



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

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

¿A qué vais a dedicar el proyecto?

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

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

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

¿Qué aporta cada uno de los miembros al proyecto?

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

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

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

Es la pregunta que debéis contestar después de ver lo que cada uno ha aportado o va a aportar al proyecto. ¿Cuánto vale lo que pongo? Esto evitará futuros malos rollos (yo

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

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

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

¿Cuáles son los hitos más importantes de nuestro proyecto?

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

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

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



Pacto de socios.

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



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

Toma de decisiones

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

Confidencialidad

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

Exclusividad

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

No competencia

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

Entrada y salida de socios

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

Permanencia

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Dos enfoques

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

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

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

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

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



Sociedades Limitadas
Sociedades Anónimas

Sociedades Cooperativas

Sociedades Laborales

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

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

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

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

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

Implicaciones en la toma de decisiones y el reparto de resultados

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

Implicaciones fiscales y laborales

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

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

Flexibilidad

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

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

B. Modelos de empresas basados en la cooperación

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

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

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

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



Es una empresa con **base democrática** (una persona, un voto)

Es una empresa en la que **lo importante son las personas**

Una empresa que reparte los **beneficios** de manera **igualitaria**

Una empresa en la que **tú puedes tomar las decisiones**

Una empresa en la que puedes **conciliar vida laboral y personal**

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

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

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

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

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

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



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

Las cooperativas tienen dos tipos de resultados:

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

Implicaciones fiscales y laborales

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

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

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

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

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

principio mutualista sobre el que se debe sustentar una cooperativa, que es uno de los aspectos más importantes, que la diferencia de las empresas capitalistas

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

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

Flexibilidad

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

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

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

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

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

4. Trámites y ayudas

Pago Único de la prestación de desempleo

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

Sociedades Cooperativas y Laborales

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

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

Sociedades Limitadas

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

Tarifa Plana

Sociedades Cooperativas y Laborales

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

Sociedades Limitadas

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



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

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

Ampliación Tarifa Plana

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

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

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

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

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

Otras Ayudas Específicas

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

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

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

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

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

”

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



Herramientas entorno digital para emprender

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

06



1. Herramientas de gestión

Certificado Digital

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

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

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

Enlace a CERES:

<https://www.sede.fnmt.gob.es/certificados>

Otra información:

<https://www.youtube.com/user/CertificadosCERES>

<https://www.youtube.com/watch?v=p19J0TOplks>

CRM & ERP

Qué es un CRM y un ERP

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

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

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

Para qué sirve un CRM

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

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

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

Ventajas del CRM

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

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

Para qué sirve un ERP

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

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

Ventajas del ERP

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

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

CRM y ERP ¿Cuáles son sus diferencias?

CRM

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

ERP

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

CRM

HubSpot



Precio: Gratuito.

- Cuenta con herramientas gratuitas de marketing, de ventas, de servicio y de operaciones. Ideal para el comienzo de tu negocio.

Acceso: <https://www.hubspot.es/products/crm>

Odoo



Precio: Dispone de versión gratuita.

- Es un conjunto de aplicaciones de código abierto que cubren todas las necesidades de tu compañía: CRM, comercio electrónico, contabilidad, inventario, ..Es más que un CRM.

Acceso: https://www.odoo.com/es_ES/app/crm

SalesForce



Precio: Desde 25€ usuario/mes.

Dispone de un conjunto de herramientas online personalizables y adaptables para toda su empresa.

Acceso: www.salesforce.com/es/crm

ERP`s

Sage 200cloud



Precio: Escalable.

- Se trata de un software orientado a Pymes basado en la nube. Los negocios que cuentan con sus servicios se benefician de la fácil escalabilidad del programa y su interfaz amigable.

Acceso: <https://www.sage.com/es-es/productos/sage-200cloud/>

Holded



Precio: 25 €/mes el plan básico para pymes y 9 €/mes el plan Plus para autónomos. Tiene 14 días de prueba gratis.

- Integra las herramientas que necesitas para gestionar todo tu negocio en un solo lugar: facturación, contabilidad, equipo, proyectos, inventario, CRM.

Acceso: <https://www.holded.com/es>

SAP Business One



Precio: 38 €/mes en la nube más los costes de servicios de implantación. Tiene 30 días de prueba gratis, sin límites.

- El ERP para optimizar la gestión de pequeñas empresas. Extensa funcionalidad estándar. Fácil de usar e implementar. Asequible. Ágil y conectado. Visión global del negocio.

Acceso: <https://www.sap.com/spain/products/business-one.html>

02. Herramientas de almacenamiento en la nube

Introducción. Ventajas de utilizar documentos online.

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

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

Principales herramientas de almacenamiento en la nube

Google Drive



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

Acceso: <https://drive.google.com/>

Dropbox



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

Acceso: https://www.dropbox.com/es_ES/

OneDrive



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

Acceso: <https://onedrive.live.com/about/es-es/signin/>

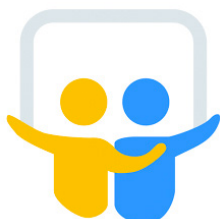
iCloud



Es un servicio exclusivo de almacenamiento para los usuarios de productos de Apple. Permite guardar los contactos, la agenda, el calendario, las fotos y cualquier tipo de documento.

Acceso: <https://www.icloud.com/>

Slideshare



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

Acceso: <https://es.slideshare.net/>

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

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

Asana



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

Acceso: <https://asana.com/es>

Trello



Trello es un software de administración de proyectos con interfaz web y con cliente para iOS y Android para organizar proyectos.

Crea un tablero, listas y tarjetas de Trello para empezar, y personalizarlos y expandirlos conforme el trabajo en equipo vaya a más. Gestiona proyectos, organiza tareas y fomenta un trabajo conjunto y colaborativo desde un mismo lugar.

Acceso: <https://trello.com>



Google Workspace



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

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

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

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

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

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

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

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

Miro



Una pizarra colaborativa virtual que acerca a los equipos, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Con Miro puedes ampliar y reducir los canvas y las pizarras digitales al infinito para trabajar como prefieras. Activa tu creatividad, planifica proyectos desde todos los ángulos posibles y crea núcleos centralizados de información, para mantener a todo tu equipo al tanto. Mira el panorama general sin perderte los detalles.

Acceso: <https://miro.com/es/>

Slack



Mantén la sintonía y toma decisiones más rápido al reunir toda tu comunicación laboral en un solo lugar.

Reúne a las personas y la información adecuadas en canales. Comparte ideas, toma decisiones y consigue que avance el trabajo con un propósito y un entorno comunes.

Automatiza las tareas diarias dentro y fuera de Slack, sin necesidad de código.

Acceso: <https://slack.com/intl/es-es/>

04. Herramientas de trabajo en remoto

Principales herramientas de trabajo en remoto

Teamviewer



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

Acceso: <https://www.teamviewer.com/es/>

Anydesk



Conéctate a un ordenador de forma remota desde el otro extremo de la oficina o desde cualquier parte del mundo.

