



Labra Tu Futuro  
Empleo Joven

Formación para Emprender y Mejorar  
la Empleabilidad de Jóvenes del Medio Rural



INVERSIÓN TERRITORIAL  
INTEGRADA  
PROVINCIA DE CÁDIZ



Ayuntamiento de Jerez  
Reactivación económica, Captación de  
inversiones, Educación y Empleo

# La Comunicación en el emprendedor

Aida Molina Manzaneda  
[labratufuturo@aytojerez.es](mailto:labratufuturo@aytojerez.es)





Labra Tu Futuro  
Empleo Joven

# 1.-Concepto comunicación.

# 2.- Plan de comunicación.



# 1.-Concepto Comunicación

➔ *La comunicación* es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.





## 1.1.-Habilidades de un emprendedor.

- Debe poder hablar en público.
- Deben darse a conocer entre la comunidad, en especial para encontrar aliados o inversionistas que puedan ayudar con el proyecto.



- ➔ Saber vender. Confianza, actitud, disciplina y autoestima
- ➔ Debe saber tener una buena comunicación no verbal.
- ➔ Escucha activa.
- ➔ Credibilidad y persuasión.



→ Ligerio conocimiento sobre medios digitales:  
(redes sociales, podcast, plataformas de  
livestream, etc.)



## 2.-Plan de Comunicación

➔ Ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.

➔ Promueve un seguimiento, evaluación y calidad.



# ¿ Qué es un plan de comunicación?

Es una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuándo.



- ➔ Se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar.
- ➔ Facilitando un orden de tareas y de acciones que se realizarán.



## 2.1.-Pautas a seguir en la elaboración

- Público objetivo y diferenciación del producto.
- Entorno competitivo y misión de la empresa.
- Campaña de comunicación y coordinación.



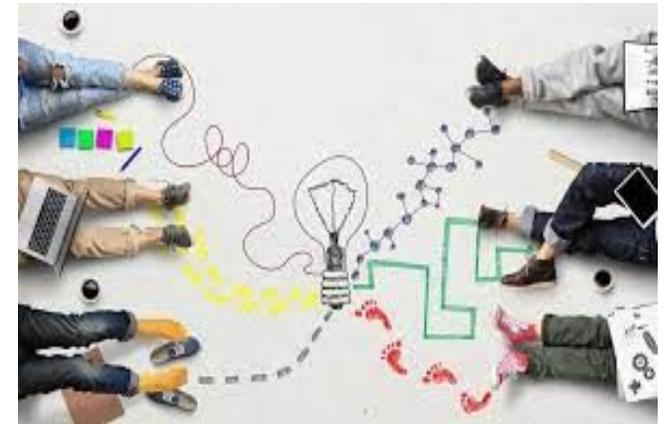
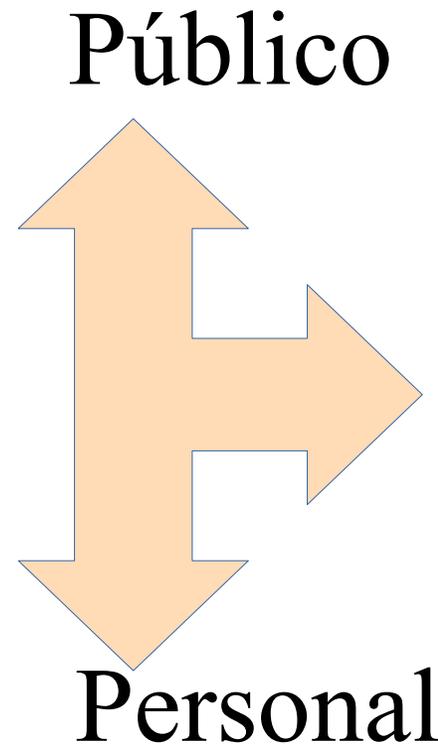
→ Elección del tipo de soporte.

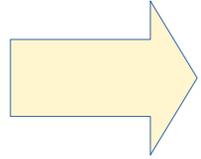
→ Instrumentos o estrategias existentes.



Labra Tu Futuro  
Empleo Joven

# Plan de Comunicación





**PÚBLICO:** Conjunto de personas a quien va destinado nuestro producto/servicio.

★ *Criterios sociodemográficos* (sexo, edad, hábitat, nivel de estudios y posición en el hogar).



## ★ *Criterios socio-económicos*

Relacionan a los individuos debido a aspectos como su nivel de ingresos, su horizonte de consumo o clase social a la que pertenecen.



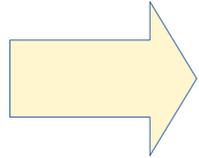
## ★ *Crterios psicográficos*

Aportan razones más recientemente consideradas que completan el conocimiento de la conducta de individuos. Se tiene en cuenta la personalidad, el estilo de vida y el sistema de valores.



## Ejemplo:

*Si nuestra empresa quiere lanzar al mercado una nueva bebida energética, nuestro mercado objetivo se encontraría en aquellos individuos de ambos sexos cuya edad se encuentre comprendida entre los 18-35 años, entusiasmados por el deporte y estudiantes, y con un estilo de vida moderno y progresista.*



**DIFERENCIACIÓN:** Se establece frente a otros productos de la competencia tanto en las características en sí, como en la forma de publicitarlos.



Labra Tu Futuro  
Empleo Joven

IMAGEN

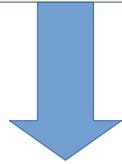


MARCA

CANAL



MARCA



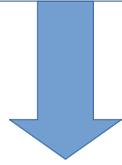
Se diferencia por los atributos del producto tales como la forma, resultados, duración, confiabilidad, estilo o diseño.



**Ejemplo:** *Apple se diferencia por su diseño y tecnología sin igual en comparación con otras marcas.*



IMAGEN



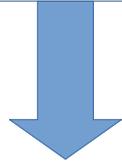
Las personas reaccionan positivamente ante los productos que les brindan un estatus, por lo que es importante la imagen.



**Ejemplo:** *Rolex, le brinda un estatus sin igual, porque su promesa de venta es: No es un reloj, es una joya.*



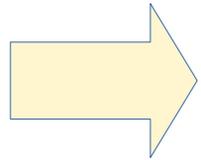
# CANAL



En cuanto al canal, las empresas pueden destacarse por su cobertura en los canales de distribución, porque les facilita así adquirir el producto.



**Ejemplo:** *Amazon fue uno de los primeros en vender libros en línea, lo cual lo diferenció de otras librerías que comercializaba tradicionalmente.*



**PERSONAL** :Mediante el cuál la empresa puede diferenciarse si su capacidad es superior a la de la competencia. Formando una fuerza de venta especializada, ofreciéndole al cliente un asesor en lugar de un vendedor.



## El plan de comunicación





Labra Tu Futuro  
Empleo Joven

# MUCHAS GRACIAS

Aida M.<sup>a</sup> Molina Manzaneda  
[labratufuturo@aytojerez.es](mailto:labratufuturo@aytojerez.es)



**Ayuntamiento de Jerez**  
Reactivación económica, Captación de  
inversiones, Educación y Empleo

<https://www.jerez.es/emprendimiento/formacion/labratufuturo/>