

GLOSARIO DE TÉRMINOS PARA EMPRENDEDOR@S

V. 1.2

En los últimos tiempos no dejamos de oír nuevos términos, muchos provenientes del inglés, que rodean al mundo de la persona emprendedor. En este glosario vamos a intentar recopilar ese vocabulario que todo/as los/as emprendedores/as deben conocer ya que su uso parece imponerse.

El uso de anglicismos en lugar de su equivalente en castellano está tan extendido como cuestionado. Muchas veces su uso está justificado, porque no existe un término en castellano que exprese lo mismo, pero otras no. Desgraciadamente a veces creemos que en el ámbito empresarial usar términos en inglés nos hace ser “mejores profesionales”.

Sea como fuere conviene conocer este vocabulario para movernos en este “ecosistema”. Veamos los términos más conocidos.

Términos en inglés para emprendedor@s

Para no perderse con el idioma



El emprendimiento cuenta con un vocabulario muy específico que no enseñan en la escuela ni en una academia de inglés. Para hablar “el inglés de las personas emprendedoras” necesitas familiarizarte con las palabras en presentaciones de ventas, negociaciones, ferias, publicaciones especializadas... Pero desde FADEMUR podemos echarle una mano con los términos más básicos.

Al final de este documento puedes ir apuntando los que tú encuentres. Esteremos encantadas de ampliar este glosario si nos los haces llegar.

Banner

Rótulo/Cartel

Gráfico publicitario rectangular que puede ser fijo o animado, e incluso con sonido, que se incluye en las páginas *web* a modo de anuncio. Haciendo *click* sobre él, normalmente envía hacia el sitio *web* del/de la anunciante.

Best practices

Buenas prácticas

Una experiencia de carácter innovador que permite solucionar un problema a través de una mejora en el proceso.

Ejemplo: *Best practices* para la gestión de proyectos

Buena gestión de un proyecto: solo hay que aplicar buenas prácticas y utilizar herramientas que faciliten el trabajo.

Brainstorming

Tormenta de ideas / Lluvia de ideas

Herramienta de trabajo grupal que facilita el nacimiento de ideas sobre un tema o un producto.

Para utilizar esta técnica, basta con plantear el problema o lanzar una pregunta a los participantes y que estos vayan diciendo todo lo que se les ocurra sobre él. Alguien se encargará de apuntar todas las ideas y se comenzarán a revisar entre todas/os.

Business angels

Inversores informales/inversores providenciales

Son inversores/as que apuestan por apoyar nuevos proyectos empresariales atractivos con una rentabilidad potencial, pero también con un alto riesgo.

Según la Asociación Española de Business Angels, en España hay unos 2.000 de estos posibles inversores. El 75% de las inversiones se realiza en empresas relacionadas con el mundo digital y casi el 60% son nuevos inversores.

Ejemplo:

The Body Shop. Es una de las grandes empresas cuyo éxito se debe, en gran parte, al apoyo inicial del *business angel* Ian McGLinn. Era el dueño de un taller mecánico y quien prestó a los fundadores de The Body Shop 10.000 libras esterlinas en la fase semilla de la empresa. La compañía nació en Brighton hacia 1976, y originalmente vendía productos de belleza en botellas recargables. En 2021 facturó 188 millones de euros.



Bussiness plan

Plan de negocio

El *Business plan* o Plan de negocio es un documento en el cual se plasma la idea sobre un negocio o una empresa. Este documento es esencial tanto para la creación de una nueva empresa como para atraer inversores que incrementen el capital de una empresa existente. El objetivo del *Business plan* es recoger de una forma completa y consistente la actuación coordinada de toda la compañía frente a los/as competidores/as durante un periodo normalmente de tres a cinco años. Así asegura a largo plazo la ventaja competitiva.

Los planes de negocio tienen dos funciones: Una de tipo práctica: buscar financiación. Otra de tipo operativo: prever escenarios que nos podríamos encontrar en el futuro, durante los primeros años de actividad, y saber cómo manejarlos de la mejor forma.



