

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

# Emprende tu negocio

**Autor: Gerardo Hernández Domínguez**

**Tesina presentada para obtener el título de:  
Lic. En Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:  
María Guadalupe Equihua Vergara**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





# **ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**“EMPRENDE TU NEGOCIO”**

# **TESINA**

**Que para obtener el título de:**

**LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Presenta:**

**GERARDO HERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ**

**Asesor:**

**MTRA. MARÍA GUADALUPE EQUIHUA VERGARA**

**No. De acuerdo LCI 100843    CLAVE 16PSU0011T**

## **AGRADECIMIENTOS:**

A quienes jamás encontraré la forma de agradecer el cariño, comprensión y apoyo brindado en los momentos buenos y malos de mi vida, hago este triunfo compartido, sólo esperando que comprendan que mis ideales y esfuerzos son inspirados en cada uno de ustedes.

A mi padre, por estar siempre en los momentos importantes de mi vida, por ser el ejemplo para salir adelante y por los consejos que han sido de gran ayuda para mi vida y crecimiento. Esta tesina es el resultado de lo que me has enseñado en la vida, ya que siempre has sido una gran persona honesta, entregada a tu trabajo, y un gran líder, pero más que todo eso, una gran persona que siempre ha podido salir adelante y ser triunfador. Es por ello que hoy te dedico este trabajo. Gracias por confiar en mí y darme la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida.

A mi Madre, por ser la amiga y compañera que me ha ayudado a crecer, gracias por estar siempre conmigo en todo momento, por la paciencia que has tenido para enseñarme, por el amor que me das, por tus cuidados en el tiempo que hemos vivido juntos, por los regaños que me merecía y que no entendía. Gracias Mamá por estar al pendiente durante toda esta etapa.

A mis hermanos Isaura y Gildardo que con su amor me han enseñado a salir adelante. Gracias por su paciencia, por preocuparse por su hermano mayor, gracias por compartir sus vidas, pero sobre todo, gracias por estar en otro momento tan importante en mi vida.

A Beatriz González, gracias por permitirme formar parte de tu vida, gracias por presionarme para terminar este trabajo, por aguantarme, pero sobre todo gracias por enseñarme a creer en mí y motivarme hacer las cosas de la mejor manera.

A mis amigos y familiares, Leonardo, Alfredo, Juan, Amaury, Alejandro, Samuel, Erick, Alejandro H, Gustavo, Lázaro, Hugo, Abel, Sergio, Ricardo, Rosita, Guiullame, Anaelle, por pasar a mi lado los momentos de mi vida universitaria y estar siempre en las buenas y en las malas, jamás lo olvidaré.

A la Mtra. María Guadalupe Equihua Vergara, mi asesora de tesis y mi directora durante la universidad, que estuvo ahí para ayudarme. Gracias por sus consejos.

A mis sinodales, gracias por darme la oportunidad y por el tiempo que me han dedicado para leer este trabajo.

Gracias a todos aquellos que no están aquí, pero que me ayudaron a que este gran esfuerzo se volviera realidad.

## ÍNDICE

Introducción .....	1
CAPITULO 1 .....	2
Antes de Abrir tú Negocio .....	2
Encuentra Tu oportunidad.....	2
El Negocio Ideal.....	3
Plan de Negocios .....	4
Consigue el Crédito que Necesitas .....	8
Porque no consigo un financiamiento .....	9
Encuentra el lugar perfecto.....	10
Conociendo los modelos .....	11
Casa .....	11
Oficina .....	11
Local Comercial .....	11
Elige el local perfecto.....	12
Identifica tu público objetivo.....	12
Establece un "anillo de acción" .....	12
Analiza a detalle el área cercana.....	13
Ajústate a la realidad financiera.....	13
Privilegia el acceso al transporte.....	13
Cuidado con el uso de suelo.....	14
Gana tiempo para las adecuaciones.....	14
Solicita comprobante fiscal.....	14
Ahorra en la compra de mobiliario.....	14
No gastes dinero en apariencias.....	14
Investiga el mercado.....	15
Sé creativo.....	15

Deja que los demás conozcan tus necesidades .....	15
Haz valer tu dinero .....	15
Usa el poder de la negociación.....	16
Lleva el precio de la competencia.....	16
Equipa tu Negocio .....	16
Hardware .....	17
Software .....	17
Diseña tu Logotipo .....	18
Escoge un tipo de logotipo.....	18
Símbolo grafico combinado con texto.....	19
Nombre tipográfico .....	19
Icono.....	19
Monograma .....	19
Elige el Color.....	20
Da un Valor Agregado a tu Negocio.....	21
La importancia del extra .....	21
Innovar o Mejorar .....	22
Suma cualidades a tu marca .....	22
Elige tu Régimen Fiscal.....	23
Persona Física .....	23
Persona Moral.....	24
Sociedad Anónima (S.A).....	24
Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).....	25
Pagar Impuestos.....	26
Evita Retrasos y Multas.....	27
Licencias de Uso de Suelo, Edificación y Construcción.....	27
Declaración de Apertura o Licencia de Funcionamiento.....	27
Inscripción Patronal en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).....	28
CAPITULO 2 .....	29
Durante tu Negocio .....	29

Aprende a Fijar el Sueldo.....	29
¿Cuánto debo ganar?.....	29
Determina cuánto vales.....	30
Aprende a fijar el sueldo de tus empleados.....	31
Considera cada caso individualmente.....	32
Ser Flexible.....	32
Prestaciones.....	33
Tu primer empleado.....	34
Cuándo contratar.....	34
Describe el puesto de trabajo.....	36
Tipos de contratación.....	36
Capacita a tu personal.....	37
Crea un Vendedor Estrella.....	38
Crea asesores no vendedores.....	39
Convierte a tu Empleados en tus Aliados.....	40
Evita conflictos laborales.....	41
Gana desde el Primer Día.....	42
Crea empatía con tu mercado.....	45
Ayuda sin buscar algo a cambio.....	46
Dialoga con tus consumidores.....	46
Teléfono.....	46
Sesiones de Discusión.....	47
Encuestas en línea.....	47
Mide la fidelidad de tus compradores.....	48
Logra que tus consumidores te encuentren.....	49
Moderniza tu negocio.....	50
Elige tu red social.....	52
Arma un plan de marketing digital.....	55
Diseña tu página web.....	56
Search marketing.....	56
Newsletters.....	56

Social media .....	57
Banners .....	58
Graba videos de tu marca .....	58
Estrategia 360° .....	59
Marketing móvil .....	60
E-commerce .....	60
Aprende a medir los resultados.....	61
CAPITULO 3 .....	64
Después de tú Negocio .....	64
Como llegar a ser el número uno.....	64
Aumenta tus ventas .....	66
Pide referencias a quienes ya te compraron.....	66
Crea experiencias continuas .....	67
Acude a ferias y exposiciones .....	67
Asiste a sesiones de networking.....	68
Como venderle a las cadenas comerciales.....	68
Prepárate para vender .....	69
Requisitos básicos .....	70
Prepárate para una segunda sucursal .....	72
Cambia a tiempo.....	74
Reconoce el problema.....	74
Tener todo por escrito.....	75
Busca alternativas .....	75
Renegocia la deuda .....	76
Del fracaso al éxito.....	76
CONCLUSIONES.....	79
GLOSARIO.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	82



## **Introducción**

En los últimos años, cada vez más personas, sobre todo jóvenes recién egresados de la universidad y profesionistas, se plantean una pregunta clave para definir su futuro. ¿Tener un empleo o Crear un negocio? A menudo se trata de una decisión difícil, ya que ambas decisiones tienen sus pros y sus contras.

Además el mercado actual plantea una nueva faceta para esta interrogante, ya que la mayoría de las personas se están dando cuenta que la única manera de hallar trabajo es aceptando un “subempleo”. No hay duda de que esta mejora de la economía parece estar, por ahora, en una base en la que reina el subempleo.

Por un lado, es cierto que hay un incremento en la actividad económica, pero no un crecimiento significativo en la generación de empleos. Lo preocupante de esta situación es que, en muchos casos, las personas que no tienen trabajo están aceptando puestos que pagan considerablemente menos que lo que ganaban antes, que no ofrecen prestaciones o bien plazas temporales.

En épocas de crecimiento económico, la principal ventaja de un empleo es el bajo riesgo. Las ideas que todos tienen es trabajar para una empresa garantiza un buen sueldo a cambio de un esfuerzo laboral definido y con poco riesgo de perder el trabajo a menos que la persona decida renunciar.

Por otra parte entre las ventajas de tener un negocio propio se pueden destacar, ofrecer valor por medio de una experiencia que implica trayectoria y reputación, se asume que el negocio producirá un ingreso, aunque se tendrá que trabajar muy duro para echar a andar la empresa antes de que genere las utilidades proyectadas, también existen apoyos para los dueños de franquicias, por ejemplo el Programa Nacional de Franquicias.

Para una persona que es más metódica y que gusta de invertir recursos para realizar una investigación a detalle, la vía más segura de asegurar su futuro profesional puede ser un negocio más que un empleo. Asimismo, la realidad del subempleo ha cambiado las perspectivas de mucha gente que está evaluando la posibilidad de crear su propio negocio.

## **CAPITULO 1**

### **Antes de Abrir tú Negocio**

#### **Encuentra Tu oportunidad**

Cada vez más personas deciden iniciar su propio negocio, algunas siguiendo sus ganas de emprender, otras, buscando su independencia económica, ya sea como una actividad de medio tiempo o como una forma de vida, la realidad es que emprender requiere de un gran compromiso, se dice que el conocimiento es poder y que mejor que utilizar ese conocimiento en el mundo de los negocios sabiendo las características de tu público meta, los productos y servicios demandados y las marcas más posicionadas.

Considera que existen modelos de negocio como las ventas por catálogo, distribución y franquicias, por mencionar algunos, sin embargo recuerda que antes de invertir debes tener claro que es lo que más te gusta hacer, cuánto tiempo y dinero estas dispuesto a destinar.

“Más allá del dinero que puedas ganar, lo importante es iniciar un negocio que te apasione” (Elizarrarás)

#### **Sin miedo a Emprender**

Algunas de las razones que asustan a los nuevos emprendedores son el temor a perder su dinero, debido a no tener la certeza de que el negocio funcionará, estas causas son comunes, y como futuro empresario puedes estar seguro que los temores los tendrás en mayor o menor medida en algún momento del proceso. Es difícil no considerar que a pesar de una gran planificación, exista la posibilidad tanto de éxito como de fracaso.

Sin embargo, estos miedos nunca deben ser un obstáculo para que le des forma a ese proyecto de inversiones y negocios que llevas planeando. Sólo debes preocuparte que tu capital sea correctamente invertido.

Existen una serie de procedimientos que se pueden analizar para poder correr menos riesgo a la hora de iniciar tú negocio a continuación se detallara una serie de procedimiento que pueden ayudar en la apertura de un nuevo negocio:

### **El Negocio Ideal**

Existen investigaciones que aseguran que antes de comenzar a invertir se debe investigar si realmente se trata del negocio ideal, ya que se debe contemplar que trabajarás todos los días en él.

”La elección de un mercado o giro equivocado es el error más frecuente que cometen los emprendedores novatos. Aprende a Distinguir las opciones ganadoras” (Serbia)

La primera recomendación es no involucrarte con un negocio con el que no estás familiarizado, además considera opciones que no impliquen un nivel de dificultad alto, sobre todo si no se cuenta con experiencia sobre ese giro, ya que es mejor identificar un obstáculo pequeño a intentar sobrellevar uno demasiado grande. Esto no implica que te enfoques solamente en emprender solo en lo que eres bueno, lo mejor es que cuentes con algunos conocimientos previos de la actividad a la que planeas dedicarte.

Para comenzar puedes realizar una lista de todas las cosas que te atraen, desecha las ideas pobres y prefiere las que tengan potencial económico a largo plazo.

“Invierte tiempo y Esfuerzo para encontrar el negocio adecuado para tus necesidades gustos y metas” (Yunus)

Investiga en internet las tendencias del mercado actual y consulta en revistas especializadas en negocios, realiza una autoevaluación ayudándote con las siguientes preguntas:

- ¿Actualmente existe algún producto o servicio similar?
- ¿Quiénes serian tus clientes?