El software de soporte remoto de AnyDesk también permite una compatibilidad perfecta entre aparatos con sistemas operativos distintos. Incluyendo la asistencia para Windows, macOS, Android, iOS, Linux, FreeBSD, Raspberry Pi y Chrome OS, podrá conectarse fácilmente con los usuarios desde una amplia gama de plataformas.

Acceso: <https://anydesk.com/es>

VNC Viewer



VNC es un programa que permite tomar el control del ordenador servidor remotamente a través de un cliente multiplataforma. Una vez instalado VNC en el ordenador, es posible acceder a él desde cualquier parte del mundo a través de Internet y desde cualquier dispositivo, como ordenadores o smartphones. VNC ofrece clientes especialmente adaptados a todas las plataformas.

Disponible para Windows, Mac, Linux, Android y iOS. Las versiones móviles se encuentran en Google Play y Apple Store respectivamente.

Acceso: <https://www.realvnc.com/es/connect/download/viewer/>

Google Remote Desktop



Un método fácil para conectarte de forma remota al ordenador de casa o del trabajo, o de compartir tu pantalla con otras personas.

Accede de forma segura a tu ordenador cuando estés fuera, ya sea mediante tu teléfono, tu tablet u otro ordenador.

Comparte tu pantalla para colaborar en tiempo real, o conéctate a otro ordenador para ofrecer o recibir asistencia remota.

Acceso: <https://remotedesktop.google.com/?pli=1>

Remote Desktop Manager



Remote Desktop Manager te permite centralizar todas tus conexiones, contraseñas y credenciales remotas en una plataforma única.

Una potente aplicación para gestionar las conexiones entre dos o más ordenadores y dispositivos móviles e intercambiar datos entre ellos.

Con Remote Desktop Manager es posible administrar conexiones remotas en ordenadores y dispositivos móviles. Se trata de una completa aplicación, en sus diferentes versiones, que ofrece una versión gratuita, válida para muchos usuarios.

Acceso: <https://remotedesktopmanager.com/>



05. Herramientas de seguridad Informática y privacidad de datos

1. Seguridad informática

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

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

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

Principales web y herramientas de ciberseguridad

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

OSI (Oficina de Seguridad del Internauta)

La OSI (Oficina de Seguridad del Internauta) ofrece varias herramientas gratuitas de ciberseguridad.

Acceso: <https://www.osi.es/es/herramientas-gratuitas>

 Copias de seguridad <input type="checkbox"/>	 Gestión de Tareas <input type="checkbox"/>	 Mantenimiento y Limpieza <input type="checkbox"/>
 Cifrado de datos y gestión de co... <input type="checkbox"/>	 Privacidad y navegación segura <input type="checkbox"/>	 Control parental <input type="checkbox"/>
 Antivirus <input type="checkbox"/>	 Análisis de tráfico de red <input type="checkbox"/>	 Análisis online y cleaners <input type="checkbox"/>
 Acceso remoto <input type="checkbox"/>	 Antirrobo <input type="checkbox"/>	 Cortafuegos <input type="checkbox"/>

INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad)

Ofrece diversas herramientas de ciberseguridad para la empresa.

Acceso: <https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/herramientas>



POLÍTICAS DE
SEGURIDAD PARA LA
PYME

Políticas de Seguridad para la empresa

Acceso: <https://youtu.be/oado7fL4fz0>



SERVICIO ANTIBOTNET

Servicios Antibotnet

Acceso: <https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/herramientas/servicio-antibotnet>



ANÁLISIS DE RIESGOS
EN 5 MINUTOS

Herramienta de autodiagnóstico en 5 minutos

Acceso: <https://adl.incibe.es/>



AYUDA RANSOMWARE

Servicio gratuito para prevenir, subsanar y denunciar ataques (Ransomware)

Acceso: <https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/guias/ransomware-guia-aproximacion-el-empresario>



CATÁLOGO
CIBERSEGURIDAD

Catálogo de empresas y soluciones de ciberseguridad

Acceso: https://www.incibe.es/sites/default/files/contenidos/guias/doc/catalogo_ciberseguridad.pdf

2. Privacidad y seguridad de los datos

Guía “Privacidad y Seguridad en Internet”

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

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

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

Principales web y herramientas de protección y seguridad de datos



OSI (Oficina de Seguridad del Internauta)

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

Cifrado y gestor de contraseñas

Acceso a 11 Herramientas que se utilizan para codificar/decodificar información, de forma que sólo quien conozca la contraseña adecuada puede descifrarla. Almacén seguro de contraseñas.

Acceso: https://www.osi.es/herramientas-gratuitas?herramienta_selec%5b%5d=118

Privacidad y navegación

Acceso a 13 Herramientas que ayudan a proteger la privacidad de un usuario en internet.

Acceso: https://www.osi.es/herramientas-gratuitas?herramienta_selec%5b%5d=119

is4K



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

Acceso: <https://www.is4k.es/de-utilidad/herramientas>

Facilita RGPD



Facilita RGPD es una herramienta fácil y gratuita de la Agencia Española de Protección de Datos. Ha sido diseñada como un recurso útil para cualquier empresa o profesional, ya que con tan solo tres pantallas de preguntas muy concretas permite a quien la utiliza valorar su situación respecto del tratamiento de datos personales que lleva a cabo.

Facilita RGPD está orientada a empresas que tratan datos personales de escaso riesgo, como, por ejemplo, datos personales de clientes, proveedores o recursos humanos. No podrá utilizarse para tratamientos que impliquen un alto riesgo para los derechos y libertades de las personas, como datos de salud o tratamientos masivos de datos, entre otros.

La herramienta genera diversos documentos adaptados a la empresa concreta, pero hay que tener en cuenta que Facilita RGPD es una ayuda y, por tanto, la documentación resultante deberá estar adaptada y actualizada a la situación de los tratamientos que se lleven a cabo en cada entidad. La obtención de los documentos no implica el cumplimiento automático del RGPD.

Acceso: <https://www.aepd.es/es/guias-y-herramientas/herramientas/facilita-rgpd>

06. Herramientas de comunicación

WhatsApp



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

Las funciones que incluye esta aplicación son las siguientes:

- **Mensajes: Mensajería simple y confiable.**

Envía mensajes gratis a tus amigos y familiares. WhatsApp usa la conexión a Internet de tu teléfono para enviar mensajes y así evitar cargos de SMS.

- **Chats de grupo: Grupos para mantenerse en contacto.**

Mantente en contacto con el grupo de personas que más te importa, como tu familia o tus compañeros de trabajo. Con los chats de grupo, puedes compartir mensajes, fotos y videos con hasta 256 personas a la vez. También puedes darle un nombre al grupo, silenciarlo, personalizar las notificaciones y mucho más.

- **Llamadas y videollamadas: Habla sin restricciones.**

Con las llamadas, puedes hablar con tus amigos y familiares gratis, incluso si están en otro país. Y con las videollamadas gratis, puedes conversar cara a cara cuando necesites algo más que simplemente escucharles la voz o leer un mensaje de texto. Las llamadas y videollamadas de WhatsApp utilizan la conexión a Internet de tu teléfono, en lugar de los minutos de voz de tu plan de telefonía móvil, así que no tienes que preocuparte por cargos de llamadas costosos.

