y equipo de Emprendedores/as de impacto.**

## **Tareas de investigación:**

Descubrir los beneficios del tipo de emprendimiento que tu equipo ha obtenido.  
Enumerar los valores que relacionas con emprendimiento Impacto/Clásico  
Buscar en Google al menos 2 emprendedores/empresas que estén establecidas y que funcionen como clásico/impacto.

### **3. Presentación trabajo de grupo. (20 min)**

#### **4. Preguntas para reflexionar:**

- ¿Te gustaron las actividades?
- ¿Qué enfoque te gusta más, el clásico o el de impacto y por qué?



## Emprendimiento clásico VS impacto – puntos clave

Emprendimiento clásico	Emprendimiento de impacto
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Eficiencia económica</b></li><li>• Genera capital a través de su actividad.</li><li>• Genera valor y gana dinero mediante la venta de sus productos y/o servicios.</li><li>• El dinero se reinvierte en la empresa para su desarrollo o se paga a los accionistas en forma de dividendos.</li><li>• <b>Objetivo: vender más para crecer.</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Poner la eficiencia económica al servicio del interés general.</b></li><li>• Abordar los problemas sociales y medioambientales.</li><li>• El beneficio como medio.</li><li>• La actividad debe generar un beneficio medible para la empresa, ya sea en relación con la actividad en sí o con las personas empleadas.</li><li>• <b>Objetivo: servir al interés general</b></li></ul>

Los excedentes se utilizan para desarrollar el proyecto social/ambiental de la empresa y sus empleados.



Co-funded by  
the European Union

## Cuatro principios fundamentales del emprendimiento de impacto

### Un proyecto económicamente sostenible

- ❑ Independiente del gobierno.
- ❑ Produce bienes o servicios.
- ❑ Crea empleo y riqueza.
- ❑ El beneficio es un medio para un fin, no un fin en sí mismo.

### Un fin social y/o medioambiental

- ❑ Responder a una necesidad social no cubierta por el Estado ni por el mercado.
- ❑ La actividad económica no debe realizarse a expensas del medio ambiente.
- ❑ Evaluar su impacto social y/o medioambiental a lo largo del tiempo utilizando herramientas o indicadores.
- ❑ Adoptar una actitud más colaboradora y una política salarial inclusiva.

### Rentabilidad limitada

- ❑ Los excedentes se utilizan para desarrollar el proyecto social/ambiental de la empresa y sus empleados.
- ❑ Destinar un porcentaje del excedente a actividades sociales, culturales y medioambientales.
- ❑ Si hay un rendimiento sobre el capital, está limitado.

### Gobernanza participativa

- ❑ La gobernanza es democrática y transparente y prevé la información de los distintos integrantes (empleados, clientes, beneficiarios, etc.)
- ❑ El proceso de toma de decisiones no se basa en la propiedad del capital.
- ❑ Principio de una persona = un voto.

# Cómo es el emprendimiento de impacto?

- La actividad debe producir un beneficio medible para la empresa, ya sea en relación con la actividad en sí o con las personas empleadas.
- La empresa social debe producir bienes o servicios de mercado. Se trata por tanto de una actividad arriesgada porque está sujeta a la competencia.
- Las empresas sociales defienden la solidaridad y la inclusión dentro de la empresa. Para ello, los salarios están limitados y la gobernanza suele ser participativa (una persona, un voto).

## Ejemplos de emprendimiento de impacto

### Iqbal Quadir, GrameenPhone

- Creer que brindar comunicación a los más desfavorecidos aumentará sus ingresos y las perspectivas de empleo.
- El teleoperador más grande de Bangladesh tiene más de 50M de usuarios.

### Manish Sabharwal, TeamLease

- Enfocado al desarrollo de las habilidades y la inserción laboral de personas con acceso limitado a la educación y a oportunidades de empleo.
- Ha ayudado a más de 1M de personas a encontrar trabajo en la India.



Es difícil decir cuál de los dos modelos de emprendimiento es mejor porque **tienen diferentes objetivos y medidas de éxito.**

El Espíritu empresarial clásico normalmente tiene como objetivo crear un negocio rentable identificando oportunidades de mercado y desarrollando productos o servicios innovadores para satisfacer estas necesidades.

Por el otro lado el emprendimiento de impacto **tiene como objetivo crear un impacto social o medioambiental positivo y al mismo tiempo generar retorno financiero.** El éxito se mide no solo por métricas financieras sino también por el grado de impacto social o medioambiental logrado.

Ambos tipos de emprendimiento pueden tener un impacto positivo en la sociedad y en la Economía. Sin embargo, el acercamiento y el enfoque de cada uno pueden diferir. En última instancia, la elección entre impacto y emprendimiento clásico depende de los valores y objetivos de un individuo, así como del contexto y las necesidades de su comunidad.

# Clásico vs impacto

¡GRACIAS!

# **UNIDAD 2**

## **Vida real de un emprendedor: Mitos y hechos & competencias clave de un empreendedor de impacto.**

# Discutamos sobre las siguientes declaraciones

## 1. Los emprendedores no tienen vida personal



Saber tomar descansos y dominar tus habilidades para priorizar, delegar y programar.

## 2. Los verdaderos emprendedores no abandonan



El espíritu empresarial es una mezcla de días de inspiración y días de desafío.

## 3. Los empresarios no tienen jefe



Los emprendedores necesitan establecer conexiones si quieren que su negocio prospere. Por ejemplo, las empresas pequeñas necesitan confiar en el boca a boca para progresar.

Además, aunque sean “responsables”, hay mucho trabajo con los trabajadores, clientes, proveedores...

## 4. Los emprendedores son ricos // la única motivación es hacerse rico



Las empresas nuevas suelen tardar entre uno y tres años en generar beneficios. Además, como emprendedor, tu remuneración depende únicamente de tu propia productividad y éxito



**5. La clave del éxito es creer lo suficiente en ello**



Un negocio requiere más que perseverancia. Requiere trabajo duro, capacidad de entender tu target o mercado objetivo, aprender de tus errores y voluntad para innovar diariamente.

**6. Los emprendedores toman grandes riesgos**



Son muy buenos calculando riesgos. Lo que convierte a alguien en un verdadero emprendedor es simplemente poder aprovechar la oportunidad del momento.

**7. Los emprendedores necesitan una buena titulación**



Los empresarios de éxito no necesitan titulación formal en ninguna escuela de negocios. Hay muchos programas de formación no formal, centros, programas de apoyo con mentores...