- ¿Existe un mercado para este concepto?
- ¿Qué tiene de innovadora tu idea de negocio?
- ¿Qué hará que el cliente compre el producto? ¿A qué necesidades responde?
- ¿De qué forma llega el producto al cliente?
- ¿Puede este producto hacer dinero? ¿Cuáles son los costos que conlleva y qué precio se puede pedir por él?

Después de realizar esta serie de preguntas elimina las que no funcionan considerando nuevos factores como: presupuesto, lugar de operación, casa, local, móvil etc.; y la cantidad de tiempo y esfuerzo.

Necesitas tomar en cuenta que el negocio que pretendes abrir debe crecer en los mercados actuales y futuros, puesto que muchos pequeños comercios dejan de existir cuando surgen grandes tiendas que acaparan el mercado.

### **Plan de Negocios**

El Plan de negocios es una herramienta clave en la creación de cualquier empresa, con él se evalúa la factibilidad y rentabilidad de un proyecto, se presenta en el banco para conseguir préstamos o se muestra a potenciales inversionistas o socios. Desarrollar este plan requiere de invertir muchas horas de análisis, donde el producto final debe ser un documento estructurado, con un objetivo convincente que refleje a la perfección lo que busca tu empresa, además de contener todos los pasos necesarios para conseguir esta meta.

El plan debe dejar claro que está hecho por profesionales, se debe demostrar que fue realizado con tiempo, no en base a la improvisación, y que se sustenta en investigaciones de mercado formales, debe contar con proyecciones realistas, también debe demostrar que el negocio al que se refiere es serio y organizado.

Es un documento que te ayuda a tener éxito en tu emprendimiento, pero además debes tener en cuenta que se trata de una ruta a seguir, por eso la redacción de

éste es un ejercicio de honestidad, que permite aclarar de qué se trata el negocio, sus potencialidades y cómo llevarlo a cabo. En realidad, es un mapa que guía al emprendedor en la dirección correcta y permite hacer ajustes. Para esto es fundamental conocer los elementos clave que debe contener todo plan de negocio.

El resumen ejecutivo de un plan de negocios es una sinopsis de tu plan, aquí, deberás establecer claramente el concepto de tu negocio, los puntos financieros básicos, proyecciones de venta y requerimientos de capital, así como el estatus actual de tu compañía. Identifícate como dueño, así como a cada persona que integrara el personal clave del negocio y cómo cada uno contribuye a desempeño del mismo.

Finalmente, establece claramente lo que tu compañía quiere lograr a corto plazo, una empresa pequeña puede listar sus logros, tales como registro de una patente, elaboración de un prototipo, resultados de una prueba de mercadotecnia.

Análisis de la Compañía. Primero que nada, estudia la industria en la que su negocio opera y el mercado al que lo dirigirás, describe a tu compañía, incluyendo su estructura operativa, ventas al menudeo, mayoreo, manufactura o servicios, tu base de clientes, productos o servicios y métodos de distribución. Es más fácil enumerar 10 fortalezas que 10 debilidades, 10 oportunidades que 10 amenazas. Este exceso de optimistas se nota en muchos planes de negocio, y es perjudicial para el proyecto.

Análisis del Cliente. Hacer una investigación de mercado objetivo; edad, sexo, nivel socioeconómico, personalidad, hábitos de consumo, entre otros, Para cada mercado existen estimaciones muy diferentes de su tamaño. Muchas veces ocurre que el emprendedor, contento con su ingeniosa idea de negocio, se olvida de considerar los factores culturales. Recuerda que es muy importante que consideres si los factores socio-culturales del mercado objetivo pueden llegar a

representar algún tipo de riesgo potencial con respecto a nuestras expectativas de venta.

Análisis de la Competencia. Definir quién es la competencia directa e indirecta, describir sus características, sus fortalezas y debilidades y qué ofrece nuestro negocio a diferencia de ella. Identifique claramente a sus competidores actuales y futuros y analice sus fortalezas y debilidades, afirmar no tenemos competencia en el 99 % de los casos no es cierta, y el emprendedor suele creérsela simplemente porque cree que su producto aun no existe. Nunca olvidarse de incluir algún competidor relevante en el análisis de la competencia por algún motivo, porque los emprendedores desconocen todos los competidores, o porque dejan a un competidor fuera porque no lo consideran relevante o porque no quieren compararse con él, esta omisión es una fuerte desconfianza hacia el resto del contenido del Plan de Negocios.

Plan de Marketing. Establecer la estrategia de precio, promoción y distribución del producto o servicio. Se deben definir los canales y medios de comunicación a utilizar y la frecuencia de impactos.

Define el mercado en términos de tamaño, estructura, proyección de crecimiento, tendencias y potencial de ventas, luego, estima la participación de mercado que piensas tener; cómo fijar los precios, cómo piensas promover su producto y cómo vas a distribuirlo, así como el rol que jugarán todos estos componentes en sus esfuerzos de mercadotecnia. Puede utilizar esta sección para definir tu estrategia de mercadotecnia, o bien puedes desarrollar un capítulo por separado y simplemente mencionarlo en esta sección.

No importa cómo lo hagas, necesitarás un plan de mercadotecnia extenso que incluya sus estrategias de ventas, publicidad, relaciones públicas, promociones especiales y/ o actividades en la comunidad. El plan deberá definir claramente lo que intentas hacer, incluyendo un presupuesto estimado para estas actividades, de modo que lo puedas revisar constantemente y hacer los ajustes necesarios.

Plan Operativo. Demuestra cómo tu negocio funcionará día a día, quién será responsable de qué, cómo desempeñará cada quien sus funciones, y cuáles serán tus necesidades de capital y gastos. Demuestra que cuentas con los recursos necesarios como: instalaciones, equipo, materiales y mano de obra, para operar como lo planeas, propón un organigrama con los puestos, saldos y responsabilidades de cada miembro del equipo.

Plan financiero. Hacer proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo, establecer los gastos fijos y la rentabilidad de la empresa. Muchos emprendedores tienden a pensar erróneamente que un plan de negocios es igual a un presupuesto, elaborar presupuestos sobre todo de los futuros ingresos y egresos es parte fundamental en el desarrollo de un plan de negocios. Sin embargo, implica mucho más que ello. Debes analizar objetivos, diseñar estrategias, coordinar recursos y analizar la industria, entre otras cosas, por más completo que sea tu plan de negocios, siempre existirá el riesgo de que las cosas no sucedan tal como las has planificado, por lo que al elaborar el plan, debes tratar siempre de prever los posibles pormenores y estar preparado para afrontar esas dificultades. La mayoría de los emprendedores no tiene conocimientos previos de contabilidad y debe regresar a la escuela para adquirir este tipo de conocimientos. Las personas cometen constantemente este error en los negocios, este punto es fundamental en tu plan de negocios y deberás incluir una proyección de ingresos, resultados y de flujo de efectivo. Estos reportes muestran una perspectiva histórica, así como una proyección hacia el futuro de tu situación financiera.

Incluir todos los anexos pertenecientes a la investigación previa.

## **Consigue el Crédito que Necesitas**

La principal preocupación de los bancos es proteger su capital, por eso son conservadores en cuanto al manejo de sus créditos, su prioridad es recuperar el capital del préstamo obteniendo un rango razonable del interés sobre el crédito, por otro lado, también quieren que sus clientes abran más cuentas con ellos.

La seguridad el capital es primordial por esto mismo los banco no quieren arriesgar demasiado, así que de ti depende proporcionarles tantas razones como puedas para que se sientan seguros de prestarte.

El primer consejo es que te acerques a una institución financiera y que incluyas en tu documentación una descripción de cuanto necesitas y que planeas hacer con esos recursos, además anexa las hojas de balance actualizadas, reportes de flujo de efectivo e informes de los ingresos proyectados de tu empresa.

La personalidad del emprendedor tiene gran relevancia, pues todos los préstamos para negocios pequeños son prácticamente personales, por lo tanto la experiencia es fundamental, por lo que se revisara tu historial de crédito personal.

La capacidad del préstamo se calcula de acuerdo a la cantidad de deuda que tu negocio pueda soportar, Una compañía con una proporción alta de deuda sobre el fondo propio se percibe como menos propensa a crédito que una con baja deuda en proporción a sus fondos, las proyecciones financieras pueden marcar la diferencia, supongamos que el préstamo aumentara los ingresos de tu empresa y llevara a una pronta reducción de la deuda sobre el costo total, las oportunidades para obtener el crédito aumentarían.

Las circunstancias económicas tienen un profundo efecto en la decisión para otorgar un crédito, si el banco está convencido que se presentara una recesión o una depresión económica, lo más probable es que no de financiamientos con facilidad.



La garantía es una fuente secundaria de liquidación, puede tratarse de una fianza o las escrituras de una propiedad con un valor mínimo equivalente del préstamo, para la mayoría este requisito resulta incomodo, sin embargo, en la mayoría de los casos es imprescindible.

Debes tener credibilidad en tu negocio estar seguro que cuentas con lo necesario para hacerlo crecer, que no es un collage de tus sueños y que realmente es una estrategia cuidadosamente razonada, investigada y acompañada de una buena oportunidad, si tienes todo esto tu credibilidad se disparara y abras superado un gran paso

Realiza un plan de contingencia, esta es una herramienta financiera que demuestra previsión, examinando el peor escenario examina las alternativas disponibles y la manera en cómo manejarlas. El consejo es buscar a un asesor financiero para que te de recomendaciones para tener una reunión con los ejecutivos del banco, ante el rechazo este experto puede ayudarte a exigir una explicación sobre las razones por las que no te dieron el crédito.

### **Porque no consigo un financiamiento**

Muchos emprendedores cometen el error de casarse con sus ideas, lo que es muy bueno, pero sólo cuando los proyectos son realmente factibles e innovadores, no solo se necesita ganas de emprender y poner todo el esfuerzo, se necesitan bases escritas que demuestren que tu plan de negocios es realmente factible. Entonces por más que postulen sus iniciativas a concursos o se lo presenten a distintos inversionistas, las posibilidades de conseguir apoyo no crecerán.

Por eso, es importante que elabores un buen plan de negocios donde definas el concepto, las características del sector y del público y hagas proyecciones financieras y de ventas realistas y bien analizadas.

Las ideas exitosas abundan en el mercado, lo que a veces faltan son clientes, nadie quiere productos que sirvan para una sola cosa o envoltorios de navidad durante todo el año. Por eso, antes de lanzar tú proyecto asegúrate que existe un

número suficiente de gente que estaría dispuesta a adquirirlo y usarlo, no una, sino que muchas veces.

Muchos emprendedores cuentan con buenas ideas y tienen mucha experiencia en ventas, pero no saben presentar sus proyectos para que se vean lo bastante llamativos como para recibir financiamiento, es primordial que un futuro empresario sepa exponer su proyecto, que conozca cada parte de él y esté preparado para responder cualquier pregunta. Antes de presentarlo, estúdialo con cuidado y prepara una presentación atractiva y fácil de entender.

### **Encuentra el lugar perfecto**

Está claro que independizarse trae consigo muchos beneficios, entre ellos, ser tu propio jefe. Sin embargo realizar gastos innecesarios puede causar el derrumbe de “construir tu propia empresa”, por eso, antes de invertir o buscar un lugar para establecerte debes tomar en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿De cuánto tiempo dispones para operar este negocio?
- ¿Buscas ingresos adicionales o dependerás totalmente de este nuevo negocios?
- ¿Cuánto riesgo financiero estas dispuesto a tomar?
- ¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades y debilidades?

Este análisis te ayudara para saber si te conviene realizar tu propia marca o emprender una franquicia con una compañía que te dé la oportunidad de independizarte, por ejemplo si eres una persona buena en el trato con la gente pero no sabes de qué manera administrar un negocio, tal vez te convenga una red de negocios multinivel como una franquicia.

A partir de esto, podrás definir como operar tu negocio: desde tu casa, una oficina o un local, no existe opción mejor o superior a la otra, solo es cuestión de encontrar la adecuada para ti tomando en cuenta el tipo de emprendedor que seas y el giro que quieras darle a tu negocio.

Recuerda que principalmente debes partir del presupuesto con el que cuentas para infraestructura. De esta forma sabrás si tienes capital suficiente para cubrir los gastos, por ejemplo si decides iniciar en una oficina, la compra del mobiliario necesario.