- **Fotos y vídeos: Comparte momentos importantes.**

Envía fotos y videos con WhatsApp de manera instantánea. También puedes capturar los momentos que más te importan con nuestra cámara integrada. Con WhatsApp, las fotos y los videos se envían rápidamente, aunque tu conexión a Internet sea lenta.

- **Documentos: Comparte documentos fácilmente.**

Envía archivos PDF, documentos, hojas de cálculo, presentaciones y mucho más sin necesidad de usar otra aplicación o tu correo electrónico. Puedes enviar documentos de hasta 100 MB como máximo, así que puedes hacer llegar lo que necesitas a quien quieras fácilmente.

- **Mensajes de voz: Di lo que piensas.**

Algunas veces, tu voz lo dice todo. Con tal solo presionar un botón, puedes grabar un mensaje de voz para enviar un saludo rápido o contar algo con más detalles.

Acceso: <https://www.whatsapp.com>

WhatsApp Business



WhatsApp Business es una aplicación que se puede descargar de manera gratuita, diseñada para atender las necesidades de las pequeñas empresas. Con esta aplicación, es más fácil comunicarte con tus clientes, enseñarles tus productos y servicios, y responder las preguntas que tengan durante la experiencia de compra. Crea un catálogo para mostrar tus productos y servicios, y usa herramientas especiales para automatizar, ordenar y responder mensajes rápidamente.

WhatsApp Business también puede ser útil para las empresas medianas y grandes, ya que pueden usarlo para brindar servicio de atención al cliente y enviar notificaciones importantes a sus clientes.

Las funciones que incluye esta aplicación son las siguientes:

- **Destácate: Perfil de empresa**

Crea un perfil de empresa que tenga información útil para tus clientes, como una descripción de tu empresa, la dirección, el correo electrónico y el sitio web.

- **Más mensajes, menos trabajo: Respuestas rápidas**

Con las respuestas rápidas, puedes guardar y volver a usar los mensajes que envías con frecuencia para responder fácil y rápidamente a las preguntas más comunes.

- **Organízate: Etiquetas**

Organiza tus contactos o chats con etiquetas para poder encontrarlos fácilmente.

- **Responde al instante: Mensajes automáticos**

Configura un mensaje de ausencia cuando no puedas responder para que tus clientes sepan cuándo recibirán una respuesta. También puedes crear un mensaje de bienvenida para presentarles la empresa a tus clientes.

Acceso: <https://www.whatsapp.com/business>

Telegram



Telegram es una aplicación de mensajería enfocada en la velocidad y seguridad, es súper rápida, simple y gratuita. Puedes usar Telegram en todos tus dispositivos al mismo tiempo. Tus mensajes se sincronizan a la perfección a través de cualquiera de tus teléfonos, tablets o computadoras.

Con Telegram, puedes enviar mensajes, fotos, videos y archivos de cualquier tipo (doc, zip, mp3, etc.), como también crear grupos de hasta 200.000 personas o canales para hacer difusiones a audiencias ilimitadas. Puedes escribir a tus contactos del teléfono y encontrar personas a través de sus nombres de usuario. Como resultado, Telegram es como el SMS y el correo electrónico combinados, y puede satisfacer todas tus necesidades de mensajería personal o de negocios. Además, ofrece llamadas de voz y videollamadas con cifrado end-to-end, así como chats de voz en grupos que permiten miles de participantes.

Acceso: <https://telegram.org/>

07. Herramientas de comunicación con el cliente

Google Forms



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

Acceso: <https://docs.google.com/forms/u/0/>

Form Publisher



Se trata de un add-on, o complemento, añadido a la cuenta de Google con un tipo de cuenta gratis, y otra premium (de pago). Se instala el software vinculado a la cuenta Google, por lo que se accede al mismo a través de un navegador (como Chrome y Firefox).

Este software permite la conversión automática a pdf de los registros ingresados a través de los formularios google. Software especialmente interesante para formularios de gestión de datos personales.

Acceso: <https://form-publisher.com>

Mailchimp



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

Acceso: <https://mailchimp.com/es>

Acumba Mail



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

Acceso: <https://acumbamail.com/>

08. Herramientas de pago electrónico

PayPal



PayPal es un servicio que te permite pagar, enviar dinero y aceptar pagos sin tener que introducir tus datos financieros continuamente. Paga con PayPal de forma más rápida y segura. 250 millones de personas de más de 200 países y mercados usan PayPal y en 25 divisas.

En cuanto a protección, PayPal utiliza tecnología de cifrado y prevención de fraudes de forma ininterrumpida para proteger tu información. Y, si un artículo que cumple ciertos requisitos no te llega o no coincide con la descripción original, pueden reembolsarte el importe. Además, si decides devolver una compra, puedes solicitar el reembolso de los gastos de devolución.

En cuanto a flexibilidad, vincula tu cuenta bancaria o tu tarjeta a tu cuenta PayPal. Elige cómo quieres pagar sin preocuparte de tener o no saldo en tu cuenta PayPal.

Envía dinero a tus amigos y familiares en solo unos clics. Lo único que necesitas es la dirección de correo electrónico o el número de teléfono del destinatario.

Podrás saldar tus deudas en cuestión de segundos.

Para operar con PayPal, crea una cuenta, vincula tu cuenta bancaria o tu tarjeta y paga usando solamente tu correo electrónico y una contraseña, o con el número de móvil y un PIN.

Acceso: <https://www.paypal.com/es/webapps/mpp/home>

Bizum



Bizum es la forma más fácil, rápida y segura de realizar pagos desde el móvil.

Enviar y recibir dinero más rápido que nunca: Con Bizum olvídate de pedir IBAN o transferencias que tardan días en llegar. Sólo necesitas tu móvil y el número de teléfono de la persona a la que quieres enviar el dinero.

Sin importar el tamaño de tu empresa, ya puedes aceptar pagos con Bizum en tu comercio online o pagar promociones, premios y descuentos.

