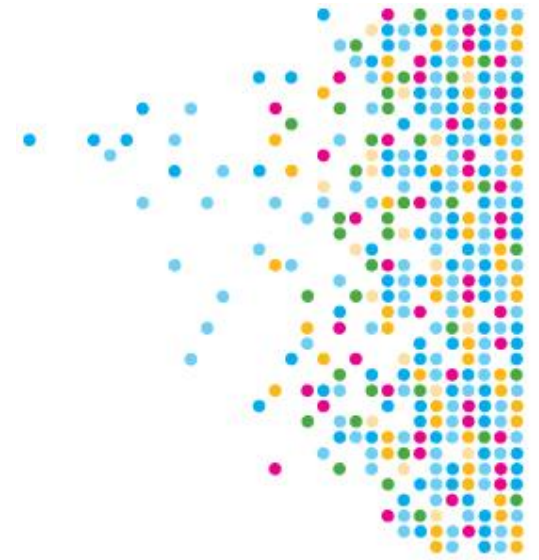
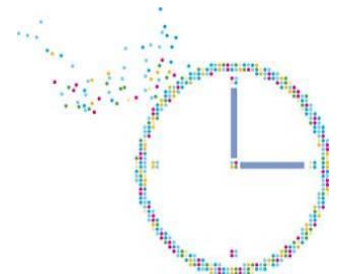


“SOLUCIONES LOW COST PARA EMPREENDEDORES ”

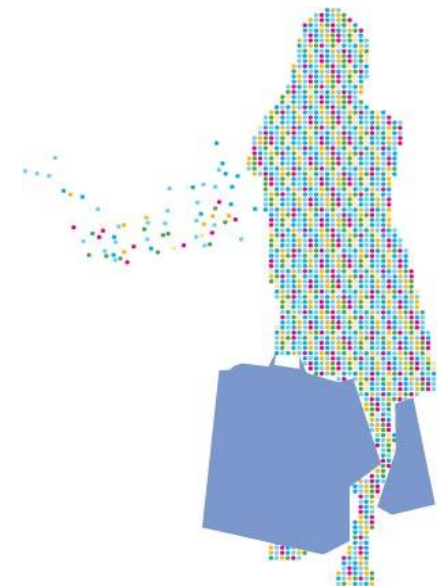


Contenidos

1. **Idea de negocio y tendencias de mercado de bajo coste en creación y mantenimiento**
2. **Marketing**
3. **Gestión eficiente**
4. **Acceso a la financiación**



1. Idea de negocio y tendencias de mercado de bajo coste en creación y mantenimiento



IDEAS CLAVES PARA EL EMPRENDIMIENTO LOW COST

Romper con el modelo tradicional



El low cost no implica que el cliente sea abandonado a su suerte o que el precio sea percibido como “low service































IDEAS CLAVES PARA EL EMPRENDIMIENTO LOW COST

The Business Model Canvas

Diseñado para:

Diseñado por:

Fecha: Día Mes Año
Iteración: No.

<p>Socios Clave</p>  <p>¿Quiénes son nuestros Socios Clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué Recursos Clave estamos adquiriendo de nuestros socios? ¿Qué Actividades Clave realizan nuestros socios?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>	<p>Actividades Clave</p>  <p>¿Qué Actividades Clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Nuestras relaciones con los clientes? ¿Nuestras Fuentes de ingresos?</p> <p>CANALIZACIÓN: Partnership Reducción de Pasos Prescripción Directa</p>	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Cuál es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CANALIZACIÓN: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Canal Reducción de Pasos Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Relaciones con Clientes</p>  <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integrados al resto del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p>APORTE: Asesoramiento Personalizado Asesoramiento Grupal Auto-Servicio Reducción de Complejidad Compartición Comunidad</p>	<p>Segmentos de Clientes</p>  <p>¿Para cuáles estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>
<p>Estructura de Costes</p>  <p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles de los Recursos Clave son los más costosos? ¿Cuáles de las Actividades Clave son las más costosas?</p> <p>TIPO DE MODELO DE COSTES: Costes relacionados con la infraestructura de negocio Costes relacionados con el personal Costes relacionados con el marketing</p> <p>CANALIZACIÓN PARA LA ENTREGA: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Recursos Clave</p>  <p>¿Qué Recursos Clave son requeridos por nuestra Propuesta de Valor? ¿Por nuestros Canales de Distribución? ¿Por nuestras relaciones con los clientes? ¿Por nuestras Fuentes de Ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS: Humano Materiales Gestiones de marca, derechos de patentes, datos Estructura</p>	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Cuál es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CANALIZACIÓN: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Canal Reducción de Pasos Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Relaciones con Clientes</p>  <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integrados al resto del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p>APORTE: Asesoramiento Personalizado Asesoramiento Grupal Auto-Servicio Reducción de Complejidad Compartición Comunidad</p>	<p>Segmentos de Clientes</p>  <p>¿Para cuáles estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>
<p>Estructura de Costes</p>  <p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles de los Recursos Clave son los más costosos? ¿Cuáles de las Actividades Clave son las más costosas?</p> <p>TIPO DE MODELO DE COSTES: Costes relacionados con la infraestructura de negocio Costes relacionados con el personal Costes relacionados con el marketing</p> <p>CANALIZACIÓN PARA LA ENTREGA: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Recursos Clave</p>  <p>¿Qué Recursos Clave son requeridos por nuestra Propuesta de Valor? ¿Por nuestros Canales de Distribución? ¿Por nuestras relaciones con los clientes? ¿Por nuestras Fuentes de Ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS: Humano Materiales Gestiones de marca, derechos de patentes, datos Estructura</p>	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Cuál es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CANALIZACIÓN: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Canal Reducción de Pasos Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Relaciones con Clientes</p>  <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integrados al resto del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p>APORTE: Asesoramiento Personalizado Asesoramiento Grupal Auto-Servicio Reducción de Complejidad Compartición Comunidad</p>	<p>Segmentos de Clientes</p>  <p>¿Para cuáles estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>
<p>Estructura de Costes</p>  <p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles de los Recursos Clave son los más costosos? ¿Cuáles de las Actividades Clave son las más costosas?</p> <p>TIPO DE MODELO DE COSTES: Costes relacionados con la infraestructura de negocio Costes relacionados con el personal Costes relacionados con el marketing</p> <p>CANALIZACIÓN PARA LA ENTREGA: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Recursos Clave</p>  <p>¿Qué Recursos Clave son requeridos por nuestra Propuesta de Valor? ¿Por nuestros Canales de Distribución? ¿Por nuestras relaciones con los clientes? ¿Por nuestras Fuentes de Ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS: Humano Materiales Gestiones de marca, derechos de patentes, datos Estructura</p>	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Cuál es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CANALIZACIÓN: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Canal Reducción de Pasos Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Relaciones con Clientes</p>  <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integrados al resto del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p>APORTE: Asesoramiento Personalizado Asesoramiento Grupal Auto-Servicio Reducción de Complejidad Compartición Comunidad</p>	<p>Segmentos de Clientes</p>  <p>¿Para cuáles estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>
<p>Estructura de Costes</p>  <p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles de los Recursos Clave son los más costosos? ¿Cuáles de las Actividades Clave son las más costosas?</p> <p>TIPO DE MODELO DE COSTES: Costes relacionados con la infraestructura de negocio Costes relacionados con el personal Costes relacionados con el marketing</p> <p>CANALIZACIÓN PARA LA ENTREGA: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Recursos Clave</p>  <p>¿Qué Recursos Clave son requeridos por nuestra Propuesta de Valor? ¿Por nuestros Canales de Distribución? ¿Por nuestras relaciones con los clientes? ¿Por nuestras Fuentes de Ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS: Humano Materiales Gestiones de marca, derechos de patentes, datos Estructura</p>	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Cuál es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CANALIZACIÓN: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Canal Reducción de Pasos Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Relaciones con Clientes</p>  <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integrados al resto del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p>APORTE: Asesoramiento Personalizado Asesoramiento Grupal Auto-Servicio Reducción de Complejidad Compartición Comunidad</p>	<p>Segmentos de Clientes</p>  <p>¿Para cuáles estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>
<p>Estructura de Costes</p>  <p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles de los Recursos Clave son los más costosos? ¿Cuáles de las Actividades Clave son las más costosas?</p> <p>TIPO DE MODELO DE COSTES: Costes relacionados con la infraestructura de negocio Costes relacionados con el personal Costes relacionados con el marketing</p> <p>CANALIZACIÓN PARA LA ENTREGA: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Recursos Clave</p>  <p>¿Qué Recursos Clave son requeridos por nuestra Propuesta de Valor? ¿Por nuestros Canales de Distribución? ¿Por nuestras relaciones con los clientes? ¿Por nuestras Fuentes de Ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS: Humano Materiales Gestiones de marca, derechos de patentes, datos Estructura</p>	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>¿Qué valor entregamos a nuestros clientes? ¿Cuál es el problema de nuestros clientes que estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y servicios estamos ofreciendo a cada Segmento de Clientes? ¿Qué necesidades de nuestros clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CANALIZACIÓN: Canal Prescripción Directa Prescripción Indirecta Canal Reducción de Pasos Prescripción Directa Prescripción Indirecta Compartición/Transacción</p>	<p>Relaciones con Clientes</p>  <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros Segmentos de Clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integrados al resto del modelo de negocio? ¿Cuánto cuesta llevarlo a cabo?</p> <p>APORTE: Asesoramiento Personalizado Asesoramiento Grupal Auto-Servicio Reducción de Complejidad Compartición Comunidad</p>	<p>Segmentos de Clientes</p>  <p>¿Para cuáles estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>RECURSOS PARA SOCIOS: Capacidad de recursos Reducción de riesgo y complejidad Optimización de procesos y actividades paralelas</p>