**8. No hay negocio si no tienes una idea única.**



Hay miles de negocios en el mundo con el mismo concepto detrás, pero es la forma de actuar lo que los hace diferentes.

**9. Hay un secreto para el éxito.**



Tienes que aprender de tus errores y encontrarla manera de superarlos.

**10. Tienes que ser joven e inquieto para ser emprendedor**



Sin duda, los más jóvenes tienen más ventajas a la hora de iniciar su propio proyecto (apoyo estatal, programas de apoyo no formal para jóvenes), pero en general, eso no excluye a las personas mayores.

**11. Los emprendedores nacen, no se hacen.**



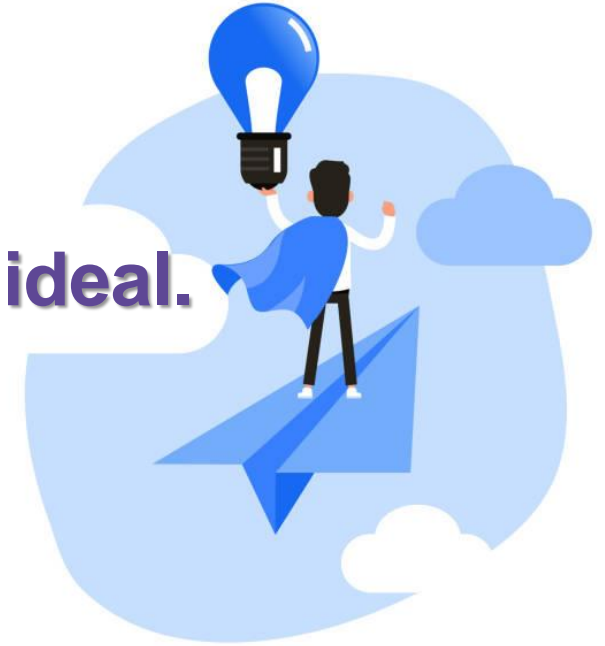
Tú puedes aprender como iniciar tu negocio o convertirte en un líder.

## Competencias – De qué estamos hablando

Cualquier competencia se define como un conjunto de **conocimientos, características, actitudes y habilidades** relacionadas que afectan una parte importante del trabajo de cada uno, que se correlacionan con el desempeño en el trabajo, que pueden medirse según estándares bien aceptados y que pueden mejorarse mediante formación y desarrollo.

**Empecemos con....**

**Te presentamos a la Sra. Quién- la emprendedora ideal.  
¿Que características tiene la Sra. Quién?**





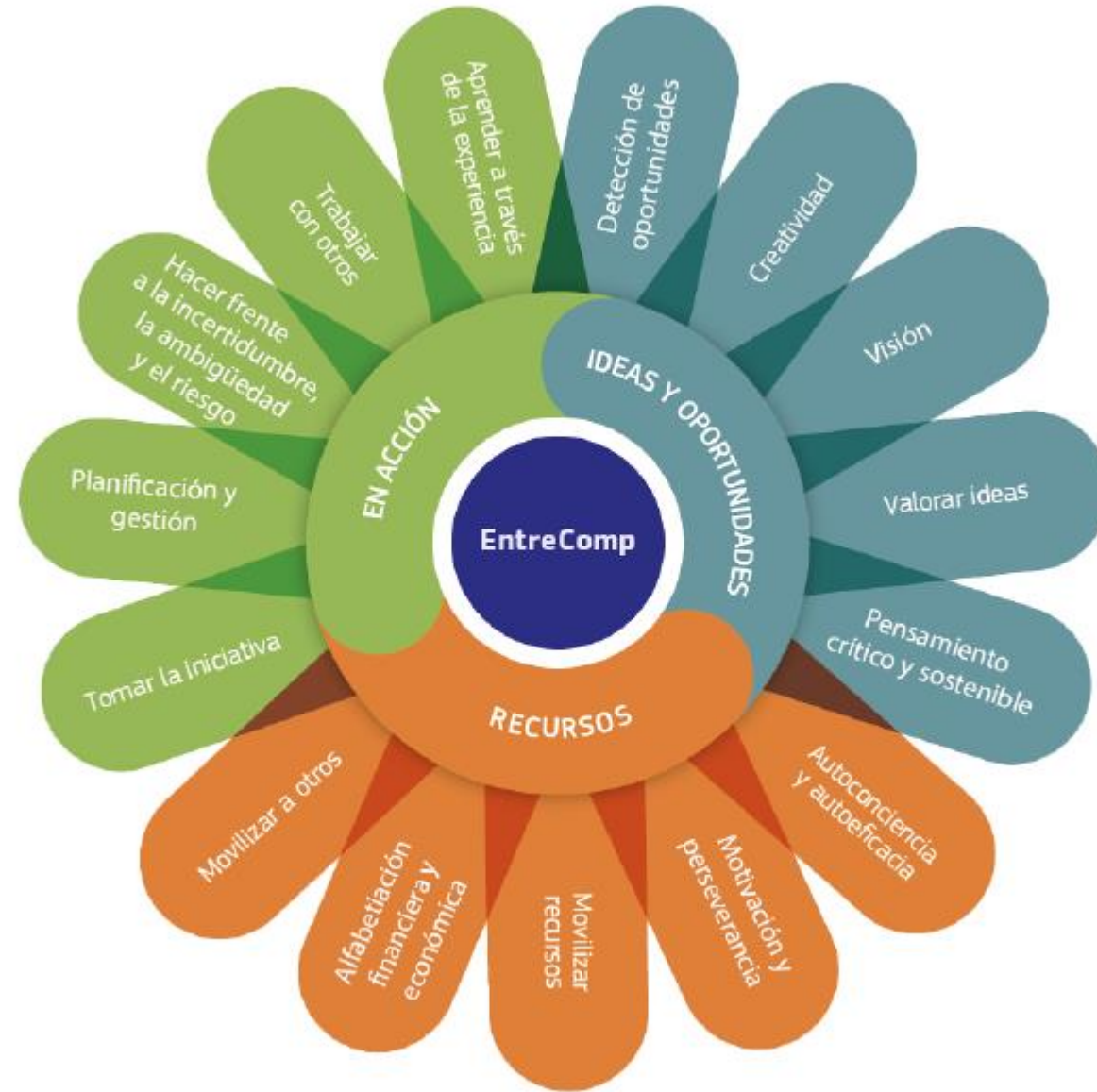
- **Competencias clave de un emprendedor**
  - Varios modelos y clasificaciones que abordan las competencias del emprendedor.
  - EntreComp: Marco de referencia que ofrece una descripción exhaustiva de las competencias emprendedoras.
  - Se pueden utilizar en todos los sectores, disciplinas y sistemas para permitir que las personas desarrollen competencias empresariales en individuos y grupos.