Branding

Gestión de marca

El *branding*, también conocido como gestión de marca, es un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones conscientes e inconscientes con el público para influir en sus decisiones de compra. Es decir, conseguir que quieran comprar nuestros productos y no otros. El *branding* requiere planificación, estructuración, gestión y promoción.

El *branding* está compuesto por el *naming* (creación de un nombre), la identidad corporativa (la representación física de la marca: colores, letra, logo...), el posicionamiento (procedimiento para "meter" la marca en la mente del consumidor), la lealtad de marca (grado de compromiso que tiene el/la consumidor/a con una marca) y la arquitectura de marca (roles y vínculos que existen entre las distintas marcas de una empresa).

Buying persona/ Avatar

Cliente ideal

Representación de tu cliente/a ideal que te permite conocer el perfil de tu potencial comprador/a, tratar de asuntos de su interés y usar el lenguaje/estilo adecuado para conectar mejor con él. No podemos dirigirnos a toda la clientela de la misma manera.

CEO

Director/presidente ejecutivo.

La Asociación de Academias de la Lengua Española y la Fundación del Español Urgente (Fundéu) desaconsejan usar "CEO" en español para referirse al puesto de *presidente/a ejecutivo/a*. Recomiendan referirse a este cargo como *consejero/a delegado/a, director/a general, presidente/a ejecutivo/a* o la forma genérica *primer/a ejecutivo/a* en lugar de las siglas en inglés.

Click rate

Ratio de click

La frecuencia con la que los/as visitantes de un sitio *web* pulsan sobre un anuncio, normalmente un *banner*, mostrado en una página.

Community manager

Gestor de comunidades

Persona encargada de gestionar, moderar y desarrollar comunidades virtuales (en Facebook, Instagram, Youtube...) en nombre de una empresa. La Fundación del Español Urgente recomienda que, en lugar de utilizar el término inglés, se opte por alternativas españolas como *gestor/a o responsable de comunidades*.

Co-working

Co-trabajo

Un espacio de coworking es un lugar por lo general gestionado por los/as propios/as ocupantes en el que diferentes empresas o profesionales de todo tipo comparten espacio para reducir al mínimo sus gastos de oficina.

Crowdfunding

Micromecenazgo / recaudación de fondos

Consiste en pedir financiación colectiva a través de internet con el fin de lograr los recursos necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial sin tener que acudir a bancos o financieras. El público contribuye a tu causa a cambio de una recompensa. Normalmente, la recompensa se trata del propio producto o servicio que estás intentando financiar.

Crowdfunding

Es el préstamo de dinero entre pequeños/as inversores particulares que ofrecen a pymes o pequeños/as emprendedores/as financiación a cambio de un tipo de interés. Su gestión se realiza mediante plataformas online. Es una alternativa a los préstamos tradicionales de las entidades bancarias.

Ejemplo: en la plataforma EthicHub existe un proyecto de *crowdfunding* para la mejora de la calidad de vida de pequeñas comunidades agricultoras, invirtiendo en sus proyectos.

Do's and Dont's

Lo que se debe hacer y lo que no / Los mandamientos

Es un término coloquial para una lista de consejos de lo que deberías hacer o no en ciertas situaciones.

Ejemplo: Level UP, escuela de negocios de referencia para PYMEs y autónomos en España revela los DOs & DON'Ts para mejorar los resultados de las personas emprendedoras.



Engagement rate (ER%) o simplemente Rate

Tasa de interacción /índice de participación

Es un indicador expresado en porcentaje que sirve para cuantificar el nivel de interacción que tiene una audiencia con una publicación o un conjunto de publicaciones.