## **Conociendo los modelos**

### **Casa**

Existen varias ventajas de trabajar desde casa ya que tú eliges tu horario de trabajo y no tienes gastos fijos adicionales como el pago de renta, luz y teléfono, su principal desventaja son las distracciones que te rodean como mascotas, televisión, trabajos domésticos e incluso los hijos, motivo por el cual muchos emprendedores trabajan durante la noche para evitar interrupciones.

Debes tomar en cuenta que la visita de clientes o proveedores a tu domicilio puede resultar incómoda para ellos o para las personas que habitan la casa. Por eso, mucha de tu labor de venta y compra será vía telefónica o a través de redes sociales. Este modelo es ideal para negocios de medio tiempo.

### **Oficina**

Las ventajas de trabajar en una oficina es que esta en un lugar ajeno a tu domicilio lo cual te brinda una imagen más profesional, tanto al negocio como a ti mismo, por lo que debes poner mucha atención a la calidad de servicio que ofreces, algunas de las desventajas es que sin importar cual sea el giro del negocio debes de invertir en mobiliario y equipo de oficina para las labores administrativas, además de cubrir gastos fijos como la renta, luz y teléfono. Se debe contemplar también la contratación de un asistente que atienda las llamadas y pendientes con el motivo de evitar la aglomeración e incomodidad de tus clientes o proveedores. Toma en cuenta que tu oficina debe ir de acuerdo al giro del negocio

### **Local Comercial**

En el momento de elegir nuestro local comercial debemos tener claro si queremos que nuestro local sea de impulso o destino. El primero atrapa al cliente por la

imagen o el producto que se vende, por ejemplo, una cafetería. La segunda capta al consumidor para satisfacer su necesidad, por ejemplo una zapatería.

Para ambos el éxito depende de otros factores como, el tráfico de personas la ubicación, las características del negocio, nivel socioeconómico de la zona, es importante recordar que la mayoría de los contratos de arrendamiento tienen duración de un año, por lo que deberás considerar estos factores para evitar el fracaso

### **Elige el local perfecto**

Este tema es tan difícil que la mayoría de consultores y franquiciantes insisten en que la clave del éxito de una nueva marca o tienda se reduce a un simple consejo: encuentra el mejor lugar posible para instalar tu negocio.

Pero entonces, ¿cómo puedo elegir la ubicación perfecta?

### **Identifica tu público objetivo.**

Para poder definir temas como el tamaño o el diseño interior es vital que tomes en cuenta tu demanda potencial, la forma de lograr esto es tomando en cuenta quien es tu cliente ideal y cuáles son sus hábitos regulares de compra, estudia el lugar donde trabajan tus clientes y que vialidades utilizan para poder llegar a tu negocio, tomando en cuenta los compradores que transitan a pie es necesario que analices como llamar su atención (letreros, promociones).

### **Establece un "anillo de acción".**

Un anillo de acción es la selección de los destinos probables de tu negocio ya sea delegación, sector o barrio, es importante no dejarte llevar solo por tu intuición o conocimientos, es recomendable buscar información en oficinas de gobierno o locatarios establecidos, investiga si el lugar mantiene movimiento toda la semana y si el público es familiar, universitario o ejecutivo.

Recuerda analizar si cuenta con buenas vialidades de acceso y el tamaño del mercado si la población es de habitantes residenciales o población que trabaja y estudia en esa zona, el objetivo final de esto es para saber si las autoridades

tienen una política de apoyo al comercio o por el contrario es un territorio conflictivo y poca regulación.

### **Analiza a detalle el área cercana.**

Una vez definido un "anillo general de acción" es recomendable que te enfoques en el estudio del área en que deseas instalar tu negocio, camina por las calles, avenidas mercados y centros comerciales. Localiza las zonas que atraen más visitantes, tomando en cuenta las escuelas y oficinas, algunas de las formas más prácticas es preguntar a las personas cuales son las referencias para llegar a un lugar, esto te dará una idea de los lugares clave "junto a la plaza X", "a la vuelta del supermercado Y".

### **Ajústate a la realidad financiera.**

Una vez listo el análisis, busca la opción que mejor se adapte a tus necesidades y presupuesto. Con base en esto podrás definir, para empezar, si vas a rentar o comprar o si la opción es alquilar,

Se realista y determina cuál es el monto máximo que puedes pagar por ese local, averigua qué requisitos exige la autoridad local: uso de suelo, iluminación, estacionamientos, acceso para discapacitados, etc.

Ten en cuenta tu presupuesto de cuánto gastarás para hacerte del local y acondicionar, si te ubicarás en un centro o plaza comercial, investiga si hay gastos o aportaciones adicionales por conceptos como mantenimiento, seguridad, uso de estacionamientos, etc.

### **Privilegia el acceso al transporte.**

Si el objetivo es atraer muchos clientes, siempre es recomendable estar cerca de las estaciones del metro o de transporte colectivo. Si, por el contrario, utilizarán automóvil privado, busca zonas de fácil acceso y con suficientes lugares de estacionamiento.

### **Cuidado con el uso de suelo.**

Verifica en la delegación u oficina de gobierno correspondiente que tu local o terreno cuenta con los permisos necesarios para operar. Es muy común observar disputas entre vecinos residenciales y negocios por diferencias en el uso de suelo.

### **Gana tiempo para las adecuaciones.**

Pregunta a tu arrendador si te concedería un mes sin cobrar renta para que en ese tiempo realices las remodelaciones, adaptaciones e instalación de los servicios públicos necesarios. Este tipo de negociaciones son comunes, pero no obligatorias.

### **Solicita comprobante fiscal.**

Exige a tu casero que registre el contrato de arrendamiento en la Tesorería local y te otorgue los recibos correspondientes para que puedan ser deducciones fiscales.

### **Ahorra en la compra de mobiliario**

Una vez seleccionado el lugar perfecto es necesario saber que los gastos de oficina pueden ocupar una parte importante del presupuesto, por eso es bueno saber que el ahorro de dinero es una parte esencial de un inicio exitoso, por eso, debemos seguir algunas recomendaciones para que tu negocio pueda prosperar a partir del ahorro en compras de mobiliario:

### **No gastes dinero en apariencias**

Si tienes un negocio pequeño que suele ser visitado con frecuencia, la gente reconocerá tu trabajo al ver que no realizas gastos exagerados, al menos en etapas tempranas del negocio en las que la economía debe concentrarse en otras prioridades.

## **Investiga el mercado**

Siempre es bueno tomar en cuenta este tipo de gasto, por lo tanto es tu obligación investigar el mercado y buscar mejores precios, ya que querer hacerlo fácil, no será la mejor manera de optimizar el rendimiento de capital

Piensa en la posibilidad de no comprar el equipamiento

Tal vez, puedas pedirlo prestado o alquilarlo cuando lo necesites. Existen cooperativas que rentan el mobiliario o equipo.

## **Sé creativo**

Puedes encontrar recursos sin la necesidad de gastar grandes cantidades de dinero. Utiliza elementos que ya tienes para satisfacer sus necesidades. Por ejemplo, un envase vacío de café con un poco puede utilizarse de lapicero

## **Deja que los demás conozcan tus necesidades**

Alguien puede estar por deshacerse de esa pieza de equipo que tanto necesitas. Si la gente sabe lo que está buscando, pueden dártelo a bajo costo o incluso gratis.

## **Sé paciente**

No necesitas la maquina más actual y de moda en este momento. Si puedes, espera hasta encontrar lo que buscas, al precio que buscas. No dejes que la impaciencia afecte a tu economía.

## **Haz valer tu dinero**

Puedes comprar equipamiento en un mercado de productos económicos, pero, puede ser que el producto no dure tanto como se suponía. A veces, vale la pena pagar un poco más que pagar dos veces.

## **Usa el poder de la negociación**

No te conformes sólo con pedir el precio más bajo. Pregunta qué pueden hacer para mejorar la oferta. Tal vez, puedas conseguir algo que necesitas y que no resulta muy costoso para el comerciante.

## **Lleva el precio de la competencia**

Pregúnteles si pueden igualar o mejorar la oferta del otro proveedor. Ésta es una buena manera de presionar. Te sorprenderás de las cosas que hacen algunos para conseguir un nuevo cliente,

## **Equipa tu Negocio**

Una de las inversiones básicas al arrancar un negocio es el equipamiento tecnológico, sin este, tu trabajo va a carecer de eficacia, rapidez y actualidad.

Optar por una inversión en computadoras, internet, programas para registrar ventas etc. Es una manera de mantener el valor de tu negocio, crear ventajas competitivas y mejorar tu negocio a nivel interno, para esto es necesario determinar qué tipo de actividades se llevaran a cabo ya que si tu empresa es de diseño necesitaras in software más avanzado pero por ejemplo y es un restaurante, te será más útil un programa para administrar la relación de los clientes.

Todo depende del escenario al que te enfrentes, si careces de fondos para comprar un equipo nuevo debes pensar cómo utilizar el equipo con el que cuentas, en caso de que la computadora con la que cuentas sea obsoleta para los fines que se necesita, es necesario contemplar en la inversión inicial comprar una que cumpla con los requisitos mínimos necesarios, En cualquier caso, existen tres categorías que debes considerar al momento de escoger tu equipo:



## **Hardware**

Aparatos y módulos de información para la empresa, como computadoras, teléfonos fijos, impresoras, escáneres y fotocopias, para determinar cuáles son los que necesitas haz una lista de los aparatos indispensables, priorizando las actividades que impliquen operaciones internas e interactividad con los clientes.

La computadora es el elemento central de una oficina, escoge según el tipo de sistema que requieras, entre maquinas de escritorio o laptops, investiga cual es la capacidad de sus elementos y la velocidad e navegación, asi como la capacidad de almacenamiento de información.

Otro básico es la línea telefónica la elección del proveedor del servicio depende del negocio, ya que esta line puede utilizarse ocasionalmente o ser un complemento esencial para la atención al cliente y llamadas a proveedores.

## **Software**

Explotar al máximo los aparatos adquiridos anteriormente solo se logra con programas o paquetes de software eficientes para computadoras y maquinas de cobro, existen desde básicos como office hasta soluciones profesionales y aplicaciones en internet.

Estos programas deben permitir la respuesta ágil de tu personal. Sus funciones tienen que ser congruentes con las exigencias de tu negocio, lo más recomendable es utilizar un software ya probado por negocios similares y que tengan tiempo en el mercado.

## **Gadgets**

Los gadgets son accesorios electrónicos de todo tipo desde diademas y auriculares hasta mouse o teclados. Si aportan algo a la operación de tu negocio, contémpalos como parte de tu listado de equipo para arrancar tu negocio, quizás

te convenga invertir en dos herramientas que han cobrado relevancia entre ejecutivos y empresarios los Smartphone y las tablets.

“El mercado mundial de Smartphone crecerá 49% durante el 2012” (IDC, 2011).

## **Diseña tu Logotipo**

Una de las llaves para atraer la atención de los clientes potenciales hacia tu negocio es contar con un logotipo que convenga desde el primer instante al consumidor potencial.

Este primer impacto visual definirá la manera en que tu producto despertara interés en los consumidores, haciendo que se acerquen con interés o pasen de largo ante tu marca, una vez logrando que la gente detenga su mirada en tu logotipo no será suficiente para convencerlos, las cualidades que quieres proyectar de tu negocio deberán estar expresadas de manera sintética en la imagen que lo representa, lo que nos lleva a que un logotipo no solo debe verse bien, si no ser claro, puesto que el logotipo será la tarjeta de presentación de tu negocio, la primera cara que vera el publico de tu producto o servicio, motivo por el cual debes planear bien y cuidar el mensaje que buscas transmitir.

No es aconsejable contratar a alguien que simplemente sepa utilizar programas de diseño, busca profesionales especializados, ya que crear un logotipo es una inversión tan determinante como comprar tecnología, para la elaboración no se debe escatimar recursos de ningún tipo, pues debes tomar en cuenta que se trata de una inversión a largo plazo, un buen diseño se cree que tiene una vida útil de por lo menos 10 años.

## **Escoge un tipo de logotipo**

“Un negocio emergente debe optar por el uso de un logotipo combinado, por que el uso de un icono es un lujo que solo se pueden dar marcas muy posicionadas. Un icono solo funciona después de mucha difusión” (Meave)

### **Símbolo grafico combinado con texto.**

La función de este logotipo es que recuerdes su nombre y que lo asocies con una imagen que señale claramente el giro de tu negocio.