CLAVES PARA EL EMPRENDIMIENTO LOW COST

Política de
objetivos e
incentivos

Elimina
soportes y
embalaje

Cultura del
ahorro total

Cuidado con
las
devoluciones

Elimina
intermediarios

Busca ingresos
extra

Busca
localizaciones
secundarias

¿Cómo fijar el
precio?

Invierte en
tecnología

Conoce bien a
tu público

Elimina todo lo
superfluo

Elige una
oferta básica

¿Qué puedes
vender?

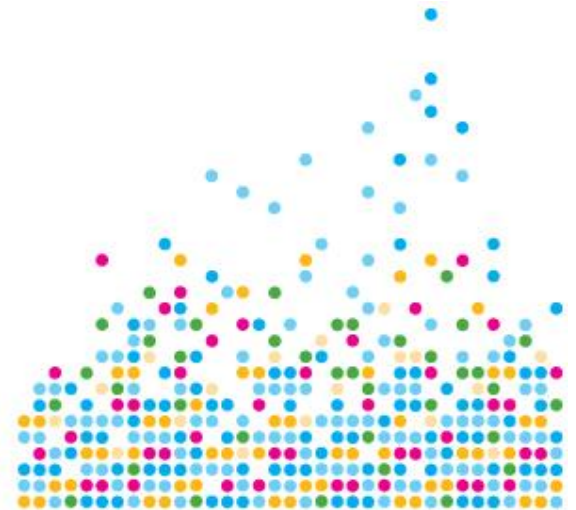


IDEAS CLAVES PARA EL EMPRENDIMIENTO LOW COST

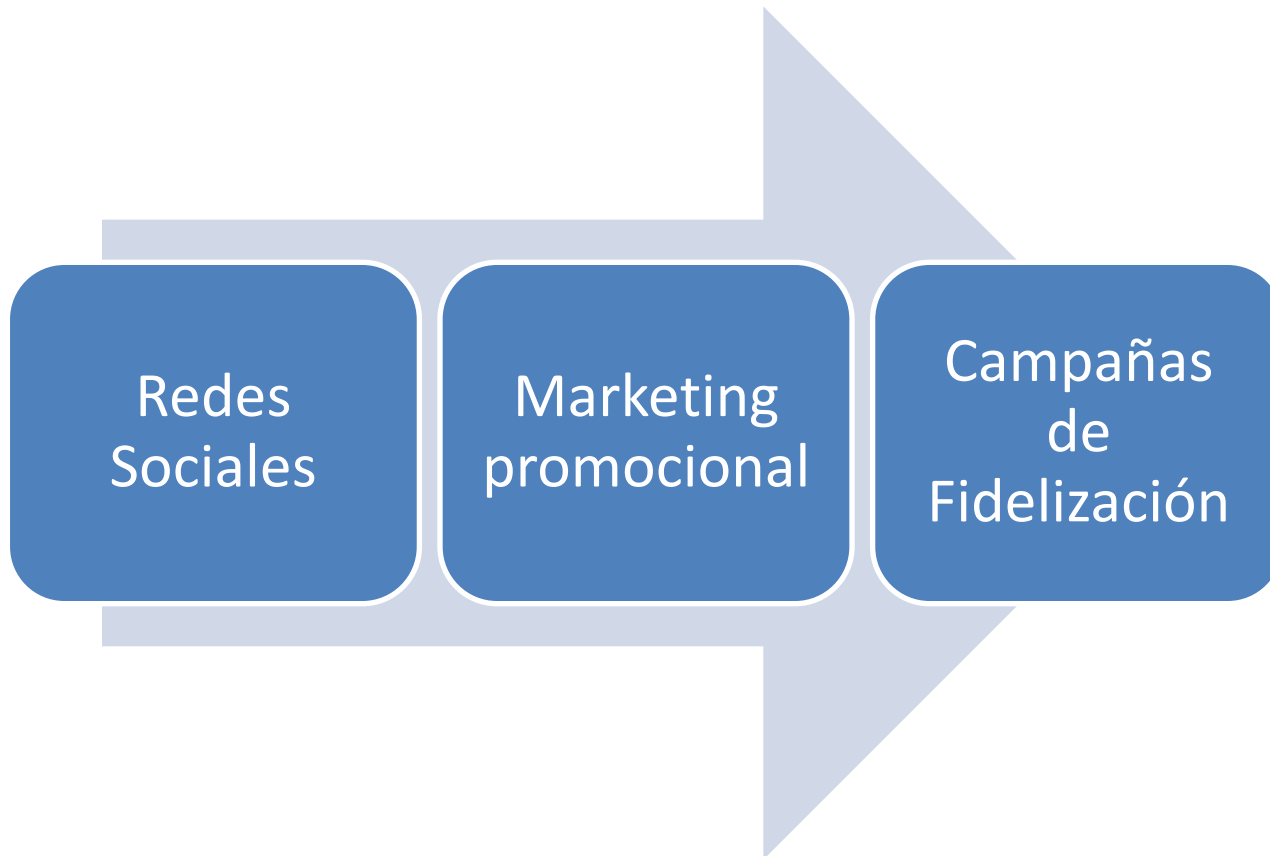
1	Percepción en precio justo	<p>El cliente debe percibir que está recibiendo exactamente aquello por lo que pagó (no de más, pero nunca de menos):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir siempre lo prometido • Satisfacer las expectativas creadas en los clientes • Percepción de adecuación entre lo recibido y el precio pagado • Percepción de trato justo
2	Experiencia y amabilidad	<p>El cliente debe percibir que su experiencia con la empresa está caracterizada por la amabilidad y la calidez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas fáciles de utilizar, sin complicaciones ni trucos • Personal con alta capacidad de respuesta • Estándares y compromisos de servicio
3	Sonrisas y más sonrisas	<p>El cliente debe percibir la calidez en todo el personal con el que entra en contacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sonrisas • Cortesía extrema • Deseo notorio de servir

El low cost no implica que el cliente sea abandonado a su suerte o que el precio sea percibido como “low service