# EntreComp

**3 áreas de competencia:**

- 1. Ideas & Oportunidades**
- 2. Recursos**
- 3. En acción**

**Cada una de ellas se divide en cinco competencias específicas.**





ÁREA  
IDEAS Y OPORTUNIDADES

COMPETENCIA  
**IDENTIFICAR  
OPORTUNIDADES**

RECOMENDACIÓN Y DESCRIPCIÓN

Usar tu imaginación y habilidades para identificar oportunidades que generen valor.

Identificar y aprovechar las oportunidades para crear valor explorando el panorama social, cultural y económico. Identificar las necesidades y desafíos que deben cumplirse. Establecer nuevas conexiones y reunir elementos dispersos del contexto para crear oportunidades para generar valor.

INDICACIÓN	BÁSICO		INTERMEDIO		AVANZADO		EXPERTO	
<b>IDENTIFICAR, CREAR Y APROVECHAR OPORTUNIDADES</b>	Soy capaz de encontrar oportunidades para ayudar a otras personas.	Soy capaz de reconocer oportunidades para crear valor en mi comunidad y entorno.	Soy capaz de explicar qué es lo que hace que una oportunidad cree valor.	Soy capaz de buscar proactivamente oportunidades para crear valor, incluso para necesidades no identificadas.	Soy capaz de describir diferentes enfoques analíticos para identificar oportunidades de emprendimiento.	Soy capaz de usar mi conocimiento y comprensión del contexto para generar oportunidades para crear valor.	Soy capaz de juzgar las oportunidades para crear valor y decidir si seguirlas en diferentes niveles del sistema en el que estoy trabajando (por ejemplo, micro, meso o macro).	Soy capaz de detectar y aprovechar rápidamente una oportunidad.
<b>CENTRARSE EN LOS DESAFÍOS</b>	Soy capaz de encontrar diferentes ejemplos de desafíos que necesitan soluciones.	Soy capaz de reconocer desafíos en mi comunidad y entorno que puedo contribuir a resolver.	Soy capaz de identificar oportunidades para resolver problemas de maneras alternativas.	Soy capaz de redefinir la descripción de un desafío para que las oportunidades alternativas aborden el problema.	Soy capaz de separar las prácticas establecidas y desafiar el pensamiento convencional para crear oportunidades y ver los desafíos de diferentes maneras.	Soy capaz de juzgar cuál es el momento adecuado para aprovechar la oportunidad de crear valor.	Soy capaz de agrupar diferentes oportunidades o identificar sinergias entre diferentes oportunidades para aprovecharlas al máximo.	Soy capaz de definir oportunidades donde puedo mantener una ventaja competitiva.





ÁREA  
**RECURSOS**

COMPETENCIA  
**AUTOCONOCIMIENTO Y  
CONFIANZA EN SÍ.**

RECOMENDACIÓN Y DESCRIPCIÓN

**CREER EN TI MISMO-A Y SEGUIR DESARROLLÁNDOTE.**

Reflexionar sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, medio y largo plazo. Identificar y evaluar tus fortalezas y debilidades individuales y grupales. Creer en tu capacidad de influir en el curso de los hechos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y las fallas temporales.

INDICACIÓN	BÁSICO		INTERMEDIO		AVANZADO	
<b>SEGUIR TUS ASPIRACIONES</b>	Soy capaz de identificar mis necesidades, deseos, intereses y objetivos.	Soy capaz de describir mis necesidades, deseos, intereses y objetivos.	Soy capaz de comprometerme a satisfacer mis necesidades, deseos, intereses y objetivos.	Soy capaz de reflexionar sobre mis necesidades, deseos, intereses y aspiraciones individuales y grupales en relación con las oportunidades y las perspectivas de futuro.	Soy capaz de convertir mis necesidades, deseos, intereses y aspiraciones en metas que me ayudan a alcanzarlas.	Soy capaz de ayudar a otras personas a reflexionar sobre sus necesidades, deseos, intereses y aspiraciones y cómo pueden convertir estos en metas.
<b>IDENTIFICAR TUS FORTALEZAS Y DEBILIDADES</b>	Soy capaz de identificar las cosas en las que soy bueno/a se me dan bien y las cosas en las que no.		Soy capaz de juzgar mis fortalezas y debilidades y las de los demás en relación con las oportunidades para generar valor.	Me impulsa el deseo de usar mis fortalezas y habilidades para aprovechar al máximo las oportunidades para crear valor.	Soy capaz de formar un equipo con otras personas para compensar nuestras debilidades y aumentar nuestras fortalezas.	Soy capaz de ayudar a otras personas a identificar sus fortalezas y debilidades.
<b>CRÉER EN TU HABILIDAD</b>	Creo en mi capacidad para hacer lo que me piden con éxito.	Creo en mi capacidad para lograr lo que pretendo.	Soy capaz de juzgar el control que tengo sobre mis logros (en comparación con la falta de control de las influencias externas).	Creo que puedo influir en las personas y situaciones para mejor.	Creo en mi capacidad para llevar a cabo lo que he imaginado y planeado, a pesar de los obstáculos, los recursos limitados y la resistencia de los demás.	Creo en mi capacidad de comprender y sacar lo bueno de las experiencias que otras personas pueden considerar fracasos.



AREA  
**PASAR A LA ACCIÓN**

RECOMENDACIÓN Y DESCRIPCIÓN

Ir a por ello

Iniciar procesos que crean valor. Aceptar desafíos. Actuar y trabajar de manera independiente para lograr "objetivos, atenerse a las intenciones y llevar a cabo" tareas planificadas.