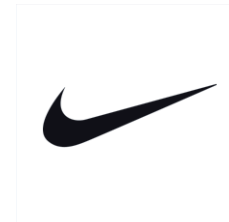
### **Nombre tipográfico**

La ventaja de este logotipo es que el nombre mismo de tu empresa es la imagen. Su fuerza descansa en la combinación de colores y tipo de letra para crear una imagen sencilla y original



### **Icono**

Cuando tu marca puede ser expresada o resumida con una imagen que proyecte cuanto ofreces como empresa esta es la opción más recomendable, la intención es que todos entiendan lo que vendes a simple vista.



### **Monograma**

Elaborar una composición con las iniciales de una marca te permite interactuar con el consumidor. Este logotipo sirve para crear una imagen inédita a partir de letras estratégicas



El logotipo debe funcionar fácilmente a distintos soportes sin perder identidad, por eso se debe planear en qué tipo de lugares se va a mostrar o publicar, sin importar si su desarrollo es para página web, medios impresos, espectaculares o tarjetas de presentación, es necesario siempre mantener el plan original.

Si un logotipo es bueno mantendrá la personalidad de la empresa en cualquier presentación que se requiera.

### Elige el Color

La publicidad suele utilizar cualquier recurso a su mano para estimular reacciones en los consumidores, el logotipo, al ser una herramienta visual que busca generar respuestas en la gente, tiene en el color uno de sus recursos esenciales.

La paleta de colores se convierte en un catálogo que facilitara la venta de una marca, a pesar de que la combinación de colores es interminable, lo mejor es no utilizar más de tres al construir la identidad visual de tu marca, pues esto lo hará más fácil de recordar. Lo importante es que confíes en tu sentido común, apostando por la sencillez y los colores armónicos o bien una combinación inusual que guste a tus clientes.

Color	Característica	Virtud	Impacto	Desventaja
	Llamativo	Competitividad	Positivo	Agresivo
	Formal	Fortaleza	Elegante	Intimidante
	Equilibrado	Naturalidad	Seguro	Discordante
	Comunicativo	Alegría	Activo	Escandaloso
	Luminoso	Limpieza	Afortunado	Neutralidad
	Claro	Lucidez	Alerta	Peligroso
	Confiable	Estabilidad	Profundo	Depresivo
	Espiritual	Sabiduría	Lujoso	Frustrante

Fuente: Cliché de Menta.

## **Da un Valor Agregado a tu Negocio**

Un buen negocio necesita destacarse del resto lo de la competencia, la mayoría apuesta por el precio mientras que otros por una demanda que aun no satisface a todo el mercado, finalmente todo se reduce a un solo termino: “valor agregado”

De acuerdo con Carlos Aliaga, especialista en estrategias empresariales para emprendedores, “El valor de un producto son esas características que lo distinguen de su competencia”, la pregunta aquí es ¿Cómo lograr esa distinción?

La única solución está en los clientes, para ello es necesario realizar un estudio de mercado, toda la tarea que esto conlleva, recabar, organizar, analizar, y dividir las virtudes y potencias de nuestro producto sirve para diferenciar nuestro producto de la competencia, detectando que elementos son similares o ajenos a los modelos ya probados.

Podemos tener una oferta maravillosa y que el consumidor ya aprobó, sin embargo creen que tiene un par de detalles que podrían mejorar, atender estas recomendaciones y aprovecharlas para mejorar es lo que te ayudara a distinguirse del resto.

Siempre que un comprador tiene una experiencia especial con lo que adquiere regresa por más. Entonces el objetivo es encontrar aquello que hace especial esa experiencia en que la persona decide formar parte de tu clientela.

### **La importancia del extra**

Dentro de un mar de ofertas que encuentran los consumidores las tuyas pueden perderse en la memoria de la gente, motivo por el cual para poder crear una cartera de clientes que sean fieles a tu producto necesitas transformar lo ordinario en extraordinario.

“Para que una empresa alcance el éxito es necesario que esta tenga un concepto básico que la singularice y de garantía de su supervivencia: algo inédito” (Aliaga)

Piensa que el primero siempre lleva la delantera ya que si eres quien inicia un concepto, tienes varias ventajas que te permiten anticiparte a la competencia, de esta forma tú defines y creas un mercado, además de patentarlo.

### **Innovar o Mejorar**

Existen dos formas de agregar valor: mejorando o perfeccionando un producto con las cualidades que ya tiene o innovar algo distinto a partir de lo que ya existe o incluso inventar algo inédito.

Si se trata de mejorar algo ya comercializado tus opciones son diferentes, en este caso tienes la ventaja de que es algo ya probado así que el consumidor sabe que cosas le agradan y que cosas no, la misión es introducir ese producto de una forma renovada este proceso involucra las opiniones de toda la empresa, desde el vendedor hasta el departamento de mercadotecnia tomando en cuenta que tu siempre estarás a la cabeza de las decisiones.

En caso de buscar innovar un producto es necesario cumplir con todos los requisitos para poder proteger la propiedad intelectual de tu idea, un paso fundamental para evitar que otros copien sin pagar por usar tus conceptos.

### **Suma cualidades a tu marca**

Si bien es posible que una persona no identifique lo que le gusta, la mayoría sabe que cosas les desagradan o les gustaría mejorar, utiliza a tu equipo de mercadotecnia o sal tu mismo a la calle y por atención a sus quejas o sugerencias.

Si vas a vender un producto no trates de enfocarte en nuevos productos, comprométete con los productos que sabes vender, por ejemplo, si vendes clavos, no intentes vender naranjas o zapatos, si tratas de cubrir demasiado, es más fácil que te equivoques.

No podrás satisfacer a todos, así que deja de intentarlo, identifica quiénes son tus posibles clientes y dedícate a entregarles lo mejor que tienes en tus productos tratando de darle un plus.

Invierte en mercadotecnia si tu producto es nuevo, mejorado y tiene aplicaciones que nadie más tiene, si ya trabajaste por cambiar, asegúrate que todos se enteren.

Lo primero que debes hacer es contar con un equipo de trabajo que contribuya a la generación de una visión global del mensaje. Después, se trabaja con base a la experiencia de la cual el mensaje será transmitido, una vez creada, se somete a pruebas ante distintos grupos multidisciplinarios y finalmente, se le agrega el toque que diferenciara con las demás marcas, a través de un conjunto de elementos visuales que le dan identidad a tu marca.

### **Elige tu Régimen Fiscal.**

Operar un negocio en México de manera formal requiere de completar de seis a ocho tramites, que en un principio puede parecer cansado y tedioso, pero no hacerlo puede resultar muy caro a mayor plazo, además iniciar legalmente brinda ciertas ventajas, te evitara pagar multas más adelante y hacer gastos para corregir lo que comenzaste mal.

Para iniciar conforme marca la ley mexicana, se tendrá que elegir el esquema fiscal que más convenga, uno de los factores más determinantes para tomar esta decisión pueden ser los ingresos actuales y futuros de la empresa, existen opciones disponibles como son:

#### **Persona Física**

De acuerdo con el Sistema de Administración Tributaria (SAT) se define como persona física al individuo con capacidad para contraer obligaciones y ejercer derechos, dependiendo de su actividad y el monto de ingresos existen 3 tipos:

- Pequeños contribuyentes (REPECO), con un ingreso de hasta \$2'000,000 anuales
- Régimen intermedio de las actividades empresariales, de hasta \$4'000,000
- Actividad empresarial, ingresos superiores a los \$4'000,000

En la figura de REPECO pueden participar personas físicas que tengan actividades empresariales con el público en general. Estos no se encuentran obligados a expedir comprobantes fiscales y pagan sus contribuciones a través de una cuota única.

### **Persona Moral**

La persona moral es una agrupación de personas que se unen con un fin determinado, puede ser una sociedad mercantil o una asociación civil, las obligaciones que les corresponden se determinan en relación a si cuenta o no con fines de lucro, es decir, si el objetivo de la actividad no tiene un carácter económico.

Si te quieres asociar el primer paso para formalizar tu negocio en sociedad es constituirlo ante un notario público, se necesita tomar en cuenta que puedes elegir entre diversos tipos de sociedades mercantiles que permite realizar actividades comerciales, las dos más comunes son:

### **Sociedad Anónima (S.A)**

Las acciones son de libre circulación y se pueden transferir fácilmente, se constituye con al menos \$50,000 y solicita al menos dos socios, ya sean personas físicas o morales, las obligaciones de los socios se limitan al pago de sus acciones.



## **Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)**

Este tipo de sociedad cobra mayor peso en la entidad de la persona, en este tipo de estructura siempre conoces a tus socios, si existen socios extranjeros puedes obtener beneficios fiscales.

La entrada y salida de un socio está sujeta al consentimiento de la mayoría, esta sociedad se constituye con al menos \$3,000 y solicita al menos dos socios y máximo 50, ya sean personas físicas o morales.

Sea cual sea tu decisión, ambos expertos coinciden en que al momento de elegir debes considerar factores como el giro del negocio, el número de personas que intervendrán en él así como cuál es el monto de ventas actual y el proyectado.

El siguiente paso es darte de alta en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), el trámite se realiza ante el SAT a través de su página en internet [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx), en las oficinas de Administraciones Locales de Servicios al Contribuyente (ALSC) y módulos del Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE), debe realizarse dentro del mes a partir de la firma del acta constitutiva, concluido el trámite recibirás tu RFC y una Guía de Obligaciones Fiscales.

Una vez registrado, te entregarán un certificado de inscripción junto con un listado de tus principales obligaciones como contribuyente en el que también se determinarán tus fechas de pago, recuerda que como contribuyente cuentas con derechos y obligaciones.

Entre tus derechos destacan obtener la devolución de impuestos, saber el estado de los procedimientos que hayas realizado, obtener certificación y copia de las declaraciones presentadas y corregir tu situación fiscal en caso de ser necesario, también estas sujeto a cumplir ciertas obligaciones, realizar y presentar en tiempo la declaración de impuestos con el pago correspondiente, así como expedir comprobantes fiscales por las operaciones que se realicen.

En el caso de los Repecos solo se emitirá un comprobante simplificado y se pagara una cuota única anual, misma que se determinara según el estado en el que se ubique la empresa.

De acuerdo con las disposiciones fiscales aquellos contribuyentes que tengan ingresos mayores a \$4´000,000, deben presentar facturas electrónicas a partir del 1 de enero del año 2011, los emprendedores que inician su negocio pueden emitir la factura impresa a la que se incorpora un código de barras bidimensional que se solicita en las oficinas del SAT.

### **Pagar Impuestos**

Una de las obligaciones como contribuyente es presentar tu declaración anual de impuestos, las personas morales deben realizar la Declaración Electrónica Múltiple (DEM), mientras que las personas físicas tienen que declarar ante el SAT en un programa de computo denominado, DeclaraSAT, el cual se descarga gratuitamente del portal SAT, o puede realizarse automáticamente en la cual el SAT te presenta la información de los que trabajan contigo y la de tus clientes, este reporte se entrega de manera digital y complementa tu declaración.

Estas declaraciones van acompañadas del pago correspondiente de impuestos como; Impuesto sobre la renta, Impuesto al valor agregado o Impuesto empresarial a tasa única.

Las personas morales deben realizar estos pagos por internet a través de su portal bancario a nombre de la Tesorería de la Federación, las personas físicas pueden realizar transferencias electrónicas o pagos en efectivo y cheques personales al mismo banco, solo si los ingresos son menores a \$2,160,130, Recientemente, se acepto la modalidad de pago con tarjeta de crédito.

“Aunque por ahora solo se puede con Bancomer, la idea es que se sumen mas instituciones financieras para facilitarle a los pequeños empresarios el pago de impuestos” (Ross)

## **Evita Retrasos y Multas**

El portal de SAT cuenta con un calendario de obligaciones fiscales para estar enterado y al corriente de tus pagos, en el caso de un incumplimiento del pago la autoridad manda cartas al domicilio del deudor para recordarle que debe cumplir con sus obligaciones, si se hace caso omiso de la misma se adquiere una sanción y se tiene que pagar una multa y recargos, además del monto de impuestos.