2. Marketing.

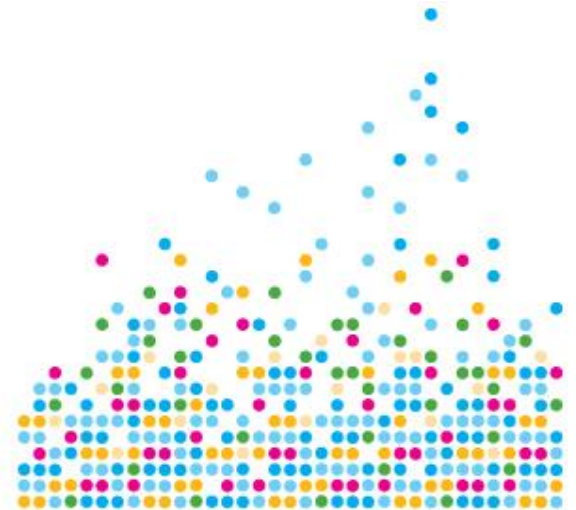


MARKETING LOW COST

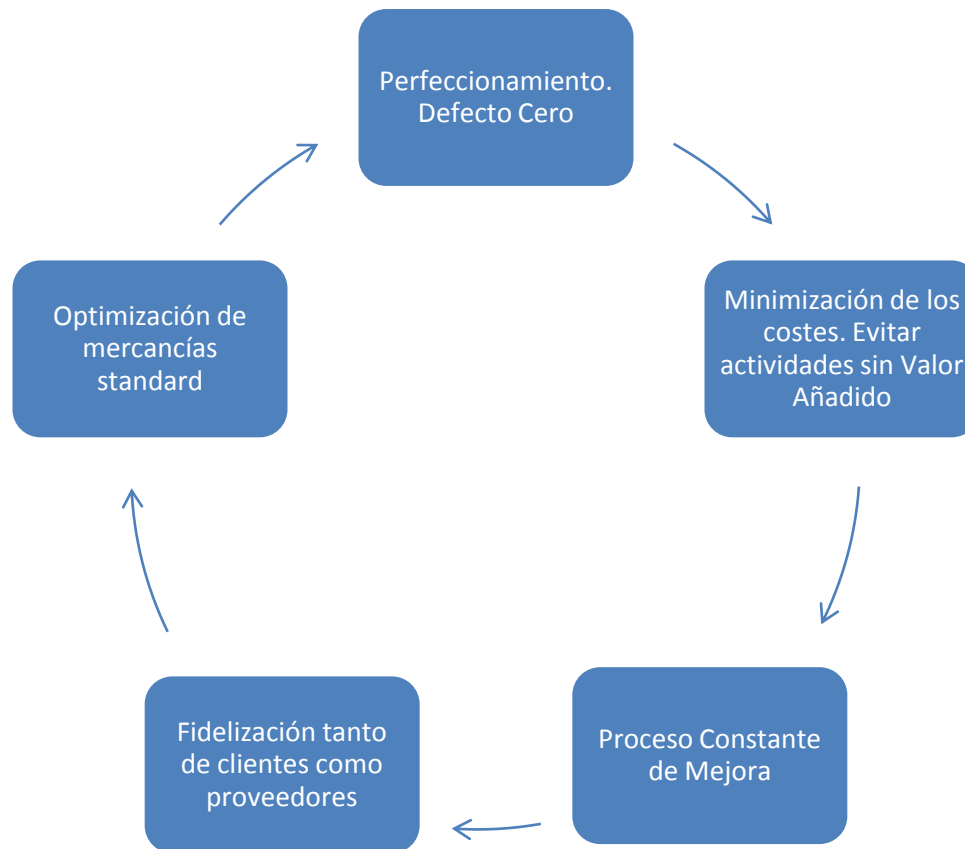


El concepto Marketing Low Cost engloba acciones de marketing promocional usando principalmente Internet, para facilitar a las empresas atraer y fidelizar clientes. Con Marketing Low Cost pretendemos acercar a las pequeñas y medianas empresas las posibilidades de promoción y difusión que permite Internet, todo con un coste muy bajo basado en la automatización y en la economía de escala.

3. Gestión eficiente.

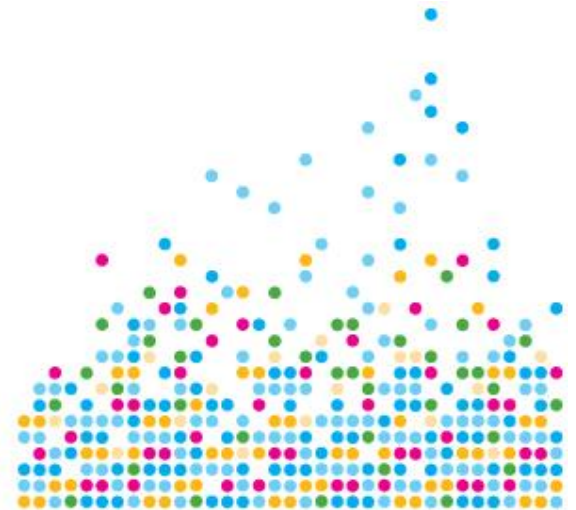


Gestión Eficiente



Se entiende que una empresa funciona con plena eficiencia de gestión cuando, para suministrar a los consumidores o usuarios una determinada cantidad de bien (un producto o un servicio), lo hace con los costes totales menores posibles que le permite su estructura o dimensión en ese momento.

4. Acceso a la financiación.



GESTION DE RECURSOS FINANCIEROS

Planificación

- Definir un marco de referencia de la gestión económica.
- Anticiparse a necesidades futuras
- Posterior análisis de las desviaciones
- Argumento para la interlocución con entidades de crédito

Organización de la información económico.- financiera

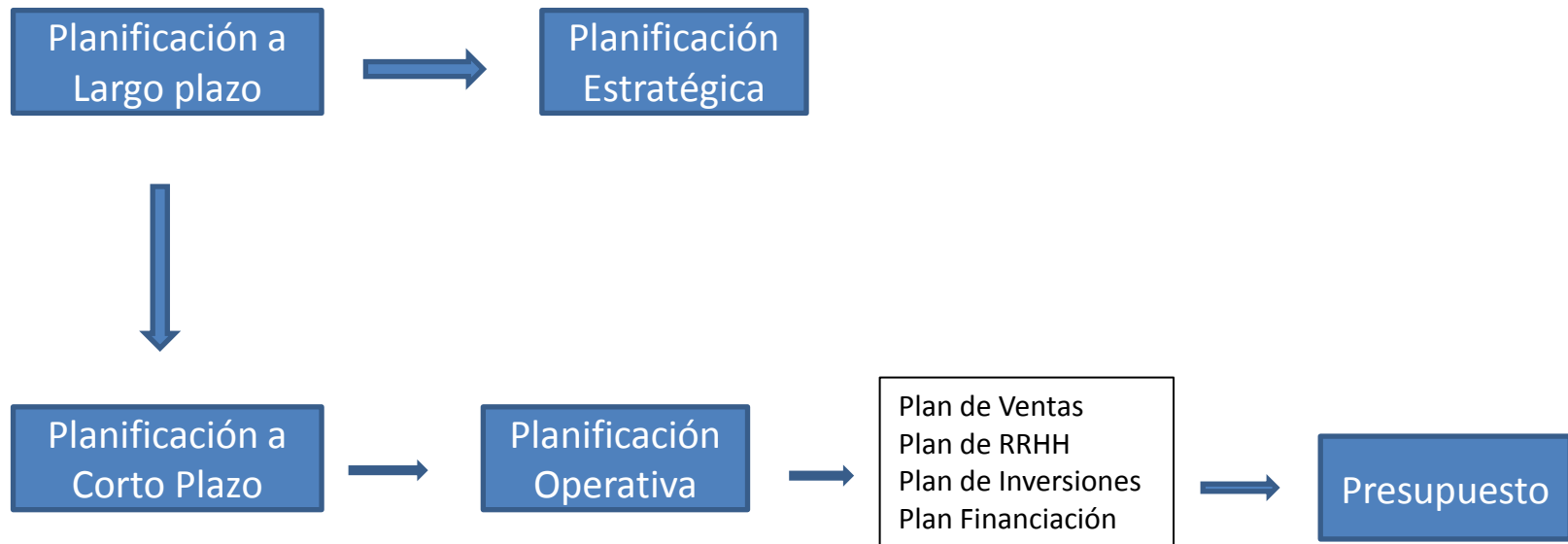
- Los documentos con efectos económicos han de estar debidamente ordenados y registrados en la contabilidad, puesto que la técnica contable nos permite la generación de los estados contables reflejo de nuestra evolución y situación actual económico-financiera. Estos estados contables son la base para un adecuado seguimiento de la situación económico-financiera de la empresa.