COMPETENCIA  
**TOMAR LA INICIATIVA**

INDICACIÓN	BÁSICO		INTERMEDIO		AVANZADO		EXPERTO	
<b>ASUMIR RESPONSABILIDADES</b>	Soy capaz de llevar a cabo las tareas que me asignan de manera responsable	Me siento cómodo/a asumiendo la responsabilidad en actividades compartidas.	Soy capaz de asumir la responsabilidad individual y grupal de realizar tareas simples en actividades de creación de valor.	Soy capaz de asumir la responsabilidad individual y grupal en actividades de creación de valor.	Soy capaz de delegar la responsabilidad adecuadamente.	Soy capaz de alentar a otros a asumir la responsabilidad en actividades de creación de valor.	Asumo la responsabilidad en actividades complejas de creación de valor.	Soy capaz de asumir la responsabilidad de aprovechar nuevas oportunidades y enfrentar desafíos sin precedentes
<b>TRABAJAR INDEPENDIENTEMENTE</b>	Muestro cierta independencia en la realización de las tareas que me encomiendan	Puedo trabajar independientemente en actividades simples de creación de valor.	Soy capaz de iniciar actividades simples de creación de valor.	Me impulsa la posibilidad de poder para iniciar actividades de creación de valor de forma independiente.	Soy capaz de iniciar actividades de creación de valor solo/a y con otras personas.	Soy capaz de ayudar a otras personas a trabajar de forma independiente.	Elogio la iniciativa tomada por otras personas y la recompenso adecuadamente dentro de mi equipo y organización.	
<b>ACTUAR</b>	Soy capaz de intentar resolver problemas que afectan mi entorno.	Muestro iniciativa al tratar problemas que afectan a mi comunidad.	Me enfrento activamente a desafíos, resuelvo problemas y aprovecho las oportunidades para crear valor.		Actúo sobre nuevas ideas y oportunidades, que agregarán valor a una empresa de creación de valor nueva o existente.	Valoro que otras personas tomen la iniciativa para resolver problemas y crear valor.	Soy capaz de alentar/fomentar a otras personas a tomar la iniciativa para resolver problemas y crear valor dentro de mi equipo y organización.	

## Juego de roles:

**PASO 1:** Divide en dos roles: un asesor y una persona joven.

**PASO 2:** Utiliza la red entrecomp dentro del proyecto E4NEETs

**PASO 3:** Debate sobre las preguntas de la parrilla.

## Reflexión:

- Calificar y calcular las respuestas juntos
- Comparte tus impresiones y analiza los próximos pasos.

e4neets



Co-funded by  
the European Union

**E4NEET – Refuerzo de estructuras para jóvenes desempleados en el campo del emprendimiento.**

Red de formadores – Guía para apoyar el proceso de toma de decisiones de potenciales emprendedores y emprendedoras.

## MI EJERCICIO ENTRECOMP

Este ejercicio consta de dos partes: la parte de autoevaluación individual y la parte de autoevaluación grupal.

**PASO 1: Trabajo individual (5'): observa la flor de Entercomp :**

- Piensa en cuáles son tus puntos fuertes.
- Piensa en cuáles son tus puntos débiles.
- ¿De cuáles no estás seguro?



**PASO 2:** Elige un emoji o una nota adhesiva para ponerlo en cada uno de los 15 pétalos – ¡Dibújalo!

**PASO 3:** Compara los resultados con la persona sentada a tu lado.



#### **PASO 4: Trabajo en grupo (15'): Preguntas**

Cúales son vuestras (como grupo) fortalezas y debilidades ?

- ¿Qué dudas tienes?
- Comparte tus dudas con el grupo.

#### **STEP 5: Presentación del Trabajo en Grupo (15'):**

- Comparte tu valoración grupal con el resto de los participantes a través de Flichart.
- ¿Has encontrado puntos en común con respecto a las competencias empresariales?
- ¿Has encontrado similitudes?, ¿Qué ha sido lo más interesante?





- Diferentes grupos tienen diferentes competencias.
- La importancia de estas habilidades para las propias vidas/carreras de los participantes.
- Podría ser necesario un plan de aprendizaje para el Desarrollo de competencias.
- La importancia de EnterComp en la planificación profesional de los jóvenes.

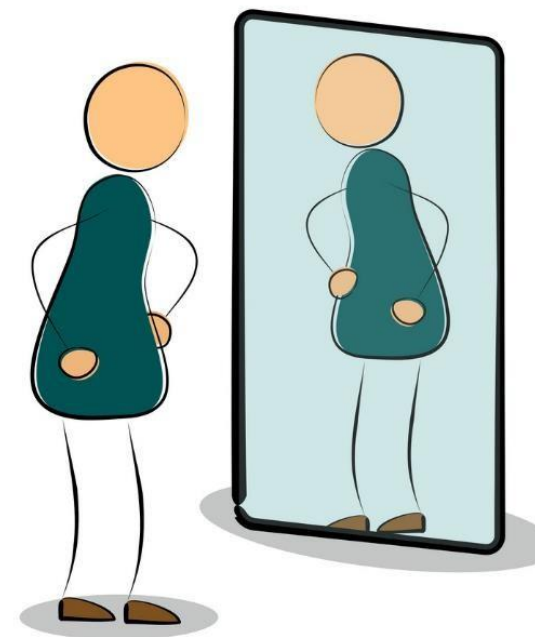
Merci / Gracias / Gràcies / Blagodaram  
Atentamente 😊

# UNIDAD 3

## Consejos sobre cómo preparar y motivar a un emprendedor.

Marina Lukić  
Marija Milosavljević

Si estoy desempleado y no me encuentro estudiando significa que...



## Comprendiendo el contexto – ¿Qué jóvenes están en situación de ni estudia ni trabaja ?

- Persona en situación de desempleo y que no se encuentra estudiando en el presente.
- Centrada en la juventud.
- Múltiples factores llevan a una persona en situación de no estudia-no trabaja.
- Varias consecuencias – materiales y psicológicas.



## Comprendiendo el contexto – ¿Qué jóvenes están en situación de desempleo y no están estudiando?

Un estudio realizado en West Yorkshire en 2014: con 315 jóvenes en situación de desempleo y no están estudiando.

- 42% experimentaron estrés/ansiedad.
- 29% experimentaron depresión.
- 25% raramente abandonaban el hogar.
- 15% tomaban demasiado alcohol.
- 8% se autolesionaban.

## Principales motivos por los cuales tenían dificultades para acceder a la educación o al empleo...

- 58% sentían que su falta de experiencia afectó sus oportunidades laborales.
- 40% de los jóvenes pensaba que sus habilidades y calificaciones “no eran suficiente”.
- 35% falta de confianza.
- 12% sentían que su dificultad de aprendizaje o discapacidad física afectaba su acceso a las oportunidades.
- 9% sentían que el perjuicio o la discriminación era la principal razón por lo que estaban desempleados y no estaban estudiando.