Acceso: <https://bizum.es/>

Amazon Pay

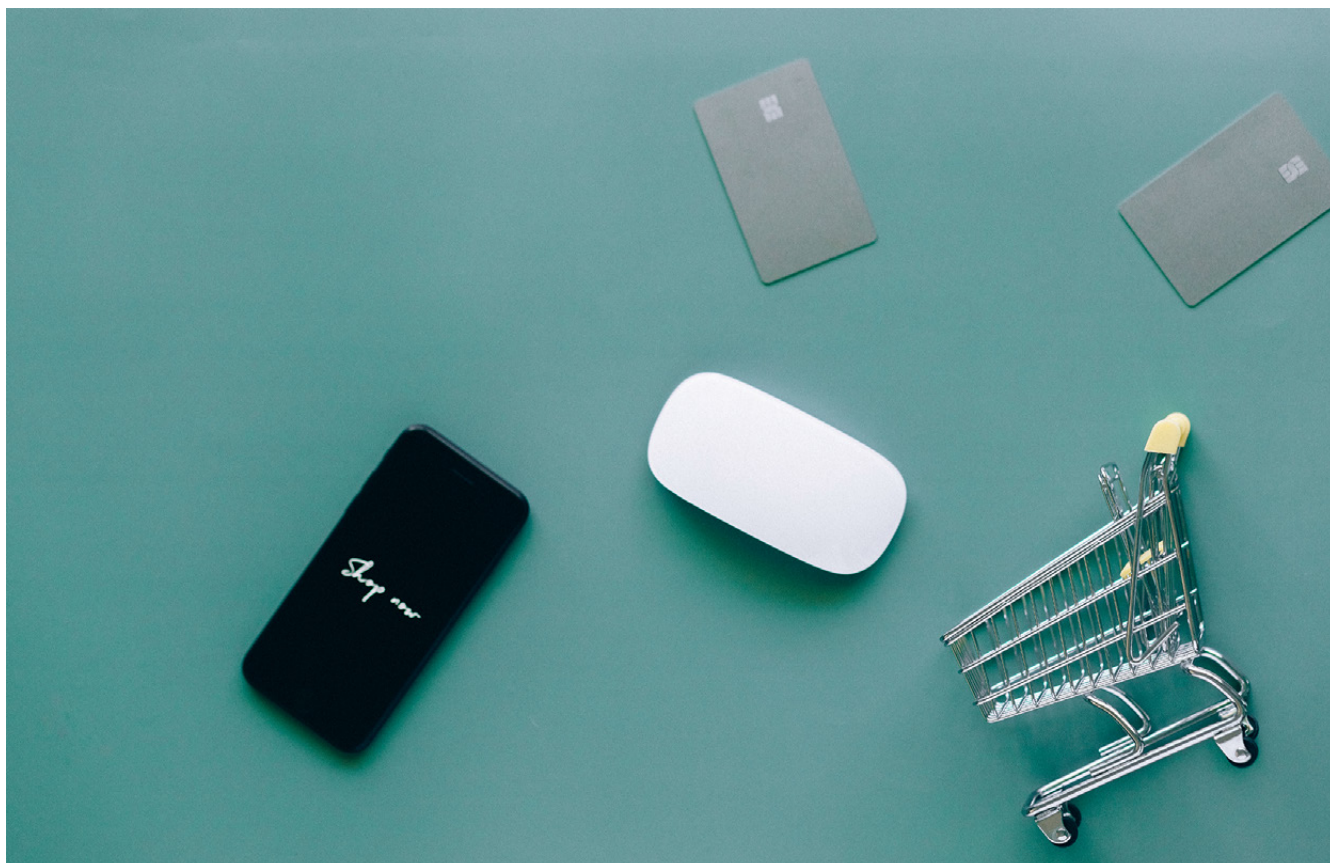


Amazon Pay es un servicio de pago online que se integra perfectamente con tu sitio web.

Puedes optimizar tu proceso de compra para web y dispositivos móviles con Amazon Pay, una solución de pago online flexible y fácil de integrar.

Desde pagos recurrentes hasta reservas de artículos, Amazon Pay te ayuda a resolver una gran variedad de necesidades de pago.

Acceso: <https://pay.amazon.es/>



Apple Pay



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

Acceso: <https://www.apple.com/es/apple-pay/>

Google Pay



Google Pay, es una plataforma desarrollada por Google para su uso en sistemas de pago desde dispositivos móviles, ofreciendo a los usuarios la capacidad de hacer pagos con dispositivos Android, tabletas o smartwatches.

Con Google Pay, tus clientes pueden disfrutar de una experiencia de compra más rápida gracias a su servicio de autenticación adicional integrado, y a ti te ayuda a cumplir con los nuevos requisitos del sistema de autenticación reforzada (es decir, el Strong Customer Authentication o SCA) de la nueva Directiva de Servicios de Pago, PSD2.

Acceso: https://pay.google.com/intl/es_es/about/business/

09. Creación de páginas web

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



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



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



themeforest

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



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



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

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

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

Existen muchas empresas proveedoras de Hosting, por lo que aquí tienes una guía que plantea aspectos a tener en cuenta a la hora de contratarlo:

<https://www.haciaelautoempleo.com/contratar-un-hosting-profesional>

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

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



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

Nombre de dominio: **[andaluciaemprende.es](https://www.andaluciaemprende.es)**

URL: **<https://www.andaluciaemprende.es>**

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

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

A continuación te indicamos un listado de agentes registradores oficiales por dominios .es:

<https://www.dominios.es/agentes-registradores/nuestros-agentes-registradores#block-views-block-agentes-registradores>

10. Herramientas de diseño gráfico y vídeo

Imagen y marca online

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

<https://unsplash.com/>

<https://www.pexels.com/es-es/>

Otros son de pago como por ejemplo: <https://sp.depositphotos.com/>

Principales herramientas de diseño gráfico y vídeo

Canva



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

Acceso: <https://www.canva.com/>

Gimp



Gimp es una herramienta para el diseño gráfico gratuita. Sirve para procesar gráficos y fotografías digitales.

Acceso: <https://www.gimp.org/>

Picmonkey



PicMonkey es un servicio de diseño y edición de fotografías en línea al que se puede acceder desde un navegador web o mediante una aplicación móvil.

Acceso: <https://www.picmonkey.com/es>

Animoto



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

Acceso: <https://animoto.com/>

11. Redes sociales

Introducción

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

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

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

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



Facebook

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

<https://es-es.facebook.com/>



Twitter

Es una red social, utilizada para compartir contenido a través de mensajes cortos.

<https://twitter.com/>



Instagram

Red social que permite compartir imágenes y aplicar efectos fotográficos, destaca por que los usuarios comparten “historias”, a través de imágenes o vídeos cortos, que hacen referencia a los momentos que están viviendo en ese momento.

<https://www.instagram.com/?hl=es>



Tiktok

Red social que permite grabar, editar y compartir videoselfies musicales de un minuto, también nos permite utilizar distintos efectos.

<https://www.tiktok.com/es>



Linked In

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

<https://es.linkedin.com/>

Aplicaciones para la gestión de redes sociales

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

Hootsuite

Es un gestor de publicaciones en distintas redes sociales que nos ayuda a automatizar la publicación del contenido, medir el ROI, entre otras.