Evaluación, control y seguimiento

- Una empresa debe tener un seguimiento y evaluación de los resultados para de esta forma poder adoptar medidas dirigidas a corregir las desviaciones identificadas respecto de la planificación.

La Gestión Económico Financiera es un conjunto de procesos dirigidos a planificar, organizar y evaluar los recursos económicos – financieros al objeto de lograr la consecución de los objetivos de la empresa de la forma más eficaz y eficiente.

PLANIFICACION FINANCIERA



La planificación se suele limitar al periodo de estudio de viabilidad de un idea de negocio. Una empresa define su marco estratégico para un periodo determinado y se establecen una serie de planes de actuación para su consecución. La planificación económico financiera se plasma en un documento llamado presupuesto.

CLASIFICACION DE LAS FUENTES DE FINANCIACION

Según el plazo de devolución

- Fuentes Financiación a Corto Plazo
- Fuentes Financiación a Largo Plazo

Según el origen de la financiación

- Financiación Interna
- Financiación Externa

Según la titularidad de los fondos obtenidos

- Financiación propia
- Financiación ajena

La financiación consiste en la obtención de los medios económicos necesarios para poder hacer frente a los gastos de la empresa. Las fuentes de financiación son las vías que tiene una empresa a su disposición para captar dichos fondos.

PRODUCTOS FINANCIEROS MAS HABITUALES EN EL EMPREDEDOR Y LA MICROEMPRESA

Los productos financieros más habituales a los que acceden los emprendedores y las microempresas son:

- Préstamo
- Crédito
- Descuento bancario
- Leasing
- Renting

Producto Financiero	Largo Plazo (+ 1 año)	Corto Plazo (- 1 año)
Préstamos		
Crédito		
Descuento Bancario		
Leasing		
Renting		

FINANCIACION BANCARIA .PRESTAMO



Un préstamo es un contrato mediante el cual, una entidad (el prestatario) recibe de otra (el prestamista o prestador) una determinada cantidad de dinero, con la condición de devolverla en unos plazos y unas condiciones preestablecidas.

FINANCIACION BANCARIA .CREDITO

Un crédito es un contrato a través del cual una entidad financiera pone a disposición de su cliente una cantidad máxima o límite que la entidad está dispuesto a conceder.

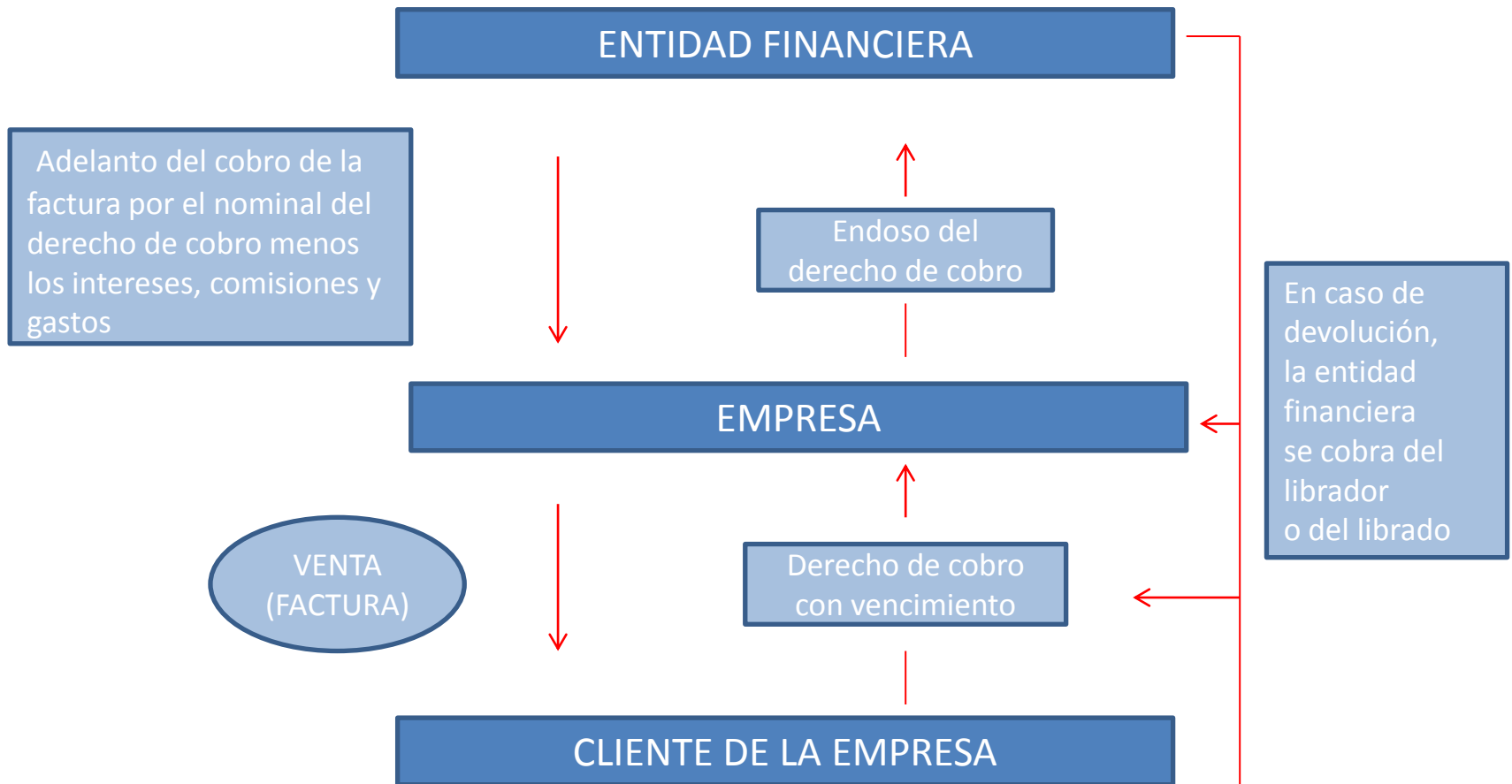
El prestatario, percibe periódicamente los intereses sobre los importes efectivamente dispuestos, así como las comisiones fijadas. El beneficiario está obligado a devolver la cantidad adeudada en el plazo estipulado.