No tengo trabajo y no estoy estudiando, lo que significa que...  
**necesito ayuda.**



## Cosas clave que los orientadores deben tener en cuenta...

- No juzgar**, pero ser muy claro acerca de sus responsabilidades.
- Hacer que **el/la joven comprenda su parte** de responsabilidad en la situación.
- Presentar las consecuencias de una **manera comprensible**.
- La Paciencia es la clave.**



## Preste atención a su alumno

- Mire directamente a su interlocutor
- Evite distracciones
- Sea consciente del lenguaje corporal de su interlocutor

## Fomente el respeto y la comprensión

- Sea honesto con sus respuestas
- Sea respetuoso dando su opinión
- Trate a la otra persona de la forma que vea que quiere ser tratada



Reflexionar sobre lo siguiente:

- “¿Estoy en lo cierto al decir que quieres decir...?”
- “lo que entiendo es...”
- “Parece que estás diciendo que...,”

Formule preguntas para aclarar ciertos puntos

- “¿Qué quieres decir cuando dices...?”
- “¿Esto es lo que quieres decir?”

Haga resúmenes periódicos sobre lo que explique su

- “Has mencionado que... y viste que... y decidiste que...”



### Preguntas cerradas

- ¿Te sientes mejor hoy?
- ¿Has terminado tu tarea?
- ¿Esta es tu respuesta final?
- ¿Te estas planteando convertirte en enfermera?
- ¿Crees que es un error vivir de manera independiente a tu edad?
- ¿Te puedo ayudar?
- ¿Las matemáticas son tu asignatura favorita?
- ¿Estas embarazada?
- ¿Cuál es tu mejor cualidad? (Pueden contestar con una sola palabra o bien en una respuesta corta)

### Preguntas abiertas

- ¿Qué crees que pasaría si...?
- ¿Qué planes tienes para el futuro?
- ¿Qué te hizo decidir dejar la escuela?
- ¿Qué planeas hacer?
- ¿Como fue tu experiencia en la escuela?
- ¿Cómo lo haces para educar a tus hijos sola?
- ¿Como es vivir con tu familia?
- Hoy pareces nervioso/a, como es eso?
- ¿Qué piensas que es lo más beneficioso de reprender tus estudios?
- ¿Hay alguna cosa que te gustaría compartir?

## Ofrezca comentarios frecuentes y genuinos.

- Ofrezca elogios frecuentemente si una madre joven está trabajando duro durante un periodo de tiempo relativamente largo (semanas/meses).
- En lugar de decir “eres muy inteligente” o “eres el que mejor escribe del grupo”, ofrece cumplidos realistas como “eres un buen escritor”.

## Hágales comentarios específicos.

- En lugar de decir “Buen trabajo”, puede decir: “Buen trabajo al superar tu examen, debes haber tenido que esforzarte mucho dada tu situación”.
- Afirmaciones – Reconozca los comportamientos positivos, utilice elogios positivos.

## Hábleles en clave positiva

- En lugar de decir “Buen trabajo” mejor diga: “Estoy orgulloso/a de ti”.
- Enfátice en los comportamientos que quiere reforzar en lugar de esperar que los negativos disminuyan.
- Nunca mezcle elogios con críticas o perderá su efectividad.

## Premie el esfuerzo no el resultado

- Los elogios pueden construir una buena autoestima cuando se reconoce el esfuerzo.
- En lugar de elogiar una buena nota en un examen, elogie el esfuerzo y la voluntad que ha puesto en ello.

## ¿Qué herramientas podrían utilizar los orientadores?

1. La Entrevista Motivacional es una técnica psicológica que la mayoría de los psicólogos, terapeutas y orientadores utilizan al comienzo del proceso de asesoramiento.

2. Plan de aprendizaje individual

Identifica las necesidades y prioridades de aprendizaje individuales del estudiante, describe la educación y metas para el estudiante a corto y/o largo plazo y las acciones, estrategias, modificaciones y adaptaciones que se tomarán para lograrlas.

# Entrevista Motivacional

Permite al orientador dejar que los usuarios expresen sus dudas. Esto solo sucede cuando existe un ambiente de confianza y aceptación entre el orientador y el usuario.

Puntos clave:

- Permita que los clientes expongan sus **propios argumentos**.
  
- Expresa empatía a través de la escucha reflexiva**, escuche lo que dicen los clientes, muestre interés en ellos.
  
- Evite discusiones y confrontaciones directas** – Nunca juzgue ni deje que los clientes sientan que están siendo juzgados.
  
- Adáptese a la resistencia de los clientes** en lugar de oponerse a ella directamente; si los clientes se resisten, puede profundizar un poco más y hacerles ver donde puede radicar el problema haciéndole preguntas que provoquen respuestas para que sean ellos quienes analicen la respuesta.
  
- Apoye la autoeficacia y el optimismo** – su función como orientador es ayudar a los clientes a generar confianza y fomentar un comportamiento positivo. Apoyar a los clientes a creer en sí mismos.



**Step.1**

Pose the Question: **Who are your top three role models? Who do you admire and why? Who impresses you? They can be real or imaginary, someone you would just like to be.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**Step. 2**

**Name three people who have influenced your life up to this point.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**Step.3**

**Note what it is that you think is good about this person? What have you learned from them? What makes them so special?**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

**What qualities have they got that could enhance your own life (an example could be they are very confident)**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

**Step.5**

**Think about any ways that you could bring these qualities into your own life (an example could be confidence building)**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

**Step.6**

**Choose one key area that you have identified as something you admire about your role model and try to work on this action over the coming weeks. Revisit that action over a stated period of time and see if there is any change.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

## Plan Individual de Aprendizaje (PIA)

- Documento vivo y flexible que se revisa y modifica con el tiempo.
- Asigna responsabilidad y rinde cuentas para implementar y evaluar el plan.
- Proporciona un registro continuo para garantizar la continuidad del aprendizaje, permite a los involucrados identificar las fortalezas clave para ...



### Antes de la consulta inicial con los usuarios, el orientador debe:

- Leer y finalizar el documento.
- Considere con qué frecuencia podrá vincularse con el joven para desarrollar y utilizar el PIA.
- Considere que parte del documento planea completar en la primera sesión.
- Identifique las ambiciones, metas y planes del joven; Identifique también sus miedos, experiencias y desafíos.
- Dedique tiempo a brindar apoyo personalizado para “controlar” al joven.
- Continúe apoyándolos y reconociendo sus éxitos y fortaleciendo su confianza.
- Explique el Plan de Aprendizaje Individual al joven. (Como funciona y por qué)

- ¡Recuerde que el documento es un “documento de trabajo” y debe acordarse y completarse juntos!
- Decida la cantidad de contenido que completará hoy.
- Decida las tareas propuestas por tusted y por el joven antes de la próxima reunión.
- Planifique la fecha/hora para la próxima reunión. Solo funcionará si ambas personas están comprometidas y creen en el proceso.
- Enviar un recordatorio puede ayudar al joven a organizarse antes de la próxima reunión.
- Algunos días no habrá progreso/éxito pero ¡también está bien!
- Ésta es una herramienta de apoyo y no tiene por qué ser utilizada en cada reunión que tenga con el joven.