<https://www.hootsuite.com/es/>

TweetDeck

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

<https://tweetdeck.twitter.com/>

Buffer

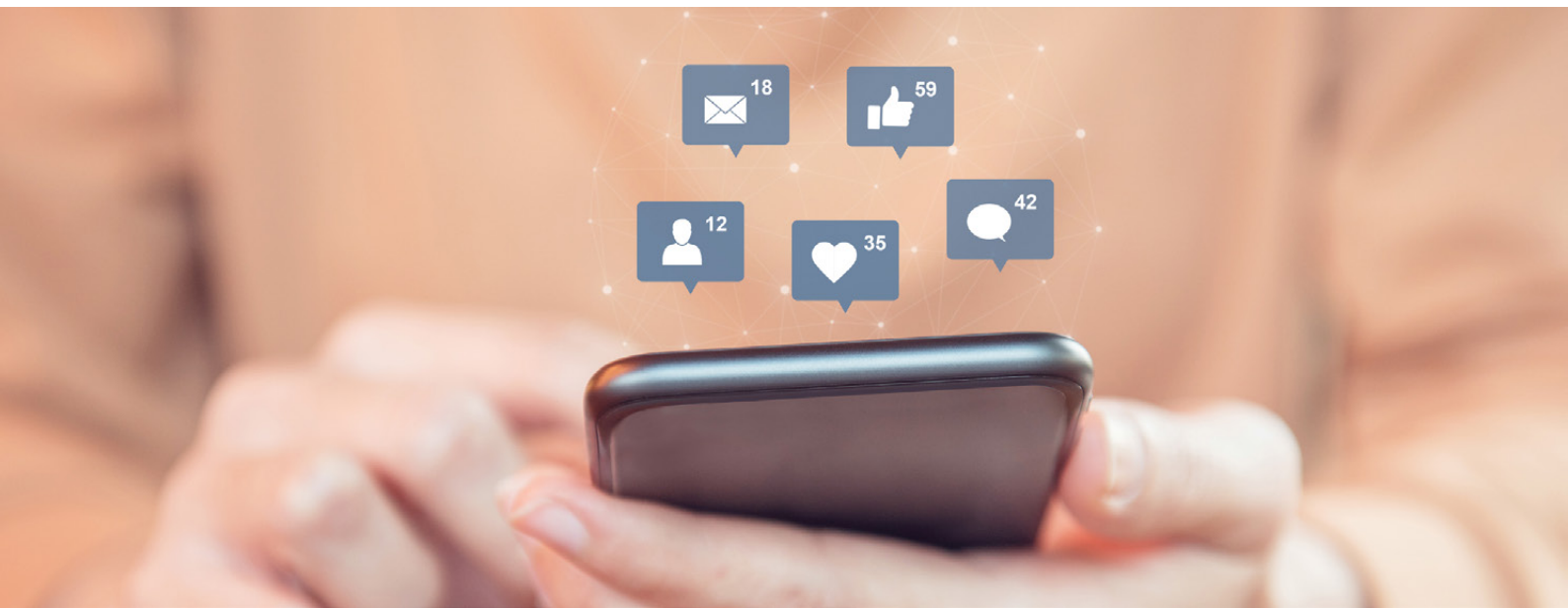
Nos permite planificar publicaciones de contenido variado en distintas redes sociales.

<https://buffer.com/>

Audiense

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

<https://es.audiense.com/>



12. Herramientas para realizar métricas y analíticas web

Introducción

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

Principales herramientas de analíticas web

Para poder analizar todo esto mencionamos unas cuantas herramientas útiles:

Google Analytics



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

Con Google Analytics, puedes acceder a todos estos datos:

- Usuarios
- Usuarios únicos
- Sesiones
- Sesiones por dispositivo
- Páginas vistas
- Fuentes de tráfico
- Porcentaje de rebote
- Porcentaje de páginas por sesión
- Duración media de la sesión
- Usuarios por horas del día
- Datos demográficos y geográficos de los usuarios
- Intereses de los usuarios
- Tecnología empleada
- Conversiones

Acceso: <https://analytics.google.com/>

Google Search Console



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

Se trata de una herramienta gratuita.

Con Google Search Console, podrás acceder a las siguientes métricas relacionadas con el tráfico orgánico y tu página:

- Clics
- Impresiones
- CTR medio
- Posición media
- Errores de cobertura
- Velocidad
- Errores de usabilidad móvil

Acceso: <https://search.google.com>

Hotjar



Hotjar es otra herramienta de análisis del comportamiento del usuario que visita la página web, ofreciendo dos funcionalidades muy interesantes:

- Los mapas de calor, que ofrecen las zonas de la página más visitadas o con más clics.
- Grabaciones del recorrido de los visitantes por la página web.

Otras métricas que ofrece Hotjar son:

- Embudos de conversión
- Análisis de formularios
- Encuestas de feedbacks
- Feedbacks recibidos

Tiene una versión gratuita (limitada) y una versión de pago.

Acceso: <https://www.hotjar.com/>

Herramientas de análisis de posicionamiento SEO

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

Google Search Console



Google Search Console, como hemos visto anteriormente, es una gran herramienta gratuita para hacer métrica web, pero puede ser también muy útil para el SEO o posicionamiento en el buscador Google.

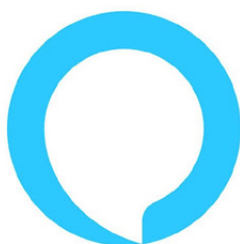
Si lo enlazamos con Google Analytics podemos tener una herramienta que nos da una visión bastante completa sobre el comportamiento de nuestra página web.

¿Qué funcionalidades tiene para el posicionamiento SEO? Destacamos las siguientes:

- Confirmar que Google puede encontrar y rastrear tu sitio web
- Consultar los datos de tráfico de tu sitio web en la búsqueda de Google
- Recibir alertas cuando Google detecte en tu sitio web problemas de indexación, por spam o por otros motivos.

Acceso: <https://search.google.com/search-console/welcome>

Alexa



Alexa es una herramienta de la compañía Amazon que permite realizar un análisis de la competencia, mejorar los resultados SEO, publicidad de pago (SEM) y marketing de contenido.

Pero por lo que es más conocido es por su ranking de páginas web más populares en los últimos 3 meses, ordenadas por países y a nivel global, el cual puedes consultar en este enlace para España:

<https://www.alexa.com/topsites/countries/ES>

Tiene una versión de prueba gratuita de 14 días.

¿Qué funcionalidades tiene? Para un perfil de profesional del marketing digital, esta aplicación ofrece:

- Herramientas SEO
- Análisis competitivo
- Investigación de contenido
- Análisis de audiencia
- Herramientas de backlinks
- Medición del tráfico del sitio web
- Investigación de palabras clave

Acceso: <https://www.alexa.com/>

Semrush



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

¿Qué funcionalidades tiene?

- Búsqueda de palabras clave (Keywords research)
- Revisión del SEO de la página
- Análisis de la competencia

Acceso: <https://es.semrush.com/features/>

SE Ranking



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

¿Qué funcionalidades tiene? Aquí te mencionamos algunas:

- Rastreo de palabras clave
- Auditoría del sitio web
- Auditoría SEO de la página
- Monitoreo de backlinks
- Sugerencia de palabras clave

Acceso: <https://seranking.com/es/>

Sistrix



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

¿Qué funcionalidades tiene? Entre las herramientas gratuitas que ofrece, destacamos:

- Análisis gratuito de la página.
- Índice de visibilidad
- Generador de hashtags para Instagram
- Comprobación de la velocidad de carga de la página
- Herramienta de palabras clave (keywords tool).