Si el contribuyente paga antes de la fecha límite, puede exentar el pago del multa pero si ignora estas cartas, la autoridad podría embargar los bienes de la empresa o de la persona.

Si la empresa tiene problemas de solvencia con el pago de impuestos, el SAT ofrece programas de pago en parcialidades o plazos, sin embargo es aconsejable siempre asesorarse con contadores expertos y certificados para que lleven a cabo la tarea

## **Licencias de Uso de Suelo, Edificación y Construcción**

Debes investigar si la actividad que realizaras está permitida en la zona, el objetivo es que tu negocio no afecte la vida, salud o seguridad de las personas que habitan alrededor, este trámite se realiza en la delegación política o municipio correspondientes al lugar donde coloques tu empresa.

Para tramitarlo debes escribir una carta a protección civil explicando en qué consiste tu negocio para que te informen los tramites de seguridad que debes cumplir, si deseas colocar un anuncio en tu negocio, debes acudir y solicitar un permiso, mostrar el diseño o la idea de la publicidad y ahí decidirán si se aprueba o no.

## **Declaración de Apertura o Licencia de Funcionamiento**

Esta notificación debe realizarse ante la secretaria de salud para la apertura de un establecimiento que realice actividades de obtención, elaboración, preparación,

fabricación, mezclado, acondicionamiento, distribución, manipulación, maquila, expendio, suministro, importación, o exportación de productos alimenticios, bebidas alcohólicas, tabaco, perfumería y belleza, así como las de materias primas y aditivos que intervienen en su elaboración.

Se hace dentro de los 10 días posteriores a la apertura, no tiene que renovarse mientras el establecimiento no cambie de giro o cierre, Este trámite se realiza ante la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

([www.cofepris.gob.mx](http://www.cofepris.gob.mx))

### **Inscripción Patronal en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)**

Debe realizarlo toda persona física o moral cuando realice una relación laboral, el plazo es de cinco días hábiles a partir del inicio de operaciones.

Para darte de alta como patrón tienes dos opciones: realizar la pre-alta patronal inicial por internet o acudir directamente a la subdelegación correspondiente al domicilio fiscal de tu empresa.

Para agilizar el trámite puedes visitar [www.imss.gob.gob.mx](http://www.imss.gob.gob.mx) y acceder a la sección Patrones/Tramites y formatos para patrones/Pre-alta para inscripción patronal.

Tras ingresar tus documentos recibirás vía e-mail la fecha, hora y subdelegación donde tendrás tu cita, ahí verificarán tus datos que ingresaste en internet y quedará concluido el trámite, Cuando realices estos trámites deberás registrar al menos a un trabajador.

## CAPITULO 2

### Durante tu Negocio

Ahora que tenemos todo lo necesario y hemos superado los primeros meses de operación, es hora de ponerse a trabajar en como consolidarás tu negocio, los principales desafíos serán mantener una operación eficiente y aumentar los clientes.

#### **Aprende a Fijar el Sueldo**

Tu negocio finalmente se ha puesto en marcha, todo ha sido previsto, desde el producto hasta la mercadotecnia inicial, pero ¿ya sabes cuánto van a ganar tus empleados, tus socios y sobre todo cuanto vas a ganar tú?

Determinar tu salario y el de tus empleados es algo que tienes que anticipar, de esta manera facilitas administrar con eficacia los ingresos y las ganancias de tu compañía

Planear los pagos de salarios es tan importante como realizar trámites ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, además proporciona estabilidad económica del día a día, permite recibir la compensación económica de tu trabajo con menores costos fiscales.

#### **¿Cuánto debo ganar?**

“Determina tu salario durante la planeación de tu negocio para que sea incluido en los estados financieros; esto será muy útil si requieres de financiamiento bancario”  
(Clavijo)

Existen dos puntos básicos que debes tomar en cuenta a la hora de calcular cuánto vas a ganar, tu salario dependerá de tus gastos, situación financiera y nivel de confort. Si disminuyes tus gastos operativos e inviertes ese capital en los

requerimientos óptimos para que la empresa quede bien establecida, la ganancia neta incrementara.

Esto lo debes hacer con mucho detenimiento, pues tienes que contemplar solo las necesidades mínimas para vivir y eliminar gastos suntuosos al menos por un tiempo, para comenzar a planear tu pago necesitas revisar todos tus gastos personales, desde pagos de tarjetas de crédito o préstamos personales, hasta lo que inviertes en cuidado personal y alimentación, recuerda que hay que hacer sacrificios para que tu negocio prospere.

### **Determina cuánto vales**

Para determinar tu valor básico, necesitas averiguar cuál es el promedio de salario que ganan los profesionistas en tu área, primero consulta la tabla de salarios mínimos generales y profesionales publicados por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos, que explica a cuánto asciende el valor de tu trabajo en el mercado.

A esta cifra tienes que incluirle los factores personales que vas a sacrificar durante este trabajo, como tiempos extras, actividades no contempladas en las funciones del puesto.

Una vez que sabes el salario que necesitas y el que mereces, es hora de balancearlo contra las finanzas de tu negocio, analiza la proyección del flujo monetario para asegurarte de que tienes suficiente para pagarte y cubrir otros gastos operacionales. Debes decidir cuánto es lo máximo que podría pagar tu empresa por un puesto como el tuyo.

La finalidad es que tú te ajustes a la realidad de las finanzas de tu empresa, no viceversa.

## **Aprende a fijar el sueldo de tus empleados**

Determinar el salario de los colaboradores es complicado, por un lado, hay que pagar suficiente para tener el mejor talento posible; pero por el otro, no debes pagar de mas y poner en riesgo tus finanzas.

La mejor forma de determinar cuánto vale para tu empresa cierto puesto es calcular cuánto costaría no tenerlo en el equipo, esto te ayudara a justificar su salario, por ejemplo, el encargado de sistemas, si tuvieras que hacerte cargo de configurar la red de tu negocio, ¿Cuánto tiempo, dinero y esfuerzo te costaría? Ahora multiplica ese monto por el número de personas y computadoras que cuenta tu compañía, ahora ya sabes el valor de este empleado.

Ahora bien existen varios factores que también se deben tomar en cuenta como son:

**Nivel de escolaridad:** Con un mayor grado de preparación escolar corresponderá un mejor sueldo

**Experiencia:** Los años previos de trabajo, el cargo desempeñado y los negocios donde ha laborado, representan una referencia directa para tomar en cuenta.

**Horario de trabajo:** Este factor incluye cuantas horas integran la jornada laboral, el turno y si se trata de un horario con descansos o corrido.

Hasta este punto ya sabes cuánto es lo máximo que pagaras, el siguiente paso es calcular cuánto es lo mínimo, para esto tienes que confrontarlo con lo que vale en el mercado laboral, para tener una diferencia que atraiga talento.

## **Considera cada caso individualmente**

Ya que definiste el salario base de los empleados, crea una tabla mixta de pagos. Es decir, incluye salarios fijos, por hora o por comisión dependiendo del puesto.

El esquema de sueldo base suele usarse para los administradores y empleados de oficina, mientras que una tarifa por hora se acostumbra para empleos temporales y algunos obreros.

Los empleados asalariados reciben un pago fijo, esto significa que sin importar cuánto trabajo realicen, siempre obtienen la misma cantidad ya sea semanal, quincenal o mensual

Las comisiones aplican para algunos empleados que contribuyen directamente a generar ingresos para la compañía, los vendedores en su mayoría reciben este tipo de sueldo.

## **Ser Flexible**

Ahora que sabes lo que pagarás, cuales son las expectativas en el mercado y cómo vas a vincular las compensaciones con los resultados, prepárate para ser flexible a la hora de contratar ejecutivos y personal de alto nivel.

Con frecuencia los ejecutivos reciben una mezcla de acciones, salario y bonos que se determina mediante una complicada combinación, sus expectativas se basaran en su experiencia anterior y conocimiento de las tarifas del mercado. Si realmente quieres que trabaje contigo, deberás ser flexible.

Por lo tanto llega a un acuerdo que incluya salario en corto plazo, bonos o acciones a largo plazo y objetivos basados en el desempeño, si diriges tu vista más allá del dinero, te darás cuenta que hay muchas opciones para atraer el talento, no olvides que algunas personas valoran cosas por encima del dinero, puedes ofrecer recompensas no monetarias que enganchen a la gente y la comprometan con tu negocio.



Horario flexible, vestimenta casual, más tiempo libre, trabajo a distancia y cargos con títulos impresionantes son algunas de las condiciones que pueden marcar la diferencia.

## **Prestaciones**

No olvides que como patrón tienes que cumplir con obligaciones, de no hacerlo podrías hacerte acreedor a costosas multas y sanciones.

Las prestaciones de ley involucran obligaciones para patrones y empleados, están señaladas en la Ley Federal del Trabajo que puedes consultar en la página de la Secretaria del Trabajo y Previsión Social.

Vacaciones: Se otorgan seis días por año trabajado y se agregan dos por cada año subsiguiente de servicio, hasta llegar a 12 días. Después del cuarto año, el periodo de vacaciones aumenta dos días por cada cinco años

Prima vacacional: Es el pago durante las vacaciones y no debe ser menor al 25% del salario

Aguinaldo: 15 días de salario, proporcionales al tiempo trabajado de la empresa

Reparto de utilidades: el 10% de las utilidades anuales de la empresa debe ser repartido entre los trabajadores de la misma

Seguro de retiro: (Afore) Consiste en aportaciones del propio trabajador, del patrón y del gobierno, exigibles cuando llegue la edad de retiro prevista en las distintas leyes del trabajo en México

Prima de antigüedad: 12 días de salario, por cada año de servicio, se paga a los trabajadores que se separan voluntariamente del empleo, siempre que hayan cumplido por lo menos con 15 años de labor.

## **Tu primer empleado**

Como líder de una organización, una de tus responsabilidades principales es asegurarte de contar con la gente adecuada y en la cantidad necesaria, para que tu compañía avance a paso firme.

En México la mayoría de los empleos son generados por las pequeñas y medianas empresas, sin embargo estas son las que tienen una captación más eficiente de talento, el motivo es su labor de reclutamiento ya que estos carecen de una estrategia que involucre aspectos como definición de perfiles y habilidades profesionales, contrataciones dentro del marco de la ley, planes de carrera y manejo de despido.

Si bien es cierto que contar con un departamento de recursos humanos resulta una gran inversión para las empresas, también es cierto que existen métodos accesibles y efectivos.

“Para formar un equipo comprometido a largo plazo, necesitas pensar desde el inicio en una estrategia de capacitación y retención de talento, contrataciones y planes de carrera” (Sharp)

## **Cuándo contratar**

Existen varios indicadores claves dentro del negocio que te ayudan a identificar cuando es necesaria la presencia de otro colaborador, entre ellos, cuando el tiempo para administrar y operar absorbe las horas que dedicas a la innovación y planeación así como cuando el negocio comienza a tener problemas por una mala administración.

Alguno de los indicadores básicos que pueden apuntar que llegó la hora de contratar más personal:

El personal está trabajando demasiado duro, quizás más de la cuenta o comienzan a quejarse de que tienen demasiadas tareas por resolver, revisa los

indicadores de asistencia y productividad para verificar sus afirmaciones, esta información puede servir como guía para contratar más personal.

Determinar si las habilidades y conocimientos del personal son adecuados para el nivel actual de productividad de tu compañía

Los primeros colaboradores que busca una empresa son abogados, para atender cuestiones de registro de marca y demandas, contadores, que ayuden a llevar una relación con Hacienda y asistentes personales, que logren hacer labores de secretaria, recepcionista y auxiliar administrativa.

Uno de los problemas de los emprendedores es que cuando un negocio arranca, el dueño asume la dirección y ejecución de múltiples tareas, como las actividades de administración, la labor de ventas y la atención al cliente, motivo por el cual es aconsejable buscar a alguien que te pueda quitar de encima todo aquello para lo que no eres bueno para que puedas enfocarte en tus fortalezas.

Una vez que tengas detectadas las funciones que restan tiempo a tus actividades como dueño, sabrás que áreas son las que necesitan ayuda de un tercero y qué tipo de empleado te conviene reclutar, existen varios elementos que debes considerar en este punto, como la productividad y las habilidades básicas que debe tener el candidato para desempeñar con eficiencia las funciones del puesto, no olvides revisar la ética y el alto valor del compromiso de cada persona.