## ¿Entrevistas motivacionales y PIA como apoyo a los futuros emprendedores?



*Cómo afecta la confianza  
en uno mismo a los  
emprendedores?*



# ¿Por qué la confianza es importante cuando elegimos emprender?

El emprendedor tomará decisiones poderosas.

El emprendedor se siente más exitoso

El emprendedor aceptará más fácilmente los fracasos

Los demás sentirán su confianza

# Cómo reconocer la falta de confianza?

- dificultad para tomar decisiones
- miedo a tomar decisiones
- miedo a ser juzgado/criticado
- dificultad para hablar en público
- querer siempre complacer a los demás
- autoimagen negativa
- evitar reuniones/ocasiones sociales
- buscar siempre la aprobación de los demás.
- Incapaz de aceptar cumplidos genuinos.
- autocomparación.
- dudas e inseguridades
- incapacidad para tomar medidas sobre objetivos establecidos
- tendencia a renunciar demasiado pronto a los objetivos establecidos
- evitación del contacto visual, especialmente durante la conversación.
- poner siempre excusas
- tomar la crítica constructiva de forma personal (entre otros)

### Las razones podrían ser...

- infancias infelices con padres, profesores o familiares excesivamente críticos.
- trauma o abuso.
- discapacidades físicas.
- condiciones de salud subyacentes.
- **Acontecimientos estresantes de la vida.**
- **Deudas impagables/problemas financieros (entre otras cosas)**

### Lo que lleva a ...

- ineficiencia e improductividad.
- estrés mental y ansiedad.
- no permite el crecimiento y el progreso; ya sea en los negocios, el trabajo y la vida en general.
- hace que uno sea menos arriesgado, cosa que hace más difícil alcanzar el éxito.

Orientador como apoyo  
... otra vez 😊





# ¿Que podría hacer ?

- Dar cumplidos genuinos
- Anímelos a hablar más
- Muestre profundo respeto por sus sentimientos
- Anímelos a E.Q.U.I.V.O.C.A.R.S.E
- Motivelos a establecer metas
- Anímelos a desarrollar una imagen positiva de sí mismos
- Evite la comparación
- Anímelos/ayudelos a desarrollarse
- Anímelos dando ejemplo.

# ¿Que podríamos sugerir a los jóvenes emprendedores?

- Aprovecha tus fortalezas y nunca dejes de aprender.
- Prioriza tus pasiones.
- Muéstrales como sus intereses llevan al éxito a largo plazo.
- Admite que has aprendido de tus errores del pasado.
- Evita poner excusas y culpar a los demás.
- Desarrollar su autoestima y la habilidad de adaptarse.
- Reconocer las relaciones como la verdadera clave del éxito

## Vamos a conocerlos 😊



**Petar Ninovski** es el fundador de Brainster.co, la primera empresa que brinda educación especializada enfocada en el sector de TI y medios digitales brindando así oportunidades de cambios profesionales. El éxito fue que, una vez finalizados los cursos, más del 80% de los estudiantes trabajan en empresas sociales de Brainster.

Los cursos fueron muy populares, por lo que después de unos meses se sobresaturó el mercado porque había más de 149 materias diferentes que comenzaron a ofrecer educación reglada y no reglada.

Para afrontar este desafío y seguir siendo innovadores y líderes en el mercado, este año, Peter y Brainster lanzaron su universidad, Brainster Next College. Su modelo es estudiar ahora y pagar después de conseguir empleo. De esta manera tienen un impacto positivo en la decisión sobre la educación superior, que a menudo se toma en función de las finanzas de los padres/estudiantes.

Este es un modelo único y el primero en el país que no involucra calificaciones pasadas para valorar la cantidad de dinero que se pagará para la educación superior.

Además, sabiendo que más del 40% de los jóvenes están desempleados y no tienen recursos económicos para estudiar, Brainster ofrece una oportunidad única de educación para los jóvenes sin tener en cuenta sus antecedentes.

Appel d'Aire es una organización sin ánimo de lucro que desde entonces funciona como una organización de formación y campo de trabajo de integración. Fundada en 1997 en colaboración con el Ministerio de Justicia (Protección Judicial de la Juventud), fue desarrollada íntegramente en 2002 por su director Julien Acquaviva.

La asociación Appel d'Aire lleva a cabo sus actividades de movilización con jóvenes que han abandonado la escuela, refugiados y/o que se encuentran bajo supervisión judicial. Con edades comprendidas entre 16 y 25 años, pueden incorporarse al campo de trabajo y reciben formación para trabajar en la madera y en el metal. Sus productos luego se venden a quien quiera comprarlos, principalmente a empresas privadas, instituciones sin fines de lucro, pero también a particulares.

El objetivo del campo de trabajo es aumentar la confianza enseñando a los jóvenes a trabajar el metal y la madera, capacitándolos para trabajar en grupo y realizando sus actividades fuera del horario laboral. Este campo de trabajo les permite estar activos en un trabajo gratificante, ya que el trabajo manual hace trabajar las manos y también el cerebro. Esto significa construir proyectos de muebles con madera y metal donde alumnos y formadores trabajan codo con codo.

¡Todos tienen el mismo objetivo, cada uno con sus propias habilidades!

Esta relación de trabajo establece una relación de confianza. Sin esta confianza no es posible una labor educativa con jóvenes que a menudo se encuentran en situaciones que en la jerga se describe como “muerte relacional”

<https://appeldaire.net/>



Marijo Torres, diseñadora de Malahierba, trabajó en diferentes sectores de la moda en multinacionales y marcas de diseñadores y luego fundó Malahierba como un proyecto personal para desarrollar su trabajo personal, artístico y creativo y unir diferentes disciplinas. Según su marca y filosofía de vida, los diseños se realizan íntegramente en Barcelona. Además, en el mismo punto de venta de Malahierba se apuesta por los proveedores y la producción local.

Marijo Torres siempre se ha interesado por la forma en que el ser humano se expresa a través de su vestimenta, qué proyectamos dependiendo de lo que vestimos y de nuestro estado de ánimo ese día. Marijo cree que cada pieza que ha creado tiene un alma diferente que permite conectar con la mujer adecuada y caminar con ella en la dirección que ella decida.