Esto es posible gracias a uno de sus módulos, los cuales analizan las palabras clave y las temáticas del top 100 de posiciones de Google para cada búsqueda relacionada, de esta manera detectan para qué posiciona la competencia y tu página web aún no.

Tiene una versión de prueba gratuita y otras versiones de pago.

Acceso: <https://www.sistrix.es/>

Woorank

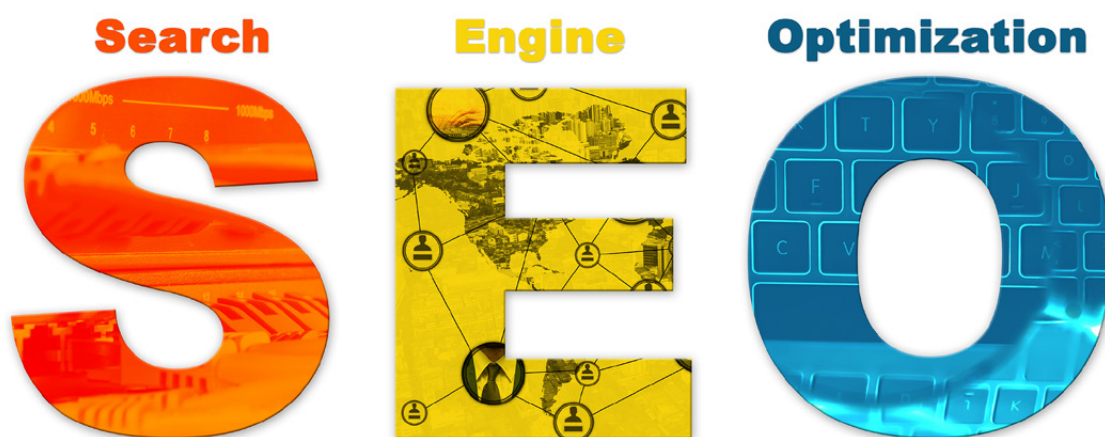


Woorank es otra herramienta de gestión de SEO de pago, aunque ofrece una prueba gratuita.

¿Qué funcionalidades tiene?

- Análisis de sitios web
- Monitoreo de palabras clave
- Comparativa con la competencia.

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



Plugins de SEO Wordpress

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

Yoast SEO

<https://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>

The SEO Framework

<https://wordpress.org/plugins/autodescription/>

SEO Press

<https://wordpress.org/plugins/wp-seopress/>

13. Impulso digital con Google

Grow with Google

Grow with Google

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

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

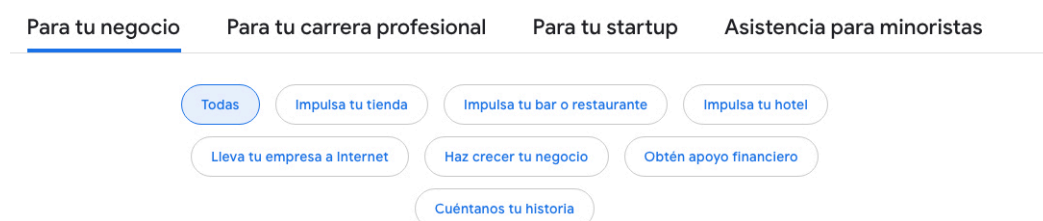
En los siguientes enlaces puedes encontrar formación, programas y herramientas clasificados según tus intereses o necesidades:

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

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

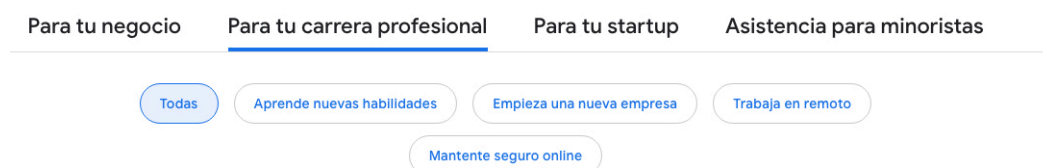
Para tu negocio

Acceso: <https://grow.google/intl/es#business>



Para tu carrera profesional

Acceso: <https://grow.google/intl/es#career>



Para tu startup

Acceso: <https://grow.google/intl/es#startup>

Para tu negocio Para tu carrera profesional Para tu startup Asistencia para minoristas

Todas

Impulsa tu startup

Asistencia para minoristas

Acceso: <https://grow.google/intl/es#retail-support>

Para tu negocio Para tu carrera profesional Para tu startup Asistencia para minoristas

Todos

1. Digitaliza tu negocio

2. Haz crecer tu negocio online

3. Amplía tu negocio online

14. Modelos de negocios digitales

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

Modelos de negocio basado en la intermediación

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

Dropshipping

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

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

Ventajas:

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

Inconvenientes:

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

Publicidad

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

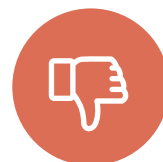
La forma más rentable de este tipo de modelo de negocio es que vendas tus espacios publicitarios de tu web a terceros, conocido como “nativo ads”.

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

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

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

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



**La clave
del éxito:
conectar
con la
audiencia**

Programas de Afiliados

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

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

amazon **afiliados**

Iniciar sesión

Español - ES

España



Amazon Afiliados — El programa de marketing de Afiliados de Amazon

Te damos la bienvenida a uno de los programas de marketing de Afiliados más grandes del mundo. El programa de Amazon Afiliados ayuda a creadores de contenido, editoriales y bloggers a monetizar su tráfico. Con millones de productos y programas disponibles en Amazon, los asociados usan herramientas de creación de enlaces para dirigir a su audiencia a sus recomendaciones y así ganar dinero a través de las compras adscribas y programas.



Ventajas:

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



Inconvenientes:

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

Comparadores

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

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

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

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



Multiside Platforms

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

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

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

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

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

Modelos de negocio basado en la comercialización

Venta de productos (Ecommerce)

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

Infoproductos

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



Ventajas:

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



Inconvenientes:

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

Compra-venta página web

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

Webs de cupones de descuento

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

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

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

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

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

Webs de subastas

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

Liveshopping

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

Básico B	EL MÁS POPULAR Profesional P	Ultimate U
0 €/mes <i>Para siempre</i>	7,95 €/mes <i>(11,5 € facturado trimestralmente) IVA no incluido</i>	11,95 €/mes <i>(15,5 € facturado trimestralmente) IVA no incluido</i>
50 Registros/año 5 Productos 10 Clientes / 10 Prov. 10MB Disco virtual Prueba de 1 remesa bancaria	500 Registros/año 50 Productos Clientes / Prov. ilimitados 100MB Disco virtual Prueba de 12 remesas bancarias	Registros ilimitados Productos ilimitados Clientes / Prov. ilimitados 1GB Disco virtual Remesas bancarias ilimitadas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exportaciones (Excel o PDF) ✗ Personalización de facturas ✗ Impuestos ✗ Informes ✗ Formato FacturaE ✗ Digitalización certificada de documentos (pruébalo) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exportaciones (Excel o PDF) ✓ Personalización de facturas ✓ Impuestos ✓ Informes básicos ✗ Formato FacturaE ✗ Digitalización certificada de documentos (pruébalo) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exportaciones (Excel o PDF) ✓ Personalización de facturas ✓ Impuestos ✓ Informes avanzados ✓ Formato FacturaE ✓ Digitalización certificada de documentos
Más información	Más información	Más información