Entrepreneur

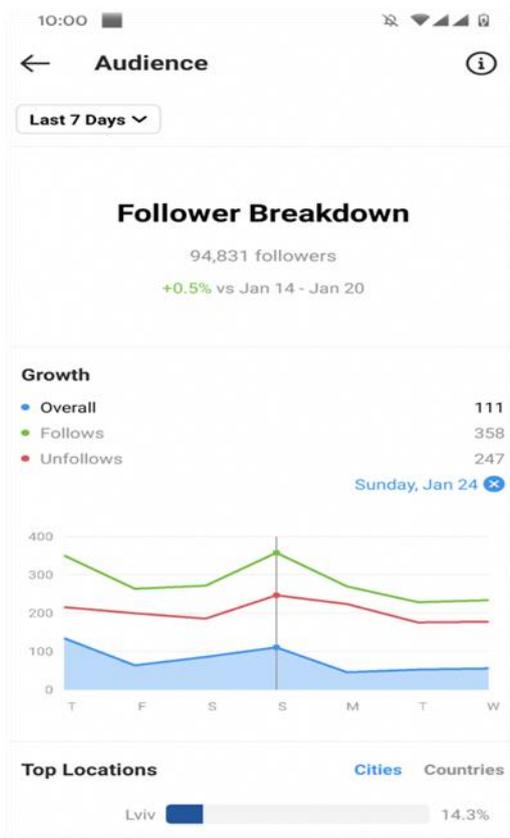
Emprendedor/a

Persona que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.

Engagement

Compromiso

El grado de compromiso del/de la cliente/a con nuestra marca.



Follower breakdown

Desglose de seguidores

Son estadísticas que te permiten en algunas aplicaciones como Facebook, Youtube, etc, conocer de *dónde* proceden tus *seguidores/as*, los rangos de edad y el género de las personas que te siguen, ... Es una información muy útil.

Fundraising

Recaudación de fondos

Es la actividad de captación de recursos que realizan las entidades sin ánimo de lucro —ONG, fundaciones, asociaciones, agrupaciones, etc. — para poder sacar adelante sus proyectos.

Growth

Crecimiento

Growth marketing

Márketing de crecimiento

Es un conjunto de técnicas de marketing que utiliza la creatividad, el pensamiento analítico, las métricas de sitios web y redes sociales con el objetivo de vender a través de una mayor exposición. Su objetivo es hacer crecer rápidamente el número de usuarios o clientes al coste más bajo y en el plazo más corto posible.

FFF (Family, friends and fools). Las 3 efes.

Familiares, amigos y locos

Es la primera fuente de financiación a la que acuden todos/as los/as nuevos/as emprendedores/as. No son inversores/as profesionales, pero sin ese empujón inicial muchos proyectos no saldrían adelante. Se trata de personas del entorno de las personas fundadoras que aportan capital personal para apoyar el proyecto.

Hub

Incubadora/vivero de empresas

Espacios destinados al desarrollo del coworking (ver arriba). En ellos se reúnen personas de distintos perfiles a crear y desarrollar proyectos de la mano de otras empresas u organizaciones.

Ejemplo: viveros de empresas como el Google Campus de Madrid o GarAJE, sede de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid.



Outsourcing

Subcontratación/externalización

Contratación de una empresa externa para que se haga cargo de algo en lo que nuestra empresa no está especializada.

Ejemplo: Casa rural externaliza el servicio de lavandería (ropa de cama, manteles, etc.) Otro ejemplo común de *outsourcing* agrario sería externalizar la instalación de soportes, emparrados, tutores y similares.

Next steps

Siguientes pasos

Networking

Red de contactos

Es la red de contactos y relaciones de trabajo que surgen en el mundo emprendedor. Este tipo de comunicación y modelo de trabajo en el mundo empresarial es muy importante ya que ayuda a que un proyecto salga adelante y a conseguir más clientes.

Aprovecha para moverte en foros presenciales como ferias, conferencias, etc. O virtuales (LinkedIn)

Ejemplo: Para hacer *networking* hay que:

seleccionar qué tipo de contactos queremos hacer ¿De qué sirve interactuar con 50 personas si sólo 3 son de tu sector?



Overview

Visión general

El plan de un proyecto es una herramienta que se utiliza para organizar un proyecto; en él se vuelcan todas las acciones que hay que llevar a cabo para poder cumplir el objetivo, desde la meta, la programación, los presupuestos, los planes de comunicación, entregas y demás.

Partner

Socio

Post

Publicación

/mensaje

Notas o mensajes de texto que se publican en una web social (blog, Facebook, página web...) y que pueden ir acompañados por una imagen, un vídeo, o cualquier tipo de enlace web.