“Una PYME llega a perder hasta \$200,000 al año por concepto de robo hormiga”  
(Serbia)

Asimismo se corre el riesgo de que el trabajador se robe la idea del negocio o la cartera de clientes. Por eso, evalúa aspectos como inteligencia, personalidad, competencias, aptitudes, conocimientos y honestidad.

## **Describe el puesto de trabajo**

Usa el análisis de la vacante como base para hacer una definición clara y específica del puesto a cubrir.

Asígnale un nombre a la posición y determina a quien le reportará de forma directa.

Elabora un resumen donde describas las principales tareas y obligaciones de la vacante

Define qué lugar ocupa este puesto dentro de la empresa, incluyendo áreas subordinadas del mismo y rangos superiores.

## **Tipos de contratación**

Sin importar el régimen del trabajador el consejo es que todo contrato se haga bajo un marco legal que proteja al empleador y al empleado, existen algunos modelos para contratar un colaborador:

Empresas de Terceización. La ventaja de recurrir a terceros es que ellos asumen la función de reclutadores, fijan el sueldo e incluso capacitan el personal. Así, en caso de algún conflicto, son estas empresas las que responden

Nomina. En este punto el negocio es quien asume todos los compromisos con el empleado. Si no se cuenta con un departamento de Recursos Humanos, un abogado que redacte el contrato y un contador experto en nomina, es mejor evitar este esquema.

Contratación de servicios profesionales. Son servicios que se realizan a través de otras empresas, también llamada outsourcing, contempla la contratación de profesionistas independientes que expiden recibos de honorarios o facturas.

## **Capacita a tu personal**

En todas las empresas son fundamentales los trabajadores, pues ellos son quien hacen que esta funcione de manera correcta o incorrecta, es por esta razón que se denominan capital humano, todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporcione capacitación laboral que le permita elevar el nivel de productividad. El éxito o fracaso de la compañía depende en gran medida del talento del equipo, es por esto que por cada nueva contratación, resulta indispensable asegurarse que cuente con las herramientas y conocimientos necesarios para desempeñar correctamente su labor.

Un plan de capacitación debe estar bien estructurado, es importante que se atiendan las necesidades de formación y entrenamiento para que estén alineadas con las necesidades de la empresa

Uno de los puntos para iniciar un proceso de capacitación es evaluar las necesidades de la empresa, este diagnostico se puede realizar mediante un formato que el encargado del departamento envía a sus empleados donde analizan el concepto que ellos necesitan para capacitarse.

Debes definir qué quieres alcanzar con la capacitación y determinar de qué forma recuperarás el dinero invertido, si contratas un curso para tus empleados, después de tomar dicha capacitación querrás que ellos incrementen su productividad, esto deberá generar más utilidades y por lo tanto recuperarías la inversión.

Deberás determinar que entrenamientos son necesarios para mejorar el desempeño de la empresa y después hacer una selección de los empleados más aptos para adquirir esta capacitación.

Debes realizar un cronograma semestral o anual, es preferible hacerlo cada seis meses por que puede ser flexible si aparece alguna necesidad o se tiene que realizar un cambio por diversas razones.

La logística es un aspecto clave para la empresa, porque está relacionada con el presupuesto, herramientas y personal que van a invertir en la organización y ejecución, el apoyo de los proveedores de la empresa para realizar las capacitaciones es algo que disminuye los costos en el presupuesto que se brinda para hacerlas.

En un plan de capacitación siempre es vital medir cuan efectivo va a ser, por lo que, es importante determinar los procesos o acciones para evaluar los resultados, si los resultados son efectivos deberías observar un cambio de conducta en el personal, impacto positivo en la productividad y mejoras en el desempeño.

Según Donal Kirkpatrick Experto en temas de formación existen 4 niveles para el programa de una formación:

- “- Reacción o satisfacción, que determina en qué medida se valoró la acción.
- Aprendizaje, determina el grado de conocimiento adquirido.
- Comportamiento, permite ver si las personas han transferido a su trabajo el conocimiento adquirido.
- Resultados, mide el impacto en cuanto a cantidad y calidad para compararlos con los objetivos planteados.” (Kirkpatrick)

### **Crea un Vendedor Estrella**

En el pasado tener un vendedor con talento, instinto y experiencia podía ser suficiente para cerrar una operación, pero en el mercado actual, con las nuevas exigencias de consumidores y la mayor competencia en productos y servicios, se imponen la profesionalización y la capacitación.

Esto es algo que saben las compañías más exitosas y sin importar su tamaño apuestan por equipos de ventas profesionales, bien informados y que reciben capacitación permanente.

Este proceso de formación pone especial interés a los asesores de venta, a quienes se les inculca que un cliente debe ser atendido con disposición y paciencia, a fin de lograr lo que se denomina una venta emotiva, el objetivo es que el consumidor se lleve una serie de vivencias positivas para que no solo quede satisfecho con su compra, sino que también regrese por asesoría, en consecuencia que se convierta en un cliente frecuente, capaz de recomendar la marca y de volver años más tarde cuando necesite renovar su producto.

“Para crear un vendedor estrella es necesario que este tenga amor a la marca que está manejando, a su trabajo y tener al cliente como prioridad número uno” (jean-jacques crevecoeur)

Tratándose de servicio al cliente lo principal es tratarlo como te gustaría que te traten, por eso te exigirá que le resuelvas todas sus dudas y conozcas perfectamente los productos y servicios que le ofreces, mantén siempre una buena actitud, aprende a escuchar y se flexible para resolver estas dudas o la búsqueda a la solución de su problema.

No abandones a un cliente por muy cansado que estés, organiza tus horarios y ofrécele opciones para llegar a acuerdos en lo que los dos salgan ganando, pregúntale si tiene dudas y recuérdale que estas disponible ante cualquier aclaración, mantén siempre la puerta abierta sin importar si se decide por otra marca, un cliente siempre volverá si recibió el mejor servicio, dile que te encuentras a sus órdenes para cuando lo necesite.

### **Crea asesores no vendedores**

Para crear un profesional en el servicio que está ofreciendo se necesita de una capacitación constante pues debe conocer perfectamente el producto y recalcar al cliente los beneficios y el servicio que se está ofreciendo, para poder lograr esta seguridad al hablar con un cliente se debe tener toda la información necesaria, ya que todo lo que tu vendedor puede saber o ser, se reflejará a la persona que se encuentra frente a él.

En cambio si no se encuentra preparado para poder despejar las dudas del cliente potencial o manejar sus objeciones, transmitirá una debilidad que el comprador convertirá en desconfianza, recuerda que un cliente se molesta cuando se le engaña o no se le dedica la atención suficiente, y al final, se irá en busca de una mejor opción.

### **Convierte a tu Empleados en tus Aliados**

Las relaciones laborales son una de las bases más importantes para el crecimiento de una empresa, el capital humano dota de creatividad, potencial y mayor resistencia ante una crisis

Un estudio realizado por la agencia de recursos Humanos bumeran destaco que en México más del 40% de las personas permanecen menos de seis meses en su actual empleo, y solo un 16% dura hasta un año.

Como empresario y cabeza de tu compañía, necesitas crear una atmosfera que permita y estimule la generación de propuestas para mejorar tus procesos y políticas para darle autoridad moral a tu personal y que no tema expresar lo que piensa acerca de cómo mejorar las condiciones de la empresa.

Reúnete con los empleados de más experiencia en tu negocio y recuérdales la necesidad de abrir canales de comunicación, no olvides incluir a la base del equipo como a los altos mandos, recuerda que es importante contar con el apoyo de todo tu personal ya que ellos son quien llevan a cabo las tareas del día a día y saben mejor lo que pasa a nivel interno y externo.

Impulsa a tus empleados a cuestionar las cosas, no solo les hables por hablar, demuestra que te interesa tener retroalimentación con ellos, ve más allá y pregunta sobre su funcionalidad y efectividad, deja claro que estas abierto a sugerencias constructivas que mejoren su eficiencia y reduzca los costos

Premia a los trabajadores que planteen ideas creativas, ya sea con elogios en público, correos electrónicos o regalos sencillos, haz un reconocimiento mayor a



los miembros del equipo cuando sus iniciativas se implementen, asegúrate de que todos sepan que empleado fue responsable de la innovación, Celebra estos éxitos en ciertas reuniones.

Crea diversos grupos para discutir las ideas, incluye personas con diferentes perspectivas, educación y experiencia laboral para que compartan puntos de vista diferentes, procura que compartan la identidad corporativa, para que sientan que forman parte de una comunidad.

“Si entiendes cómo funcionan las relaciones humanas en tu negocio, entonces podrás detectar de inmediato valores, aptitudes y actitudes positivas y negativas en tu personal” (Alva)

### **Evita conflictos laborales**

Para poder construir una organización sólida es necesario enseñar a tus empleados a convertir un conflicto en una oportunidad para crecer, la mayoría de las veces los conflictos no son de carácter negativo, solamente se resumen como tensión laboral, ya que si dos personas no comparte la misma perspectiva no quiere decir que su desacuerdo es negativo, puede ser simplemente una diferencia de opinión.

Lo malo es que si estas situaciones no se atienden y esta tensión laboral crece puede volverse de neutral a negativa y hasta dañina y en muchos casos la gente ve el conflicto en termino de discusiones y enojo, por eso cuando surgen los roces la mayoría opta por evadirlos o fingir que no existen, pero no por ello dejan de ser reales y problemáticos, para poder solucionar estos problemas puedes actuar de la siguiente manera.

Cuando se plantea un conflicto debes plantear el tema con las partes involucradas, tienes que hacer referencia en la necesidad de que tus empleados lo enfrenten, en ese momento aprovecha para explicar que los sentimientos y pensamientos negativos pueden manejar de manera apropiada.

Habla con cada uno de los involucrados por separado para averiguar cuál es la perspectiva de cada uno y que es lo que está causando tensión, asegúrate de que se aborden los hechos o sucesos específicos que dieron lugar a esa situación o la agravaron.

Permite que los involucrados compartan frente a frente su versión del tema, este enfrentamiento a menudo logra sacar hechos de los que la otra parte no tenía conocimiento.

Encuentra puntos de coincidencia entre las dos historias, esto con la finalidad de poder abrir un canal de comunicación y constituir la base que te permitirá cerrar la brecha que separa a las partes.

Promueve el compromiso ya que en las áreas donde se requiere que trabajen juntos cada persona tiene que estar dispuesta a ceder un poco, este proceso podría tardar un poco sobre todo si una de las partes involucradas está firmemente aferrada a su punto de vista o versión de lo que debería ocurrir para solucionar el asunto.

Confronta los sentimientos negativos, si esto no sucede puede ocurrir que el problema desaparezca solo de momento, ya que el resentimiento podría persistir y existe la posibilidad de que el conflicto se repitiera.

Para poder abordar problemas futuros, debes saber reaccionar bien desde los problemas que enfrentas en el presente, por eso debes obtener las habilidades y dominar los procedimientos para transformar un conflicto negativo en uno positivo.