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

Modelos de negocio basado en la prestación de servicios

Suscripciones

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

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

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

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



Venta de servicios digitales o virtuales

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

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

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

Mentoring

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

Modelos de negocio basado en comunidades

Redes Sociales

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

Crowdfunding

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



15. Plataformas de formación en digitalización

Andalucía Conectada



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

Acceso: <https://andaluciaconectada.es/>



Aprendergratis.es



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

Acceso: <https://aprendergratis.es/>

Google Actívate



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

Entre los diferentes cursos que puedes realizar encontramos los siguientes:

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

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

Microsoft Learn



Microsoft pone a disposición de los estudiantes la plataforma Microsoft Learn, un lugar para aprender online y obtener habilidades digitales. Proporciona recursos de formación gratuitos para ayudar a reducir la brecha digital, impulsar la creación de empleo y contribuir a la capacitación tecnológica de toda la sociedad española.

Acceso: <https://docs.microsoft.com/es-es/learn/>

16. Emprendepedia

Emprendepedia



La «wikipedia» para emprender de Andalucía Emprende. De la mano de especialistas en negocios, encontrarás los nuevos conceptos y metodologías del emprendimiento del futuro.

Acceso: <https://empezar.tv/programas/emprendepedia/>

¿Quién me puede ayudar?

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

07



Centros Andaluces de Emprendimiento

¿Qué es?

En Andalucía Emprende, Fundación Pública adscrita a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, ponemos a tu disposición más de 250 Centros Andaluces de Emprendimiento y más de 50 puntos de información, donde encontrarás el apoyo permanente de un cualificado equipo técnico de especialistas en creación y desarrollo de empresas y una amplia carta de servicios para impulsar tu idea o consolidar tu negocio.

Los servicios que presta son gratuitos y van dirigidos a personas emprendedoras que desean poner en marcha una iniciativa empresarial en Andalucía, así como a empresas ya constituidas que necesiten apoyo para su expansión, modernización y consolidación en el mercado.

Plataforma Somos Emprende Network

<https://somosemprende.andaluciaemprende.es>

Servicios

Fomento de la cultura emprendedora

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

Apoyo al proyecto emprendedor y a la creación de la empresa

- Información, comunicación y atención personal
- Diseño de proyectos emprendedores y plan de empresa
- Asistencia en la constitución de la empresa
- Acompañamiento empresarial: incubación y tutorización
- Mentorización por asesores con experiencia

Apoyo a la consolidación de proyectos y de empresas andaluzas

- Alojamiento empresarial
- Formación
- Consultoría específica para la consolidación empresarial
- Herramientas para la gestión empresarial
- Asistencia en la toma de decisiones estratégicas
- Consultoría Avanzada del emprendimiento juvenil



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

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

Instituto Andaluz de la Juventud

¿Qué es?

El IAJ es un organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo autónomo de la Junta de Andalucía, y promueve la información y difusión juvenil, a través de diferentes programas y actuaciones. Coordina la Red de Centros de Información Juvenil (CIJ) y expide la Tarjeta de Corresponsales Juveniles. También organiza numerosas actividades y programas (Carné Joven, Programas Europeos, Campamentos Juveniles, Innovactiva, ...).

Tiene entre sus prioridades favorecer el emprendimiento y la empleabilidad de los jóvenes andaluces. Para ello se organizan numerosas actividades y también se difunden en Patio Joven todo tipo de convocatorias de empleo y formación. En algunas de sus Direcciones Provinciales puedes recibir el asesoramiento empresarial de los CADEs.

Servicios

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



Dirección Provincial en Almería

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

Dirección Provincial en Cádiz

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

Dirección Provincial en Córdoba

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

Dirección Provincial en Granada

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

Dirección Provincial en Huelva

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

Dirección Provincial en Jaén

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

Dirección Provincial en Málaga

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

Dirección Provincial en Sevilla

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

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

Agencia Idea

¿Qué es?

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA es la agencia de desarrollo regional del Gobierno andaluz, además de un instrumento especializado fundamentalmente en el fomento de la innovación en la sociedad andaluza.

La Agencia IDEA realiza un gran esfuerzo en la labor de apoyo al empresariado andaluz: desde la gestión y concesión de incentivos a las empresas, a la gestión de proyectos y programas de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, así como a la construcción de infraestructuras industriales y tecnológicas.

Página web: www.agenciaidea.es

Servicios

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

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

Entre los servicios a destacar:

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



Almería

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

Cádiz

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

Córdoba

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

Granada

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

Huelva

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

Jaén

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

Málaga

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

Sevilla

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

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

Asociación Jóvenes Empresarios

¿Qué es?

AJE Andalucía crea sus Estatutos fundacionales en el año 1990.

AJE, consciente de la importancia del emprendimiento y del papel del empresario en la creación de riqueza y empleo en la sociedad actual, trabaja día a día por el fomento de la cultura emprendedora y el apoyo a los jóvenes empresarios que desarrollan sus proyectos en la comunidad andaluza.

La actividad de AJE se basa en el fomento del autoempleo y del espíritu emprendedor, algo necesario ahora más que nunca. AJE es firme creyente en esa máxima de que la unión hace la fuerza y por ello lleva a todas las provincias andaluzas este tipo de proyectos, que no persiguen otra cosa que abrir nuevas vías de negocio a aquellos que participan en éstos.

El éxito de convocatoria y creación de negocio en los eventos AJE ha llevado a esta asociación a ser un referente en el ámbito empresarial y a recopilar en los últimos años numerosos apoyos. Los más importantes, los más de 3.400 asociados que forman parte de la familia AJE en Andalucía, pero también de destacadas personalidades de la vida empresarial e institucional que han empatizado con su labor en pro del joven empresario.

Servicios

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



Almería

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

Cádiz

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

Córdoba

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

Granada

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

Huelva

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

Jaén

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

Málaga

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

Sevilla

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

Cámara de Comercio

¿Qué es?

La Cámara de Comercio tiene como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del Comercio, la Industria y la Navegación, y la prestación de servicios a las empresas. Asimismo, se configura como órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas, ante las que se presenta como institución que representa los intereses generales de las empresas.

Son muchas las actividades que la Cámara de Comercio desarrolla para potenciar el crecimiento de la actividad económica de la provincia, con este objetivo ofrecemos a través de la web, un lugar de encuentro e información para las empresas, donde podrán acceder a nuestros servicios de una forma ágil y directa.

Servicios

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



Almería

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

Cádiz

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

Córdoba

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

Granada

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

Huelva

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

Jaén

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

Málaga

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

Sevilla

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

CEEI

¿Qué es?