Los "posts" se han convertido en una herramienta muy importante para las estrategias de marketing de las empresas.

Pitch

El pitch es una presentación breve, de unos 5 minutos máximo, para presentar el negocio a un posible agente inversor. En ese tiempo la presentación debe sintetizar claramente quién eres, a qué se dedica la empresa (¿qué necesidad has detectado?), cuál es tu producto o servicio y cómo tu propuesta soluciona esa necesidad, cómo se hace y por qué se diferencia de las demás (¿cuáles son sus puntos fuertes respecto a la competencia?), con qué equipo cuentas y cuál es el modelo de negocio.

El **pitch** sirve para llamar la atención, y puede ser el principio de una relación muy a largo plazo entre emprendedor/a e inversor/a.



Reach

Alcance

El *reach* o alcance es una forma de medir el éxito de una campaña publicitaria, además de conocer el impacto que esta produce en el público. Es decir, saber si el anuncio o la campaña está siendo interesante o no para el tipo de audiencia a la que se quiere llegar.

Tener un buen *reach* implica saber dónde está el público que puede interesarse por lo que ofrece la marca y lanzar contenidos que les resulten atractivos y llamen su atención. Esto significa que no es necesario publicitarse en todas las redes sociales o medios, sino de centrarse en aquellos en los que hay posibles clientes potenciales.

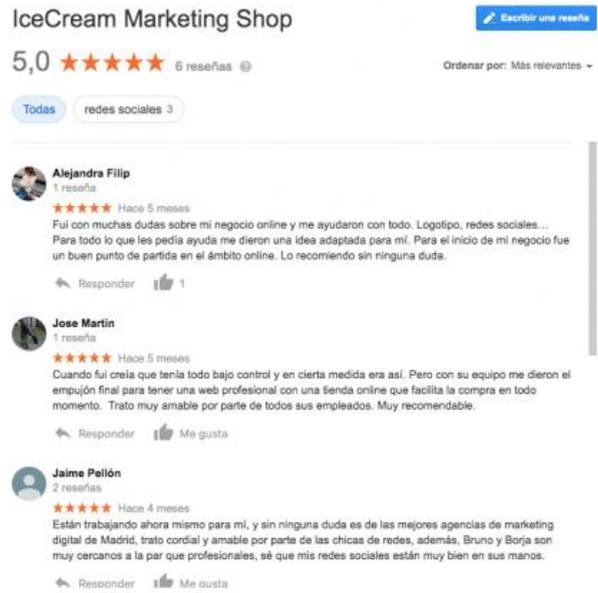
Reviews

Reseñas

Las *reviews* son opiniones sobre un producto o servicio que los/as clientes/as dejan en diferentes páginas.

Ejemplo:

Las reseñas en Google cada vez son más consultadas. Tanto si dispones de una tienda física como si se trata de un comercio online, una de las primeras formas en que tus clientes/as te encontrarán es a través de Google Mi Negocio. Cada vez que alguien busca tu negocio en Google lo primero que va a encontrar es tu ficha de empresa con la puntuación media de la suma de las reseñas que los/as usuarios/as han hecho sobre él.



The screenshot shows a Google Business profile for 'IceCream Marketing Shop' with a 5.0 star rating and 6 reviews. The profile includes a 'Escribir una reseña' button and a 'Ordenar por: Más relevantes' dropdown. Three reviews are visible:

- Alejandra Filip** (1 review, 5 stars, 5 months ago): 'Fui con muchas dudas sobre mi negocio online y me ayudaron con todo. Logotipo, redes sociales... Para todo lo que les pedía ayuda me dieron una idea adaptada para mí. Para el inicio de mi negocio fue un buen punto de partida en el ámbito online. Lo recomiendo sin ninguna duda.' (1 like)
- Jose Martin** (1 review, 5 stars, 5 months ago): 'Cuando fui creía que tenía todo bajo control y en cierta medida era así. Pero con su equipo me dieron el empujón final para tener una web profesional con una tienda online que facilita la compra en todo momento. Trato muy amable por parte de todos sus empleados. Muy recomendable.' (1 like)
- Jaime Peilón** (2 reviews, 5 stars, 4 months ago): 'Están trabajando ahora mismo para mí, y sin ninguna duda es de las mejores agencias de marketing digital de Madrid, trato cordial y amable por parte de las chicas de redes, además, Bruno y Borja son muy cercanos a la par que profesionales, sé que mis redes sociales están muy bien en sus manos.' (1 like)



Seed capital

Capital inicial/capital de lanzamiento

El capital inicial de la empresa en la fase con mayor riesgo. En esa fase estarán los FFFs y los business angels que deberían asumir la mayor.