DIFERENCIAS ENTRE PRESTAMOS Y CREDITO BANCARIO

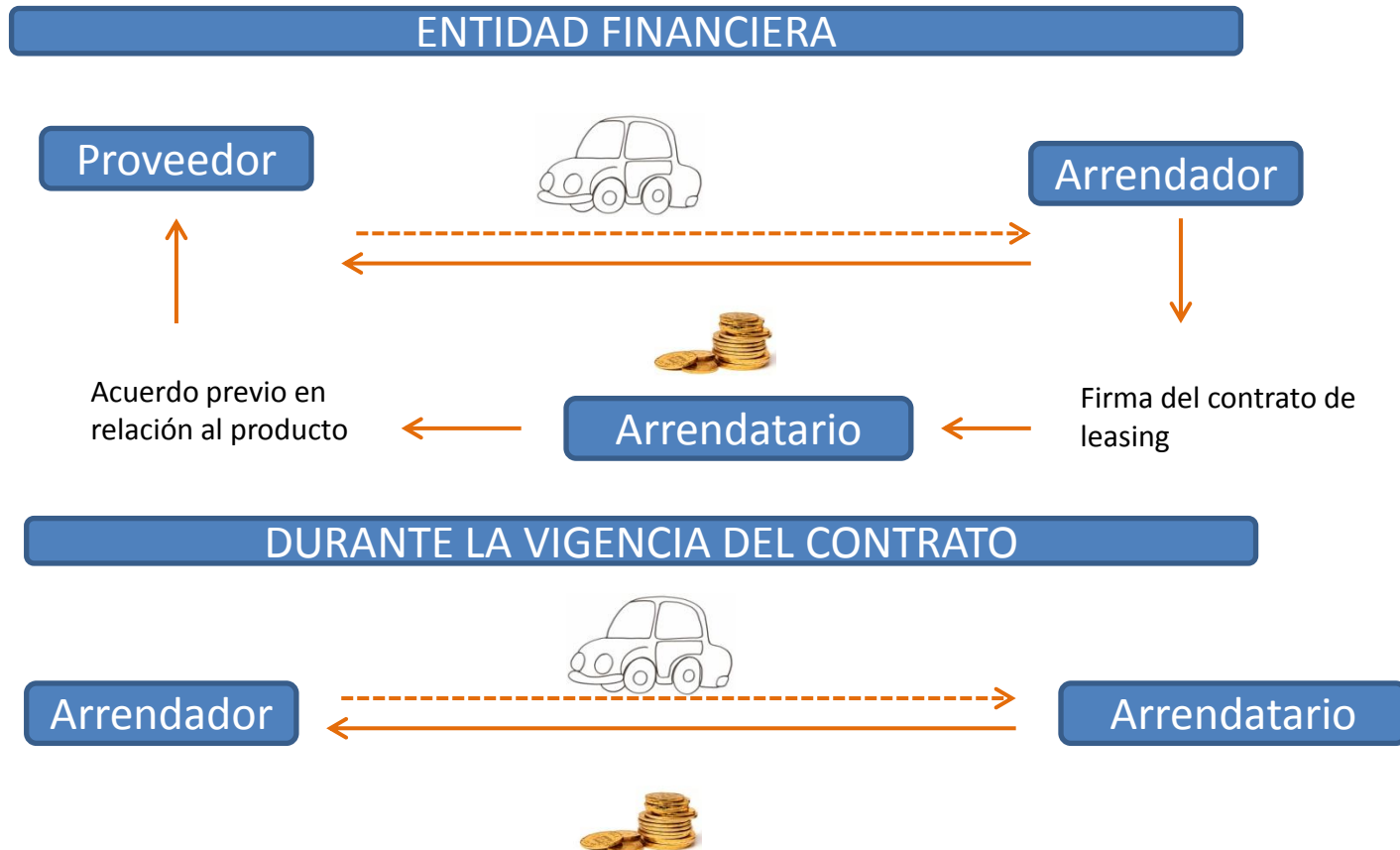
	PRESTAMO	CREDITO
Disponibilidad	Se dispone de la totalidad del importe en un primer momento	El banco pone a disposición de la empresa un importe máximo, y la empresa va disponiendo según su necesidad.
Intereses	Los intereses se abonan por la totalidad del capital pendiente.	Se pagan intereses por el importe dispuesto.
Cuotas	Periódicas (mensuales, trimestrales...)	Amortización única al vencimiento.
Amortización Anticipada	Se puede realizar una amortización anticipada,	En cualquier momento podemos reintegrar parte o la totalidad del importe dispuesto
Plazo	Producto de Largo Plazo	Producto de Corto Plazo
Destino	Financiación de activos	Financiación de circulante
Reutilización de los fondos	No cabe	En cualquier momento, puesto que la disposición es flexible.
Renovación	No es renovable.	Sí es renovable a su vencimiento.
Garantías	Personales y/o reales.	Personales.

FINANCIACION BANCARIA . DESCUENTO BANCARIO



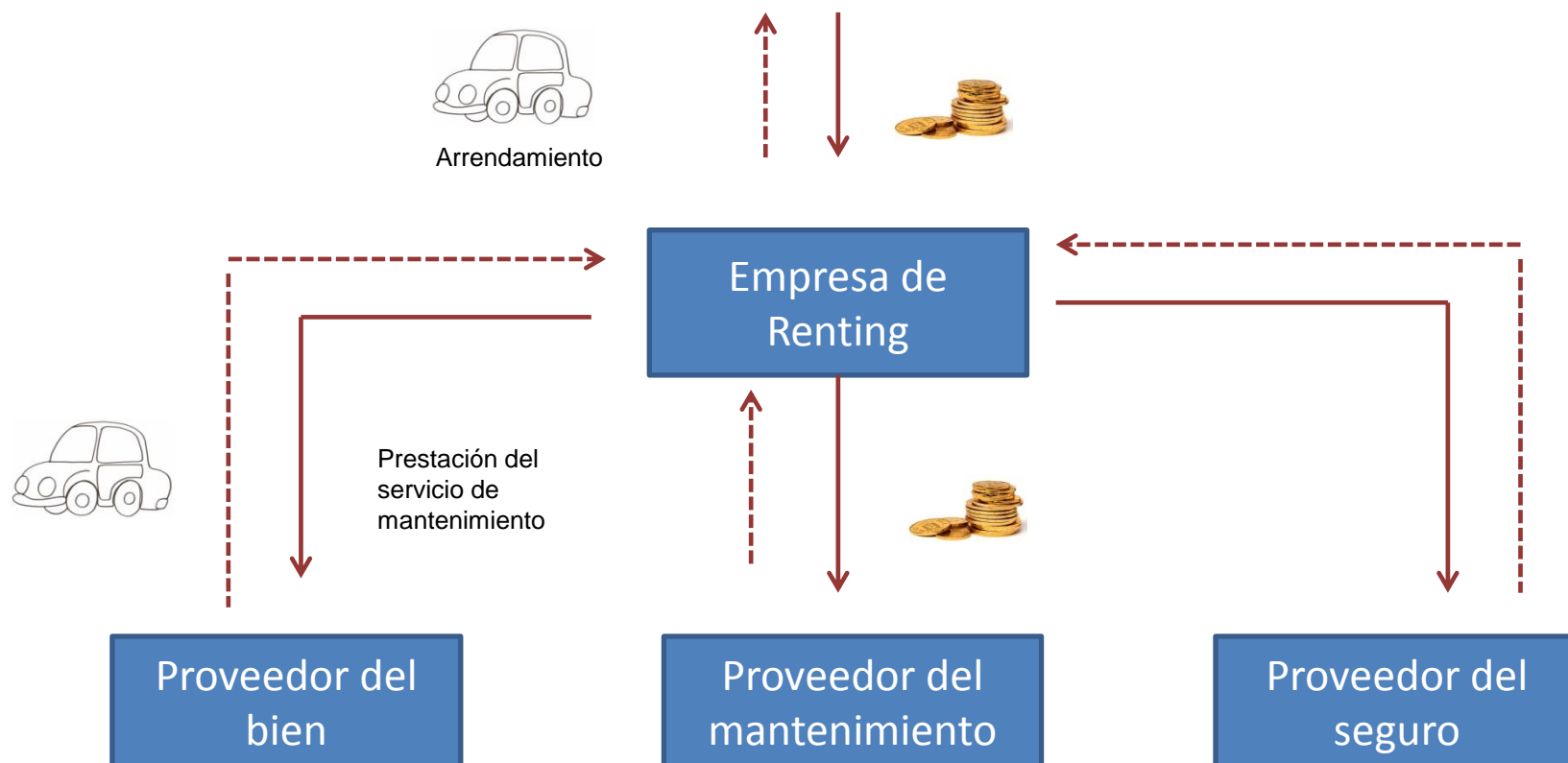
El descuento bancario se refiere principalmente a los créditos documentados en efectos de comercio o letras de cambio, pero puede realizarse sobre cualquier crédito que mantenga el cliente con sus respectivos clientes. (recibos, cheques bancarios, pagarés, talones, certificados de obras, contratos , pólizas)