Una de las cosas que más le entusiasma es escuchar a sus clientes hablar sobre sus prendas, aquí ella se da cuenta de por qué es diseñadora y por qué lo hace.

<https://malahierbafashion.com>





Merci / Gracias / Gràcies / Blagodaram  
por vuestra atención 😊

 pulse  
GroupesOS

# UNIDAD 4

# PASO A PASO HACIA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA & DÓNDE ENCONTRAR RECURSOS Y APOYO



# ESQUEMA DE LA FORMACIÓN

**10:15 – 10:45** – Energía y metas

**10:45 – 11:15** – De la idea al proyecto

**11:15 – 11:45** – Cómo evaluar la madurez de una idea

**11:45 – 12:00** – Pausa

**12:00 – 12:20** – Presentación de las partes interesadas. Herramientas & consejos.

**12:20 – 12:45** – Evaluación del aprendizaje.



# OBJETIVOS

- Comprender las oportunidades de **integración profesional** a través de la creación de empresas.
- Conocer las **etapas clave de la creación de empresas** para orientar según la **madurez** de los proyectos.
- Saber **identificar actores** del ecosistema de emprendimiento.
- Disponer de **herramientas y recursos** útiles para la elaboración de un proyecto emprendedor.



Este marco de referencia le permitirá reflexionar sobre sus prácticas actuales, así como proporcionarle herramientas útiles para orientar mejor al joven o la joven que no está empleado ni tampoco está estudiando.



01

# PASO-A-PASO

Etapas en la creación de una empresa.



# PRIMEROS PASOS DEL EMPRENDIMIENTO



**¡TU TURNO!**



# EL VIAJE DE UN EMPRENDEDOR HASTA SU LANZAMIENTO

Investigación personal

Estudio de mercado y viabilidad

Creación de la oferta

Prueba de la oferta

Consolidación de la oferta

Lanzamiento

Desarrollo

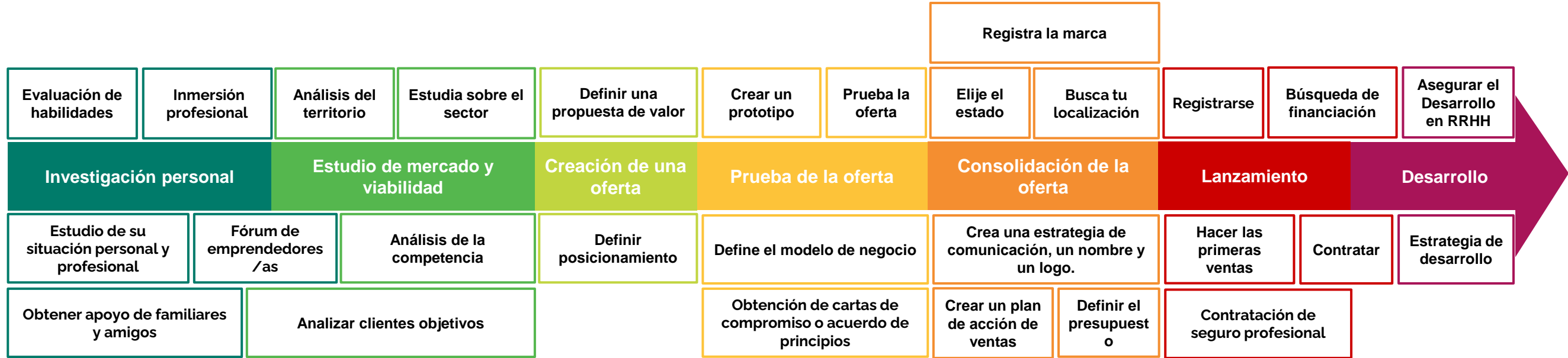


**¡TU TURNO!**





# EL VIAJE DE UN EMPRENDEDOR HASTA SU LANZAMIENTO



# ESTUDIO DE UN CASO



Sara quiere abrir una panadería en Barcelona



# JUEGO DE ROLES



# CÓMO GUIAR A LOS JOVENES DESEMPLEADOS Y QUE NO ESTÁN ESTUDIANDO AL EMPRENDIMIENTO

---

1. Recopilar y analizar información con la persona.
2. Conocer en qué punto de su proyecto se encuentra la persona (creación de la empresa, experiencia, por qué quiere crear, formación, etc.)
3. Identificar la urgencia del Proyecto (¿plazo medio o largo plazo?)
4. Explicar los pasos en la construcción de su proyecto de creación de empresas.
5. Confrontarlos con las realidades del emprendimiento.
6. Ordenar las prioridades.



Pausa

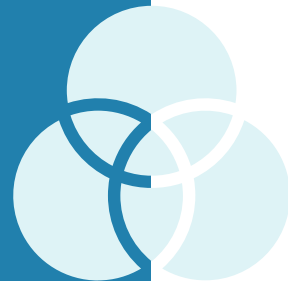




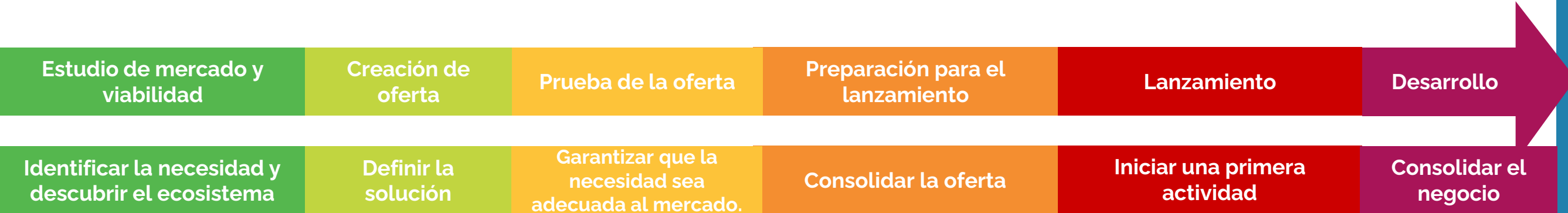
# 02 EL ECOSISTEMA DEL EMPRENDEDOR

# LA TIPOLOGÍA DE LOS PARTICIPANTES

- Los participantes de la emergencia y la sensibilización.
  - Los participantes de la creación dan soporte.
  - Los participantes de la financiación.
  - Los participantes del seguimiento post-creación
- Servicios de desarrollo económico.
  - Estructuras físicas de alojamiento: espacios de coworking.
  - Estructuras de alojamiento legal.
  - Los participantes de soporte técnico.
  - Redes de soporte.