Social media

Medios Sociales

Son las plataformas sobre las que interactúan y *socializan* personas y comunidades, con el fin de compartir ideas, noticias e intereses particulares.

Sin pretender hacer una lista exhaustiva, estas son las piezas más importantes del rompecabezas del *social media*.

Redes sociales – Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+. Plataformas interactivas donde las comunidades se reúnen para compartir intereses comunes.

Blogs – WordPress, Blogger, Typepad. Publicación de artículos creados dentro de su página web sobre temas de interés para su comunidad y clientes/as potenciales. Si aún no lo tiene, considere empezar a escribir un **blog de negocios**.

Geolocalización – Foursquare, Facebook Places, Google+ Local. Aunque sus funcionalidades de compartir podrían clasificarlas como redes sociales, su característica especial de permitir que un negocio sea encontrado en dispositivos móviles lo hace una herramienta que requiere una estrategia independiente.

Marcadores – Delicious, Pearltrees, StumbleUpon. Permite indexar o marcar el contenido para que sea encontrado por personas que están buscando dentro de estas redes.

Multimedia – iTunes, Livestream, YouTube, Vimeo, Spreaker. Incluye todas las herramientas que permiten compartir contenido multimedia en video y audio (podcasts).

Spam

Correo basura

El *spam* puede definirse como mensajes no deseados que se envían principalmente por vía electrónica.

Spin-off

Filial, escisión o empresa derivada

Empresa que se crea a partir de otra ya existente por la división de un departamento específico de la empresa inicial a avanzar y crear algo nuevo.

Startup

Empresa de nueva creación.

Empresa joven con grandes posibilidades de crecimiento y con un gran potencial de crecimiento, que muy a menudo comercializa productos y/o servicios de base tecnológica y muy innovadora.



Ejemplo:

Las empresas tecnológicas que han sido disruptivas en su sector (datos a 23/12/2021) han sido:

Bytedance: 140.000 M\$. Es la empresa matriz de TikTok, la red social del momento.

SpaceX: 100.300 M\$. Es la famosa empresa de transporte aeroespacial fundada por Elon Musk.

Stripe: 95.000 M\$ Fintech con sede en San Francisco, California (EEUU) y Dublín (Irlanda), que cuenta con Khosla Ventures, LowercaseCapital y capitalG como principales inversores. Ofrece servicios de pagos tanto a clientes individuales como a negocios.

Klarna: 45.600 M\$. Fundada en Suecia, tiene como principales inversores a Institutional Venture Partners, Sequoia Capital y General Atlantic. Este año lanzó su nueva app, con la que los consumidores pueden utilizar los métodos de pago aplazado de la compañía en todas las tiendas online, independientemente de si estas marcas están asociadas directamente con Klarna o no.

Canva: 40.000 M\$. Esta compañía es la responsable del famoso software y sitio web de diseño gráfico simplificado Canva. Su sede se encuentra en Surry Hills, Australia.

Storytelling (Datastorytelling)

Es la forma de comunicar que tiene como objetivo involucrar al/a la lector/a, captar su atención y conectar emocionalmente con él por medio de una historia. Se puede recurrir a los comienzos, los objetivos o los sueños... Es una manera efectiva de generar simpatía y una conexión emocional con los consumidores, que harán suya esa historia.



Ejemplo:

En una época en donde el consumo de comida orgánica y saludable se convirtió en una preocupación global y una moda, nació la empresa Chipotle Mexican Grill como una respuesta, que según se ha definido en sus campañas de marketing, confronta la industrialización capitalista.