### **Gana desde el Primer Día**

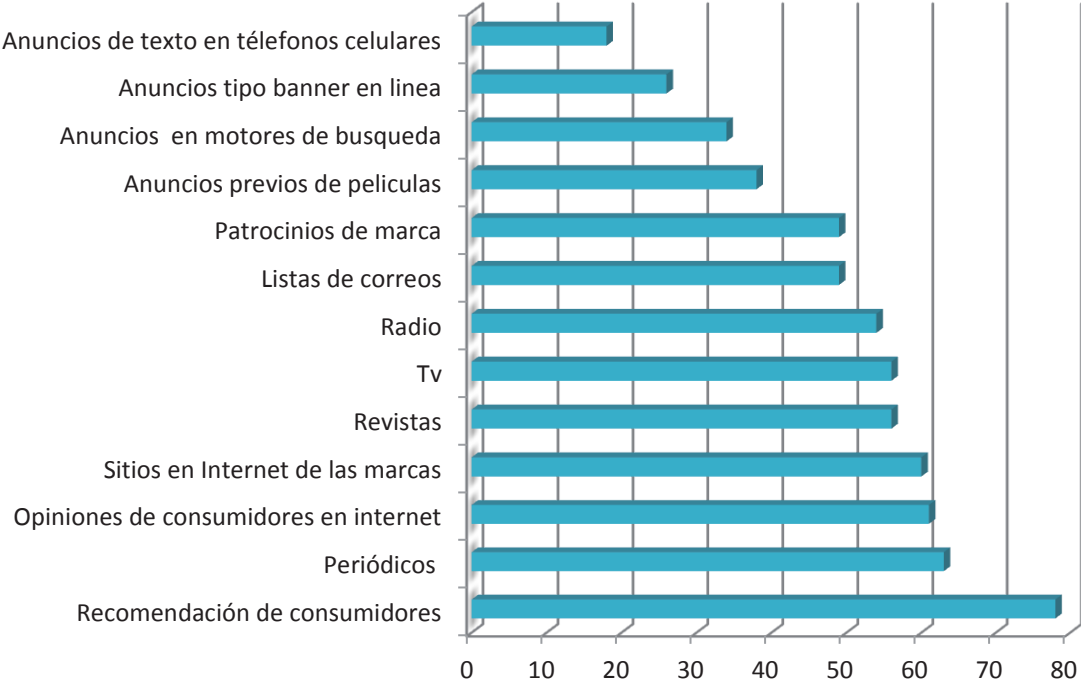
Una empresa puede estructurarse de forma original y única, pero si no tiene ingresos desde el inicio, está condenada al fracaso, realizar una estrategia que garantice ganancias desde el principio representa el primer reto, por eso en tus planeaciones debes contemplar arrancar desde el primer mes con resultados favorables.

Los retos que enfrentan hoy los departamentos de ventas son enormes, por un lado los clientes se encuentran cada vez más informados y son más exigentes en cuanto a la calidad que esperan de un producto o servicio. Por otro lado está el impacto de las nuevas tecnologías, que han cambiado la forma del vendedor y el consumidor.

“Lo primero es entender que para atraer clientes fieles e incrementar las ventas hoy la clave está en ofrecer una marca más que un producto, solo así formara parte en la vida de tus compradores” (Haig)

Debes considerar que las viejas estrategias para captar la atención de los consumidores e impulsarlos a la compra ya no funciona, Según una encuesta “el 78% de los compradores confía en la recomendación especializada más que en la publicidad” (Nielsen)

### Medios Publicitarios



Fuente: elaboración propia con datos del estudio nielsen “confianza en publicidad”

Esto significa que al consumidor mexicano le importa la garantía de calidad, el consejo de un experto o la opinión de personas cercanas, por eso las redes sociales, el marketing directo y el servicio personalizado han renovado el mundo de las ventas.

“Los internautas mexicanos pasan conectados 79% más horas en la Web que viendo la televisión, el 14 % de las los Mexicanos que utiliza el internet posee un Smartphone, el 4% de los Mexicanos ya posee un ipad y el 18% se conecta desde algún móvil” (Bureau, Estudio "consumo de medios digitales", 2010)

### Tiempo usado en un dia promedio (%)



Fuente: elaboración propia con datos del estudio de Consumo de Medios digitales.

Descubrir cuál es la nueva forma de vender y aplicar con éxito las herramientas más recientes de mercadotecnia no es un camino fácil de tomar, por eso debes tomar en un nuevo plan de mercadotecnia digital y en cómo preparar a tus vendedores.

## **Busca seguidores, no clientes.**

Necesitas crear un grupo de personas que sean fieles a tu producto o servicio, que se encuentren al pendiente de tus novedades, ofertas y eventos, ya que se pueden convertir en tus promotores, esto es una de las maneras más efectivas de que tu marca y tu imagen se hagan tema de conversación entre tu público objetivo, incluso aquellos que aun no forman parte de tu clientela.

Muestra tu compromiso con un alto nivel de servicio. Si se presenta alguna queja o reclamo, no lo ignores; mejor actúa y conviértelo en una prioridad resolverlo de inmediato. A veces los errores y cómo solucionarlos ofrecen una oportunidad excepcional para demostrarles a los compradores que realmente son importantes para ti y para tu negocio. Así que toma una mala situación y vuélvela positiva.

El objetivo es hacer que tus clientes vivan una experiencia única, tanto el momento de su compra como el servicio pos venta, que no encuentren en ningún otro lado.

## **Crea empatía con tu mercado**

Para comunicarte con tu público objetivo debes compartir sus intereses, temas y hablar su lenguaje, tienes que entender lo que busca tu mercado, preguntarles que buscan, como les gusta ser abordados y por que estarían dispuestos a gastar su dinero en tu negocio, solo entonces vas a entender el lenguaje de tu mercado.

Para facilitarte este proceso, haz pequeñas encuestas, en forma anual o semestral, donde le hagas preguntas al cliente sobre el negocio; qué quiere que mejore y sobre el trato que se viene recibiendo, siempre debes tratar que tu cuestionario sea lo más sencillo y dinámico posible, para no quitarle mucho tiempo a los clientes.

Luego de la encuesta, lo óptimo será comunicar los resultados a los clientes para que ellos sientan que son escuchados y que no se trata de un papel sin sentido. Es vital que se note que has implementado los cambios que recomiendan tus clientes a través de las encuestas que realizas.

### **Ayuda sin buscar algo a cambio.**

Dar tu apoyo a alguien no quiere decir que tus esfuerzos tendrán un resultado inmediato, lo que sí es cierto es que cuando estas personas estén buscando un producto o servicio que ofreces, lo más probable es que seas la primera opción que les venga a la mente, no olvides que mientras más llegues a conocerlas, tendrás mayores posibilidades de ofrecerles soluciones, pues estarás al tanto de sus necesidades.

### **Dialoga con tus consumidores**

El consumidor actual es más exigente y por tanto tiene mayores expectativas, así que su experiencia con tu marca tendrá repercusiones: un cliente que se encuentra satisfecho se lo comentará a una o dos personas, mientras que un cliente molesto correrá la voz entre más de diez conocidos, parte de la solución a este problema es comunicándote y provocando una interacción con tus clientes de manera que escuches lo que piensan, la recompensa será que podrás manejar objeciones o resolver insatisfacciones, además de recibir una retroalimentación valiosa sobre tu negocio.

### **Teléfono**

En ocasiones una simple llamada telefónica basta para que el cliente se sienta apreciado, puedes realizar una llamada para dar seguimiento de una compra, verificar que el servicio se realizó en tiempo y forma o simplemente hacer una invitación a un evento especial y crear lazos efectivos y de lealtad.

No debes interrumpir al cliente mientras habla. Independientemente de cuán ansioso estés para exponer ese aspecto que sabes que el cliente va a adorar, espera hasta que haya terminado de hablar.

Si el cliente te comenta sobre algún acontecimiento cercano anótalo en tu agenda. El objetivo es que más adelante, cuando hables con él, como parte de tu labor de seguimiento, puedas platicar acerca de estos temas.

### **Sesiones de Discusión**

En estas sesiones se entrevista a grupos reducidos de personas para conocer su opinión sobre un producto o servicio, todos los integrantes pertenecen a un nicho específico, dependiendo del giro de la empresa y de sus objetivos o necesidades. La recomendación es que si cuentas con el capital, contrates un servicio profesional externo que te ayude a enfocar la discusión y generar un ambiente de confianza entre los participantes

### **Encuestas en línea**

Puedes realizar cuestionarios vía web los cuales relacionar con la última visita de tus clientes y los productos que adquirieron, una vez realizado estos cuestionarios puedes regalar códigos especiales en los cuales ofrecer un ligero descuento en su próxima compra.

Estas encuestas las puedes realizar a través de herramientas web como E-marketing services, y Encuestafacil.com, Estas te permiten elaborar de forma rápida y sencilla encuestas internas y externas que ayudan a la toma de decisiones.

Lo maravilloso de las redes sociales es que estas herramientas posibilitan el estudio de mercado en tiempo real y a muy bajo costo, tener presencia en estas redes y contar con un plan de comunicación digital necesariamente debe formar parte en la relación entre tú y tus consumidores ya que con esto podrás dar soporte, resolver conflictos y contestar preguntas rápidamente.

El problema de la mayoría de las empresas es que sus vendedores piensan que la clave para conquistar a los clientes está en hablar, hablar y hablar del producto o servicio que ofrecen, dejando de lado los argumentos de la otra persona.

### **Mide la fidelidad de tus compradores.**

Dividir a tus consumidores por su perfil socioeconómico o su capacidad de comprar es cosa del pasado, lo importante ahora es saber el nivel de compromiso e identificación que tienen con tu marca, puedes llevar una base de datos que facilite la evaluación de sus compras: recurrente, frecuente, preferente, asociado, miembro o fanático, de esta manera, podrás evaluar su nivel de interacción con la marca.

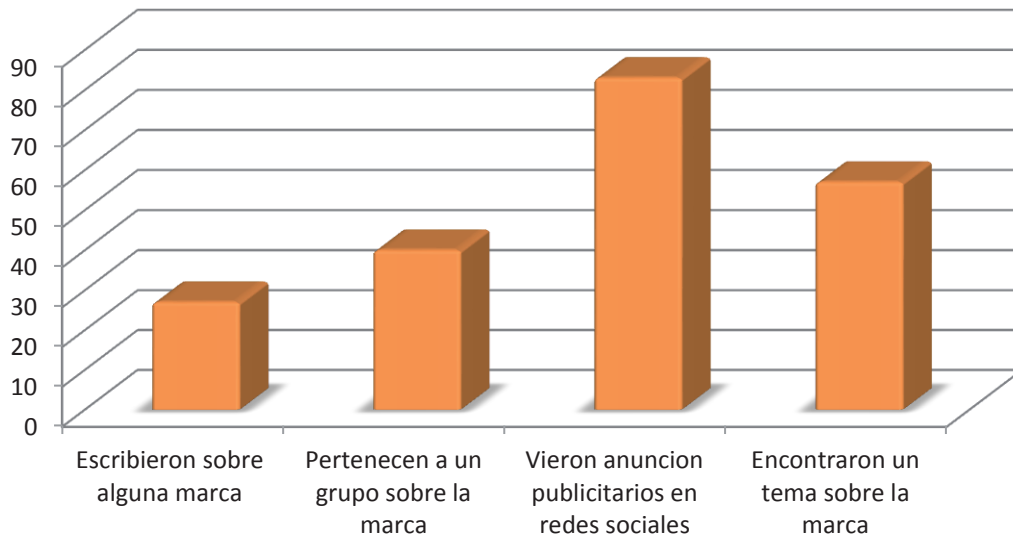
Las nuevas plataformas de las redes sociales son un parámetro mucho más eficaz para entender cuál es su nivel de fidelidad, de esta forma puedes descubrir si alguien es un seguidor o solo te compra mucho, esto sin garantía de compromiso y divulgación de tu marca.

Los consumidores fieles permiten tener una ventaja competitiva en el tiempo, comprar es un acto de convencimiento así que si ya lograste ese vínculo, tu misión ahora es no dar por terminada esa relación, es necesario ofrecer un servicio pos venta que cumpla con la promesa de tu oferta, luego sigue las actividades de tu cliente para saber cuáles son los recursos que necesita para mejorar su desempeño laboral o su vida personal.

Lo importante es generar relaciones duraderas y no dejar ir a nadie, tu marca debe estar siempre presente en la mente y el corazón de tu consumidor, y ser capaz de ofrecerle un valor renovado, ¿cómo lograrlo? Invítalo a comer, felicítalo en sus aniversarios y fechas especiales, requiere algo más que regalar plumas, portalápices o tazas, los regalos ingeniosos siempre causaran mejor impacto, la creatividad en estos detalles es fundamental.



## Usuarios en Redes Sociales



Fuente: elaboración propia con datos del estudio de Consumo de Medios digitales.

### Logra que tus consumidores te encuentren

El primer consejo que escuchamos cuando vamos a abrir una tienda es: busca una buena ubicación, sin embargo, cuando se trata de lanzar un sitio en internet, existen otras reglas de suma importancia, por eso quienes intentan manejar una tienda virtual enfrentan la amarga realidad de publicar sus tiendas en un medio que es confuso y algunas veces difícil de navegar.

En México, los cibernautas utilizan de dos a tres palabras para encontrar información en estos sitios, aquí tendrás que ser muy intuitivo para dar con las frases que creas que más buscan tus clientes, de esta manera, te asegurarás de que cada clic que recibas será porque realmente alguien quiere saber más acerca de tu negocio.