# EN CADA ETAPA, SUS PARTICIPANTES



Participantes de la emergencia y la sensibilización

Participantes en la incubación

Estructuras físicas de alojamiento: espacios de coworking

Estructuras de alojamiento legal

Participantes del seguimiento post-creacion

Los participantes de la financiación

Los participantes de soporte técnico

Redes de soporte



# HERRAMIENTAS Y RECURSOS PARA PREPARAR UN PROYECTO EMPRENDEDOR

**Tienes las herramientas para evaluar un proyecto emprendedor?**



# HERRAMIENTAS Y RECURSOS PARA PREPARAR UN PROYECTO EMPRENDEDOR

1. Establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la Star-Up (SWOT)
2. Presentar el modelo de negocio utilizando Canva (Canva Business Model)





# DAFO

Favorable

Desfavorable

Interno

- Fortalezas, Know-how, ventaja competitiva
- Diferencias de la empresa con otras en el mercado
- Traspaso de conocimiento y experiencia y conocimiento del producto
- Dominio de varios idiomas, diplomas o credenciales
- Proyecto relevante, capacidad de innovación, agilidad
- Aspectos de la empresa que los clientes potenciales aprecian, competitividad comercial y tecnológica...

- Aspectos que mejorar
- ¿Qué iniciativas son menos exitosas y por qué?
- Falta de visibilidad en redes sociales por falta de presupuesto, por ende, menos ventas
- Falta de herramientas (ordenadores, suministros....)
- Problemas de movilidad, idioma y habilidades
- ¿Qué está haciendo mejor la competencia?

**FORTALEZAS**

F D

**DEBILIDADES**

**OPORTUNIDADES**

O A

**AMENAZAS**

Externo

- Aspectos de mercado no cubiertos por los servicios o productos
- Colaborar con otros emprendedores que ofrecen productos o servicios similares
- Impulsa tu retorno y crea una empresa "real"
- Nuevas ayudas en un sector de actividad, legislación favorable
- Mercados o segmentos con alto potencial y crecimiento
- Cambios en el comportamiento del consumidor

- La evolución del sector de actividad
- ¿Qué tendencias en el mercado están surgiendo en el future?
- La llegada de nuevos actores al mercado puede provocar una pérdida de cuota de mercado
- Incremento de colaboradores en el mercado
- Inestabilidad económica
- Legislación desfavorable



# BUSINESS MODEL CANVAS

## The Business Model Canvas

Designed for:










Designed by:

On: 

--	--	--

Iteration: 

--	--	--

<h3 style="margin: 0;">Key Partners</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     Who are our Key Partners?                      Who are our key suppliers?                      Which Key Resources are we acquiring from partners?                      Which Key Activities do partners perform?  <b>Activities:</b>                      - Distribution channel management                      - Procurement of key resources                      - Negotiation of joint ventures and alliances                 </p>	<h3 style="margin: 0;">Key Activities</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     What Key Activities do our Value Propositions require?                      Our Distribution Channels?                      Customer Relationships?                      Revenue streams?  <b>Activities:</b>                      - Production                      - Distribution                      - Logistics and supply                      - Sales                      - Service                      - Procurement                      - Administration                      - Financing                 </p>	<h3 style="margin: 0;">Value Propositions</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     What value do we deliver to the customer?                      Which one of our customer's problems are we helping to solve?                      What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?                      Which customer needs are we satisfying?  <b>Value Propositions:</b>                      - Performance                      - Reliability                      - Design and Aesthetics                      - Price                      - Place                      - Risk Reduction                      - Convenience                      - Customization                      - Flexibility                 </p>	<h3 style="margin: 0;">Customer Relationships</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?                      Which ones have we established?                      How are they integrated with the rest of our business model?                      How costly are they?  <b>Relationships:</b>                      - Personal assistance                      - Self-service                      - Co-creation                      - Community                      - Alliance                      - Franchise                 </p>	<h3 style="margin: 0;">Customer Segments</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     For whom are we creating value?                      Who are our most important customers?  <b>Customer Segments:</b>                      - Mass Market                      - Niche Market                      - Segment of Mass                      - Individual                      - Organizational                 </p>
<h3 style="margin: 0;">Key Resources</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     What Key Resources do our Value Propositions require?                      Our Distribution Channels?                      Customer Relationships?                      Revenue Streams?  <b>Key Resources:</b>                      - Channels                      - Human Resources                      - Intellectual Property                      - Financial                 </p>		<p style="font-size: 12px; margin: 0;">Collaborate in real time</p>	<h3 style="margin: 0;">Channels</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?                      How are we reaching them now?                      How are our Channels integrated?                      Which ones work best?                      Which ones are most cost-efficient?                      How are we integrating them with customer routines?  <b>Channels:</b>                      - Direct                      - Indirect                      - Partners                      - Intermediaries                      - Resellers                      - Retailers                      - Wholesalers                      - Agents                      - Franchises                      - Distributors                 </p>	
<h3 style="margin: 0;">Cost Structure</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     What are the most important costs inherent in our business model?                      Which Key Resources are most expensive?                      Which Key Activities are most expensive?  <b>Cost Structure:</b>                      - Variable Costs                      - Fixed Costs                      - Semi-variable Costs                      - Overhead Costs                      - Infrastructure Costs                      - Personnel Costs                      - Marketing Costs                      - Research and Development Costs                      - Administrative Costs                      - Financial Costs                 </p>		<h3 style="margin: 0;">Revenue Streams</h3>  <p style="font-size: 8px; margin: 5px 0;">                     For what value are our customers really willing to pay?                      For what do they currently pay?                      How are they currently paying?                      How would they prefer to pay?                      How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?  <b>Revenue Streams:</b>                      - Transactional Revenue                      - Recurring Revenue                      - Revenue from Assets                      - Revenue from Intellectual Property                      - Revenue from Subscriptions                      - Revenue from Licensing                      - Revenue from Royalties                      - Revenue from Advertising                      - Revenue from Commissions                      - Revenue from Referrals                      - Revenue from Sponsorships                      - Revenue from Donations                      - Revenue from Grants                      - Revenue from Government                      - Revenue from Insurance                      - Revenue from Investments                      - Revenue from Loans                      - Revenue from Bonds                      - Revenue from Stocks                      - Revenue from Cryptocurrency                 </p>		

[www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



# ¡Vamos a jugar!



<https://app.klaxoon.com/join/MS6WVK5>



# Preguntas & comentarios

 pulse  
GroupesOS