PRODUCTOS FINANCIEROS. LEASING



Es un contrato mediante el cual una sociedad de leasing (arrendadora) quien a comprado el bien, cede el uso del bien al arrendatario por un período de tiempo estipulado , siendo el plazo mínimo de 2 años en bienes muebles y 10 en inmuebles a cambio de una cuota mensual. Al finalizar el plazo concederán opción a compra

PRODUCTOS FINANCIEROS. RENTING



El renting es un instrumento de financiación que consiste en un servicio integral a medio y largo plazo de alquiler de bienes y servicios necesarios para el buen funcionamiento del bien. Al final el contrato no se dispone de una opción de compra

PRODUCTOS FINANCIEROS.MICROCREDITOS

Las instituciones gestoras de microcréditos en España son las siguientes:

- Entidades sociales que intermedian con ahorros o entidades de financiación alternativa. Conceden microcréditos a partir de los ahorros remunerados de otras personas físicas o jurídicas, como la Asociación para la Financiación Solidaria.
- Entidades sociales que no intermedian con ahorros. Los microcréditos proceden de fondos no reembolsables obtenidos en forma de donaciones y subvenciones.
- Entidades privadas de crédito, cuyos fondos para microcrédito tienen un origen bancario (CAI).
- Entidades públicas de crédito, con fondos para microcréditos procedentes del mercado con riesgo compartido con otras entidades privadas de crédito, como el Instituto de Crédito Oficial (ICO).

Los microcréditos son programas de concesión de pequeños créditos para poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida

SOCIEDADES DE GARANTIA RECIPROCA

FUNCIONES SGR

Dar Garantías y
Avales a los socios
participes

Negociar líneas
financieras que le
favorezcan

Canalizar y tramitar
subvenciones

Informar y dar
asesoramiento
Financiero a los
socios

Una SGR es una entidad financiera regulada por ley que cuenta con su propia reglamentación y esta sujeta a la supervisión del Banco de España. Las SGR son agrupaciones de pequeñas y medianas empresas cuyo objetivo es la obtención del aval o garantía a prestar ante un tercero para la formalización de cualquier operación de crédito ante la Administración Pública o bien ante un tercero que interfiera en sus actividades empresariales

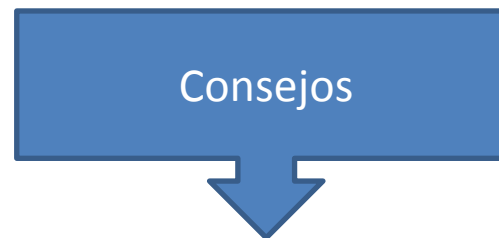
ESTRATEGIA Y CONSEJOS PRÁCTICOS PARA LA NEGOCIACION CON LOS BANCOS



Análisis interno de las
necesidades de
financiación

Negociación con varias
entidades financieras

Selección de la mejor
alternativa y
formalización de la
operación

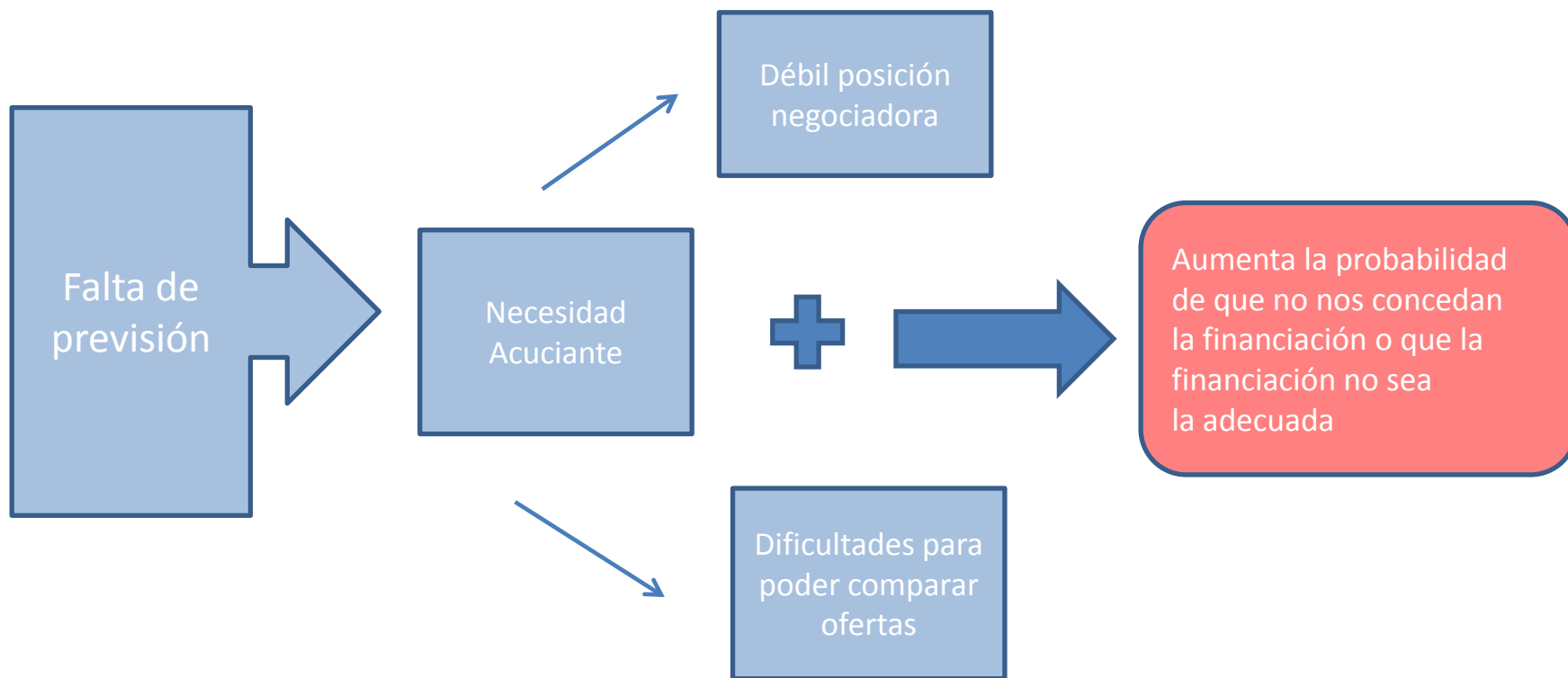


- Planificación, no urgencias
- Cuantía
- Plazo y forma devolución
- Capacidad devolución