Su vídeo promocional «Back to the Start» (“De vuelta al principio”), un corto animado de dos minutos que lanzó en YouTube, obtuvo más de 8 millones de visitas en su lanzamiento. Se trata de la historia de un granjero que rehúsa someter a sus animales a la industria y retoma una práctica más tradicional y humana: enfocarse en su historia y no en sus productos. Chipotle reflejó el crecimiento más grande en la industria de las cenas informales en la última década.

Target

Objetivo

Una de las claves de cualquier negocio es saber a qué público diriges tu producto o servicio. Realizar un estudio de mercado previo es muy importante para dibujar el perfil de tus consumidores/as y conocer sus necesidades.



Tips

Consejos/trucos

Ejemplo: *tips* de diseño, *tips* de programación, *tips* de desconexión, *tips* de marketing digital...

"Tips para viajar: 20 consejos para ahorrar dinero y disfrutar más"

Top locations

Principales ubicaciones

Lugares principales desde los que las personas han accedido a tu contenido online.

Venture capital (VC)

Capital Riesgo

Es el conjunto de inversiones a través de acciones que sirven para financiar compañías de pequeño u medio tamaño, normalmente startups.

Son un agente clave en la aceleración y crecimiento de *startups* centradas en la transición energética. Sus modelos de negocio pueden girar alrededor de los gases renovables, la movilidad sostenible y la eficiencia energética, entre otros.

Un VC dará capital a cambio de participaciones a la empresa, normalmente entre un 25% y un 30%.

Un ejemplo de este intercambio sería cuando un/a inversor/a invierte 500.000€ en una startup para ayudarlo a crecer a cambio del 10% de sus acciones.

View

Visualización

Visualización de contenido online en cualquier plataforma, ya sea Instagram, Facebook, Etsy, Youtube...

Ejemplo: ¿Cuántas visualizaciones necesitas en Youtube para ganar el salario medio?

En España, si un/a usuario/a decide dejar de trabajar para convertirse en youtuber, debe superar los 6,09 millones de visualizaciones.



Webinar

Seminario web

Seminario online que se realiza, generalmente, en vivo. Tiene lugar cuando un/a experto/a desea dar una lección, responder preguntas y atraer a una audiencia.

Workshop

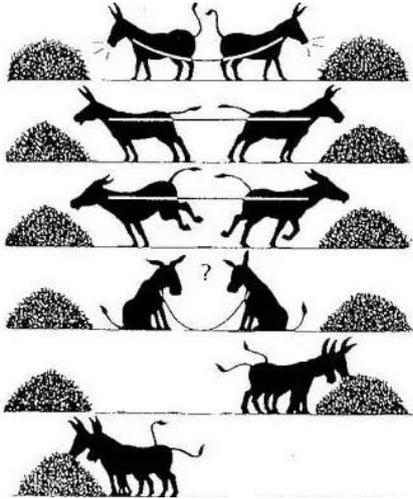
Taller

Evento en el cual las personas asistentes pueden formarse sobre un determinado tema de manera intensiva.



Win win

Todos ganamos



Estrategia de marketing que tiene como objetivo que todas las partes salgan beneficiadas. Se basa en que el trato o el acuerdo al que lleguemos, nos va a resultar positivo a nosotros/as, pero también a la otra parte.

Ejemplo: Imaginad una clínica veterinaria. Tiene que hablar con un/a proveedor/a para comprar algunos medicamentos. Como dueños/as de una veterinaria, les conviene conseguir el precio más bajo posible. Pero el/la proveedor/a quiere vender la mayor cantidad de medicinas posible para poder llegar a su objetivo del mes. ¿Cómo negociar? Habría que hacer una proyección de cuántas medicinas necesita y en cuánto tiempo se agotarán. Así, podrá saber si compensa hacer una compra más grande para obtener un precio más barato. De esta forma, el/la proveedor/a también estará feliz ya que venderá un volumen mayor de medicinas. Al final, ambos ganan. La clínica veterinaria obtiene mejor precio y el/la proveedor/a ha logrado vender más volumen.



Notas (otros términos que heido encontrando)