El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI), es una empresa formada por capital público y privado, fundada en 1.991 por iniciativa de la Comisión de las Comunidades Europeas, para apoyar la creación de PYMES innovadoras, impulsar la puesta en marcha de nuevas actividades innovadoras en las PYMES existentes y a las Administraciones Públicas.

Desde su origen la Comisión Europea concibió a los CEEIS como una red internacional que permitiera el intercambio de información y experiencias entre los mismos y favoreciera la cooperación tecnológica, comercial y financiera entre ellos y sus clientes. Todos los CEEIS están homologados por la Comisión Europea, y se integran en una red, la European Business and Innovation Centre Network (EBN), asociación internacional científica y técnica, que agrupa a más de 150 CEEIS distribuidos por toda Europa.

Servicios

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



Cádiz

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

Granada

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

Málaga

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

Sevilla

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

Grupos de desarrollo rural

¿Qué es?

En Andalucía existen **52 Grupos de Desarrollo Rural (GDRs)**. Son asociaciones sin ánimo de lucro, en las que participan, además de las administraciones locales, todas las organizaciones empresariales, agrarias y de otros sectores, sindicales, ecologistas, culturales, así como asociaciones de jóvenes y mujeres, entre otros. Los Grupos de Desarrollo Rural representan a un centenar de asociaciones de jóvenes y 200 asociaciones de mujeres, más de 700 Ayuntamientos junto a las 8 Diputaciones provinciales, más 200 cooperativas, organizaciones agrarias, sindicales, entidades bancarias y sindicales, entre otras.

Los GDRs tienen encomendada la gestión de fondos públicos por la Junta de Andalucía para la ejecución de una estrategia de desarrollo en el territorio que ha sido definida participativamente por su población.

El trabajo de los Grupos de Desarrollo Rural se basa en la aplicación del enfoque Leader, un método diferente y complementario de intervención frente al tradicional de las Administraciones, que consiste en que estas entidades privadas ejecutan estrategias participativas de desarrollo.

Los GDRs son estructuras abiertas y participativas que se encargan de apoyar con fondos públicos iniciativas de diversificación económica con el fin de mejorar la calidad de vida en el medio rural y fijar la población en su entorno. En estos veinte años de desarrollo rural, los GDRs se han convertido en instrumentos claves para impulsar las políticas territoriales de Desarrollo Rural apoyadas e impulsadas por la Junta de Andalucía, como motores de desarrollo económico y dinamizadores de la actividad económica.

Los Grupos de Desarrollo Rural, y sus Consejos Territoriales en particular, se convierten en auténticos Consejos Económicos y Sociales de carácter comarcal, donde las estrategias y la ejecución del presupuesto se deciden desde y para el territorio. Así, la ejecución de las políticas de desarrollo rural a través de los GDRs supone una nueva forma de gobernanza, en tanto que hacen posible que las políticas se adecuen a las necesidades de la población, dotándolas de credibilidad y mejorando la base de apoyo ciudadano.



ARA, Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía

Edificio Eurocei, Autovía Sevilla-Coria del Río, km. 3,5

41920 San Juan de Aznalfarache (Sevilla)

Tel: 954 049 910/11 // Móvil: 619 875 148

Fax: 954 179 210

E-mail: ara@andaluciarural.org

Web: www.andaluciarural.org

Servicios

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

Universidad Otri

¿Qué es?

La Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) tiene como principal objetivo dinamizar las relaciones entre la comunidad científica universitaria, las empresas y otros agentes socioeconómicos para el aprovechamiento de las capacidades I+D y resultados de la actividad investigadora de la Universidad.

Mediante un personal técnico y administrativo especializado y altamente cualificado, asesora, desarrolla y fomenta el establecimiento de relaciones, contratos y otras formas de colaboración con empresas e instituciones; busca diferentes fuentes de financiación pública y privada, nacional e internacional; impulsa la actitud emprendedora, la creación de empresas de base tecnológica y la internacionalización de la investigación; gestiona patentes y su explotación por empresas interesadas; promueve la capacidad competitiva de las empresas generadas en la propia Universidad y difunde la innovación tecnológica.

Servicios

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



Almería

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

Cádiz

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

Córdoba

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

Granada

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

Huelva

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

Jaén

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

Málaga

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

Sevilla

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

CEA

¿Qué es?

La Confederación de Organizaciones Empresariales (CEOE) es una entidad privada sin ánimo de lucro, cuyo fin primordial es la defensa y representación de los intereses empresariales ante los poderes públicos y la sociedad en general.

Fundada en 1977, integra con carácter voluntario a dos millones de empresas y autónomos de todos los sectores de actividad, que se vinculan a CEOE a través de más de 4.000 asociaciones de base.

La Confederación integra de forma directa a 225 organizaciones territoriales y sectoriales a nivel autonómico como la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y provincial donde tiene presencia en cada una de las capitales de provincia de Andalucía. Se logra así que las empresas estén representadas por la doble vía del sector al que pertenecen y por el territorio en el que están ubicadas.

Las pymes tienen su organismo de representación nacional en la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME), asociada a CEOE.

Página web: www.cea.es

Servicios

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



Centro de Servicios Empresariales de Andalucía

C/ Arquímedes, 2, Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla
Telf: 95 448 89 00 / Fax: 95 448 89 11 / 14

E-mail: info@cea.es

Web: www.cea.es

Almería

Avda. Cabo de Gata, 29, 1ª. 04007 Almería

Telf: 950 62 10 80 / Fax: 950 62 13 02

E-mail: asempal@asempal.es

Web: www.asempal.es

Cádiz

Avenida de Marconi, 37. 11011 Cádiz

Telf: 956 29 09 19 / Fax: 956 29 09 50

E-mail: info@ceccadiz.org

Web: www.ceccadiz.es

Córdoba

Avenida del Gran Capitán, 12 - 3ª planta. 14001 Córdoba

Telf: 957 47 84 43 - 957 49 71 11 / Fax: 957 47 88 19

E-mail: ceco@ceco-cordoba.es

Web: www.ceco-cordoba.es

Granada

Maestro Montero, 23. 18004 Granada

Telf: 958 53 50 41 / Fax: 958 53 50 42

E-mail: cge@cea.es

Web: www.cge.es

Huelva

Centro de Cooperación Andalucía Algarve.

Avda. de la Ría, 3, 1ª planta. 21001 Huelva

Telf: 902 575 200 / Fax: 902 575 202

E-mail: info@foe.es

Web: www.foe.es

Jaén

Paseo de la Estación 30, 7ª y 8ª Planta. 23003 Jaén

Telf: 953 29 40 22 / Fax: 953 29 40 24

E-mail: cej@cea.es

Web: www.cej.es

Málaga

San Lorenzo, 20. 29001 Málaga

Telf: 952 06 06 23 / Fax: 952 06 01 40

E-mail: info@cem-malaga.es

Web: www.cem-malaga.es

Sevilla

Plaza de la Contratación, 8, 2ª Planta. 41004 Sevilla

Telf: 95 499 11 00 / Fax: 95 499 11 02

E-mail: info@cesevilla.es

Web: www.cesevilla.es



Junta de Andalucía