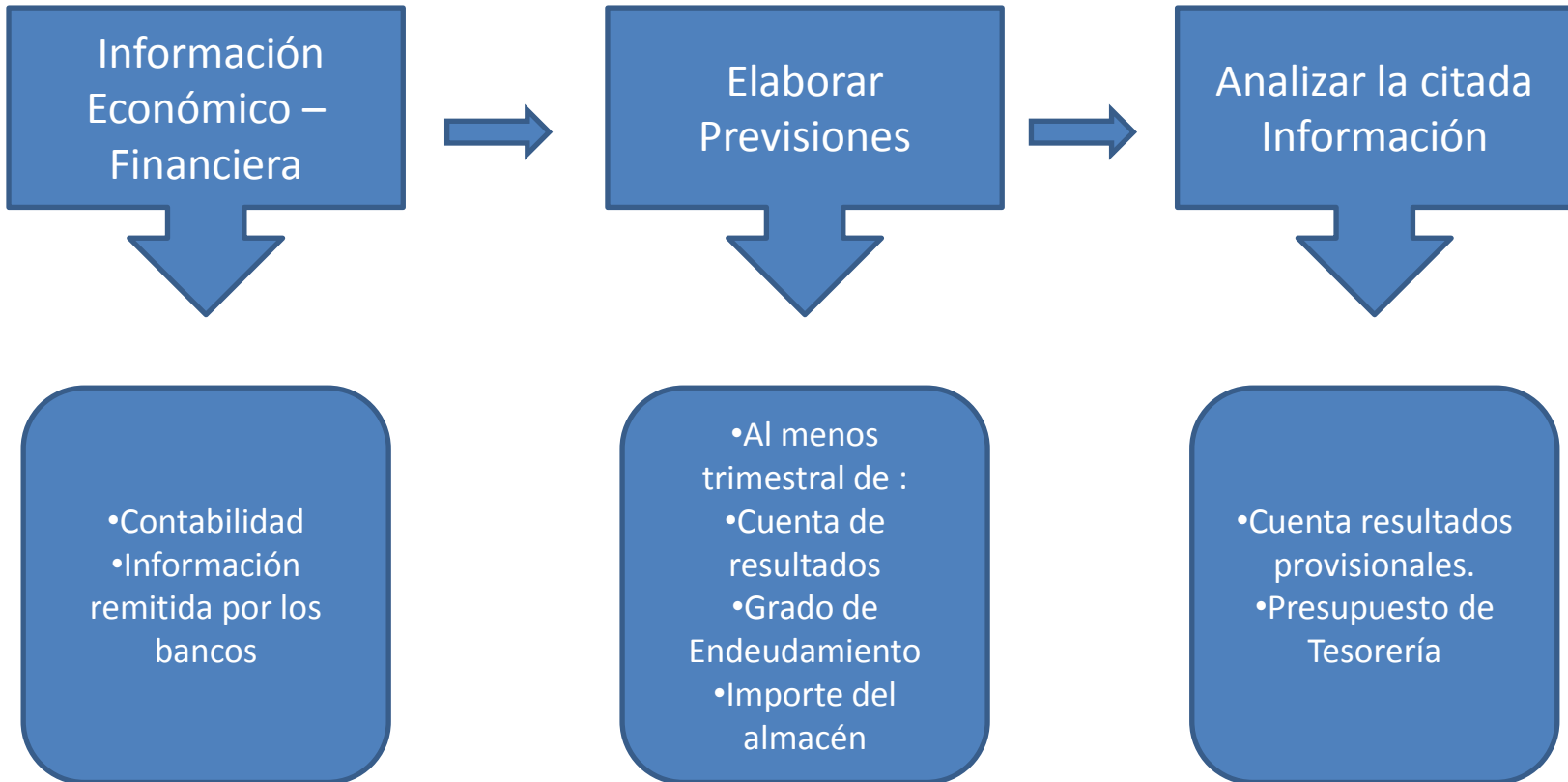
- Sin miedo a la negociación
- Dar una imagen de fiabilidad y solvencia
- Negociar con más de una entidad
- Presentar estudio económico

- Análisis comparativo completo y homogéneo de las ofertas

ESTRATEGIA Y CONSEJOS PRÁCTICOS PARA LA NEGOCIACION CON LOS BANCOS



ESTRATEGIA Y CONSEJOS PRÁCTICOS PARA LA NEGOCIACION CON LOS BANCOS



FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACION

Business Angel

4F: Founders, Family,
Friends and Fools

Crowdlending

Crowdfunding

BUSINESS ANGEL

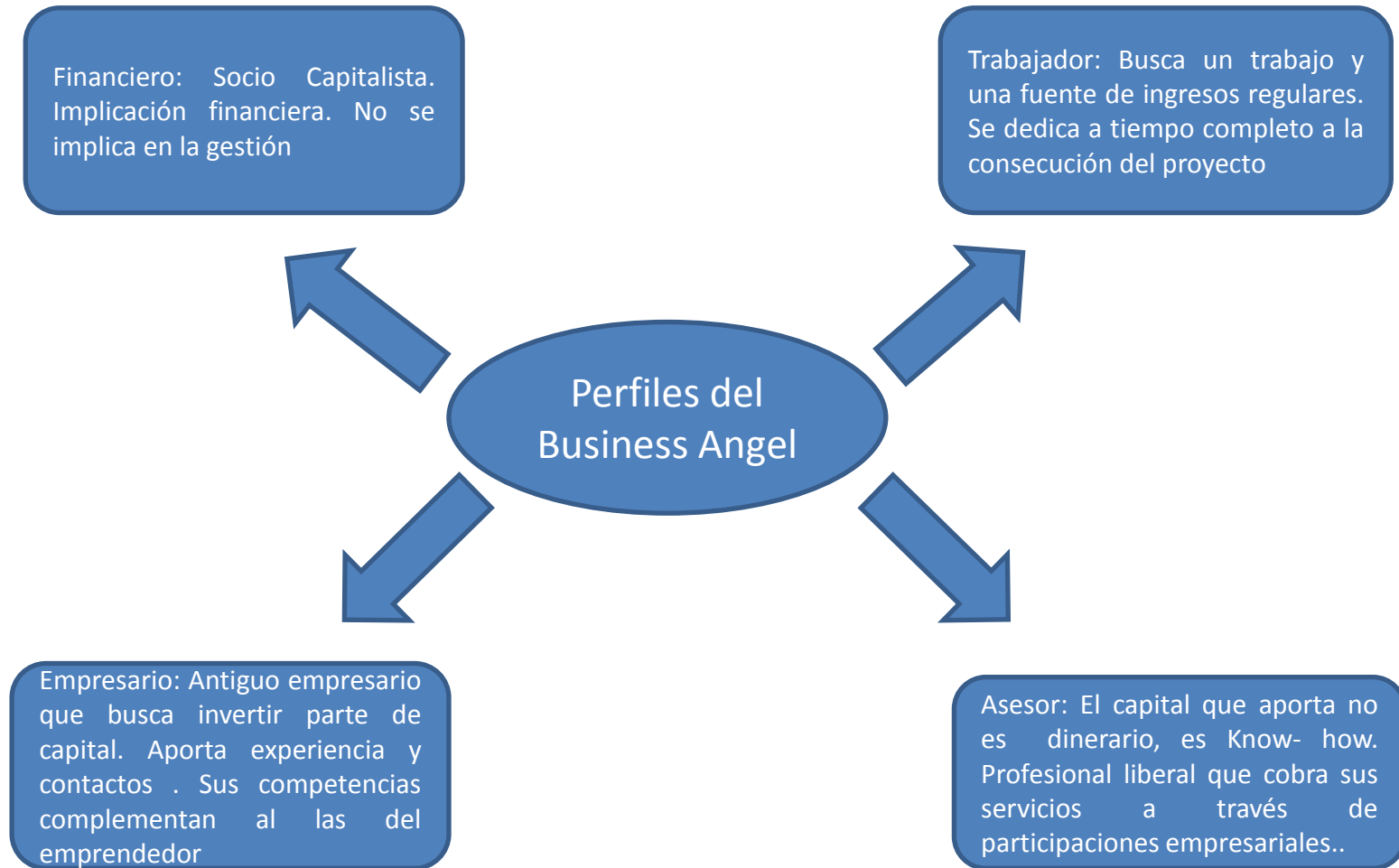
Business Angels es una figura con larga tradición en los países anglosajones como el Reino Unido o los Estados Unidos, que en los últimos años están ganando mucho protagonismo en otros países como Francia, Alemania, Italia o España.

Un Business Angel es una **persona física**, normalmente empresarios o directivos de empresas, que aportan, **su capital**, así como sus **conocimientos técnicos** y su **red de contactos** profesionales y personales, a los emprendedores que quieren poner en marcha un proyecto empresarial o a las empresas que se encuentran en el inicio de su actividad, o que pilotan un nuevo proyecto, con el objetivo de obtener una plusvalía a medio plazo y con la esperanza de seleccionar un proyecto empresarial de gran éxito.

Los Business Angels operan individualmente o agrupados en redes y las inversiones oscilan habitualmente entre los **25.000 euros y los 250.000 euros**.

Los Business Angels contribuyen a resolver dos problemas principales del emprendedor: la financiación y el mentoring.

Tipología del Business Angel



Normativa Española

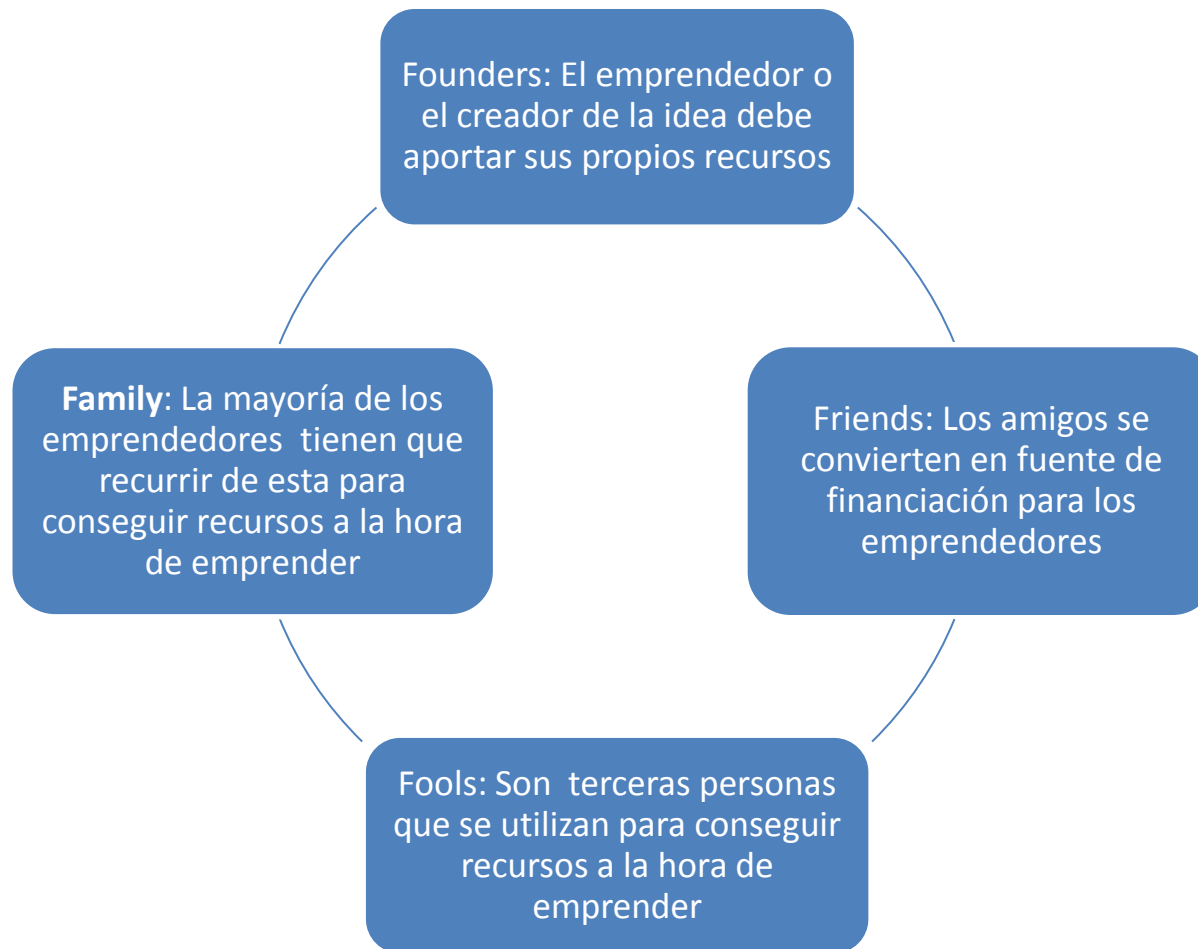
Business Proposición no de Ley nº 161/000858 aprobada el 22/04/2009 de regulación de los “*business angels*” como instrumento de potenciación de la innovación. El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a:

Promover un marco normativo que reconozca, fomente y promueva la figura de *business angel*, *inversores de proximidad*.

Articular los estímulos financieros y fiscales pertinentes para la financiación mediante la figura de los *business angels* al modo del capital riesgo y aplicables tanto a personas físicas como jurídicas.

Iniciar procesos de colaboración entre la Administración y las redes de *business angels* para la definición del futuro régimen jurídico y fiscal de los mismos, y para establecer posteriores mecanismos de información, promoción, seguimiento y validación de proyectos, permitiendo la evaluación de su impacto sobre la economía.

4F “ FOUNDERS, FAMILY, FRIENDS AND FOOLS



Crowdfunding



El Crowdfunding tiene como objetivo compartir la financiación de un proyecto entre aquellas personas que deseen apoyarlo. Actualmente, se constituye como alternativa a la banca tradicional para el acceso a los recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto de negocio.

Crowdfunding



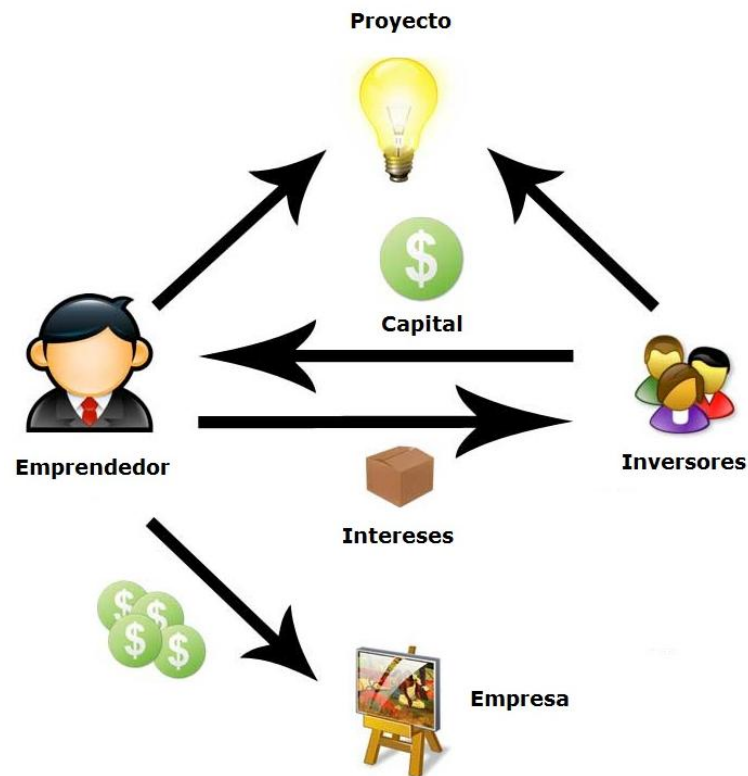
El Crowdfunding tiene como objetivo compartir la financiación de un proyecto entre aquellas personas que deseen apoyarlo. Actualmente, se constituye como alternativa a la banca tradicional para el acceso a los recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto de negocio.

Plataformas de Crowdfunding en España



El Crowdfunding tiene como objetivo compartir la financiación de un proyecto entre aquellas personas que deseen apoyarlo. Actualmente, se constituye como alternativa a la banca tradicional para el acceso a los recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto de negocio.

Crowdlending



El crowdlending es la financiación colectiva en la que el inversor aporta capital en forma de préstamo esperando la devolución con una serie de intereses o una oferta dentro de la empresa. En este punto radica la diferencia con el crowdfunding .