Existen muchas maneras para poder ser el primero en las páginas y blogs más famosos pero todo tiene un precio, así que si no tienes contemplado un gasto para estas aplicaciones puedes tomar en cuenta estas recomendaciones al encontrar un sitio web o blog gratuito,

Debe tener palabras que puedan identificar los buscadores. Por ejemplo: emprendedores, planes de negocios, oportunidades, franquicias.

Incluye información relevante de acuerdo al giro de tu negocio, así como tips y consejos prácticos para los usuarios.

Invita siempre a la acción con frases como: ahorra más, aprovecha los descuentos, ven y conócenos.

En la medida en que los cibernautas citen o comenten tu sitio Web o blog en el ciberespacio, más probabilidades tendrás de ser el primero y sin pagar un solo peso.

### **Moderniza tu negocio**

No existe una certeza sobre lo que sucederá con los avances tecnológicos, aunque una cosa si es segura: todo se actualiza de forma muy rápida, por eso en el presente año contamos con tablets, Smartphone y todo tipo de gadgets, por eso si cuentas con una pequeña o mediana empresa no puedes dejar de conocer las tendencias esenciales para modernizar tus operaciones.

La nueva plataforma de gadgets denominada Android es un serio contendiente de los sistemas para smartphones, de hecho se prevé que en el futuro el android superara la participación en todo el mercado, marcas de celulares como Lg, sonny Ericsson y Motorola ya cuentan con este sistema de google, recuerda considerar que también necesitaras prepararte para cuando el sistema se mueva a plataformas más grandes.

En México las denominadas tablets o paletas digitales continúan en una tendencia ascendente en cuanto a su consumo, quizás tus colaboradores se encuentren interesados por una tablet denominada el gadget de moda ya que ofrece ciertas ventajas como su ligereza, facilidad de manejo, pantalla táctil, calidad de audio y sonido y lo más importante conectividad inalámbrica a internet, todo esto la convierte en una herramienta ideal para realizar tareas básicas como intercambiar

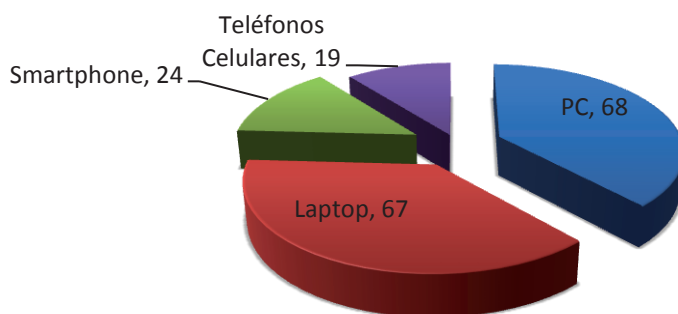
información a través de correos y redes sociales, Estas tablets difícilmente podrán sustituir una computadora portátil en cuanto a tareas más complejas pues no cuentan con la capacidad suficiente para almacenar una base de datos de una compañía ni cuenta con puertos usb.

La era de los videos se encuentra cada día más en crecimiento desde youtube hasta las conversaciones por skype, sin embargo estos torrentes de imágenes y sonidos pueden llegar a obstruir todo tu acceso a internet, desde la base hasta tu red inalámbrica, así que necesitas prepararte para actualizar apropiadamente la capacidad disponible, el problema de esta opción es que dada la creciente importancia del video como herramienta de ventas y servicio al cliente, te puede llegar a aislar por completo de lo que sucede allá afuera.

Recuerda que el futuro de tu negocio depende de que lo vean por el único canal que puedes aprovechar gratis “internet”, es un medio directo, inmediato y fácil de entender.

Hoy en día la mayoría de las cosas se encuentran relacionadas con las redes sociales, además las compras cada día están más influenciadas por facebook, twitter e incluso los videos de youtube, la tendencia conocida como comercio social va en aumento ya que se espera que las ventas sociales aumenten hasta un 15% anual debido al excesivo uso de aplicaciones para teléfonos y tablets.

### Como se conectan los mexicanos



Fuente: elaboración propia con datos del estudio Habito de los usuarios de internet en México 2011

## **Elige tu red social**

Hoy en día todos quieren tener presencia en las redes sociales, no solo usuarios de perfiles personales, sino también los negocios, que han encontrado en estos espacios el lugar ideal para promover sus marcas. La forma de vincularte con tus clientes en los medios digitales ha cambiado gracias a las redes sociales, estas consisten en comunidades compuestas por grupos de gente relacionadas entre sí por amistad, parentesco o intereses comunes a través de páginas web gratuitas que solo te piden una cuenta de correo electrónico para formar parte de ellas. Esto facilita la mercadotecnia y el posicionamiento de tu marca a bajo costo, sobre todo si apenas está iniciando.

El carácter sin costo de las redes sociales, la cercanía con el público objetivo y la constante innovación en servicios de interacción inmediata las vuelven irremplazables para una estrategia de marketing digital, ya que funcionan como enlace entre tu producto o servicio, la atención al cliente y el consumidor al que quieres llegar con tus productos, usar correctamente esas herramientas se ha transformado en prioridad para cualquier emprendedor. Por eso debes saber qué es lo que quieres hacer con tu negocio a través de estos canales de comunicación y descubrir cuál es el que más te conviene de acuerdo a tu producto y su valor, twitter y facebook son un ejemplo más claro y popular de cómo operan estas plataformas digitales.

### Twitter

Es un sitio web que permite a los usuarios enviar y leer entradas de texto con pocos caracteres, los mensajes se pueden escribir desde el sitio oficial de twitter o desde un gadget con conexión a internet, su mayor virtud es la inmediatez del mensaje y la forma directa en que comunica información en tiempo real. Las actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario y se envían de forma inmediata a los miembros que siguen a esa persona, se puede restringir estos mensajes solo a sus amigos, aunque por lo común pueden ser visualizados por cualquiera.

Tres de cada 10 mexicanos se encuentran en twitter actualmente, su lanzamiento fue en julio del 2006 y desde entonces ha sumado cerca de 200 millones de usuarios alrededor del mundo.

## Facebook

Es un instrumento ideal para crear comunidades, en este sitio los usuarios pueden participar en una o varias redes sociales y opinar e interactuar en diversos círculos con intereses comunes, motivo por el cual ha recibido mucha atención de los medios de comunicación al convertirse en plataforma para estrategias empresariales, tanto en marketing como en ventas. La página ofrece varios servicios con fines de vinculación, como la lista de amigos, o bien, el apartado de grupos o paginas, que reúne a personas con intereses comunes para que compartan fotos, videos y mensajes, estas páginas tienen fines específicos y están encaminadas hacia marcas o personajes.

En México, siete de cada 10 internautas se encuentran en esta red, que entro en funcionamiento en 2004.

## Linkedin

Es un sitio web orientado a negocios donde las empresas, profesionistas y estudiantes interesados en participar en alguna compañía, pueden vincularse directamente para ofrecer sus servicios o productos. Sus virtudes son la seriedad y rigor del enlace virtual, la posibilidad de incrementar lazos entre empresas y la garantía de encontrar gente con intereses profesionales similares que pueden recomendar servicios.

Goza de amplio reconocimiento entre los ejecutivos y directivos de grandes empresas. Aquí se encuentran más de 100 millones de usuarios de más de 200 países, abarcando diversas industrias. Las empresas más importantes a nivel internacional, que aparecen en el ranking de la revista fortune, están incluidas en esta red.

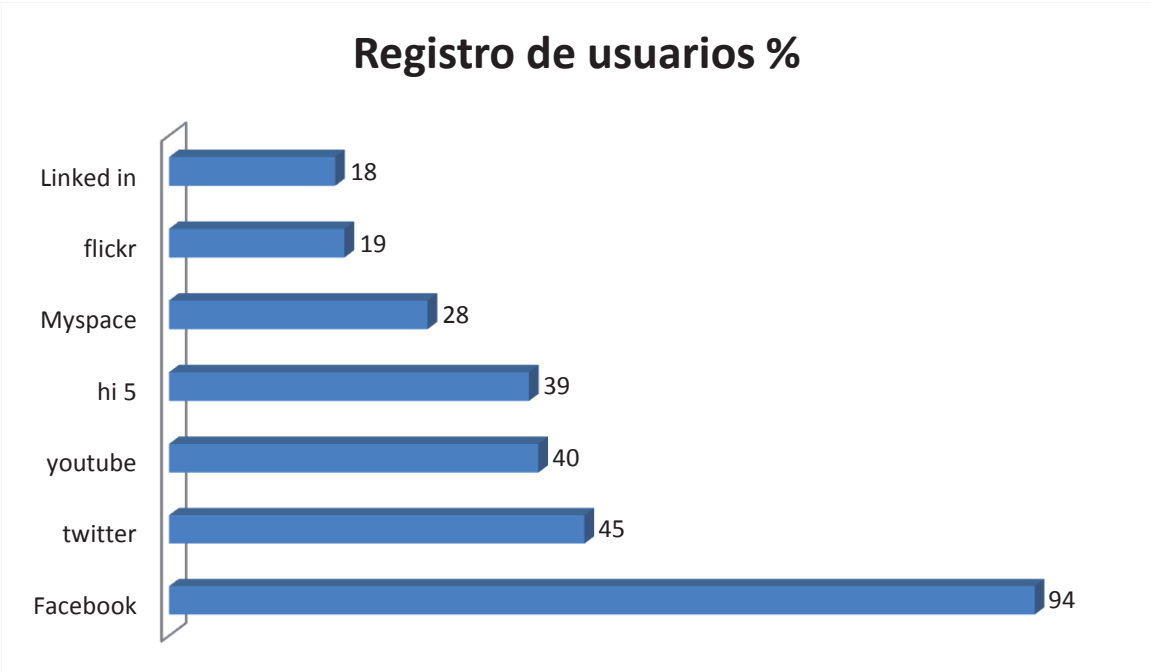
Fue lanzado en mayo del 2003 y registró un incremento acelerado en sus usuarios. México es el segundo país que más ha crecido en esta red, el primer lugar es Brasil, seguido India y Francia.

### Youtube

Es un sitio web de videos de todo tipo, no solo de música como suele creer, ya que en él se publican también tutoriales, demostraciones de carácter comercial y videos informativos y educativos para capacitar, dialogar e implementar relaciones con los clientes potenciales o en activo que participen en dicha red.

Una de las ventajas es que puedes crear tu video con una pequeña inversión y subirlo a la red con ayuda de un centro de asistencia oficial que ofrece tutoriales para aprender a manejarlo, además incluye una línea protección a derechos de autor y te da la posibilidad de denunciar el mal uso de un video y proteger los lineamientos de uso de marca, producto o servicio.

Se creó en febrero del 2005, la pagina está disponible en 17 idiomas, en 2006 recibió el premio a invento del año otorgado por la revista time.



Fuente: elaboración propia con datos del estudio de Consumo de Medios digitales.

## **Arma un plan de marketing digital**

Ahora que el internet ha pasado de ser una fuente pasiva de información a convertirse en el segundo hogar del consumidor, las estrategias plaza, precio promoción y producto ya no son los únicos conceptos para hacer mercadotecnia efectiva, igual de necesario es saber de redes sociales, trafico, comercio electrónico y aplicaciones móviles.

“Es urgente que las empresas entiendan como las herramientas digitales pueden transformar los negocios” (Pozo)

Al cambiar las actividades ordinarias y corporativas a los gadgets y la web, los derivados socialmedia, e-commerce, mobile marketing, han creado experiencias industriales, profesionales y de entretenimiento inseparables de la vida del cliente.

Lo primero que debes decidir, sin importar como se vaya a estructurar el plan de marketing digital, es que deseas para tu negocio: posicionar tu marca o generar más ventas.

Para poder posicionar tu marca es necesario colocarla en el contexto adecuado para que la asocien con aquello que significa tu negocio más allá de su producto, divulgar sus valores, cualidades, responsabilidades y un estilo de vida, esto se verá redituado en lealtad, confianza, nuevos clientes, generando prestigio e ingresos a mediano y largo plazo.

Generar ventas implica producir en el espectador la necesidad de comprar en tu negocio, consiste en colocar promociones, ofertas y anuncios estratégicos mostrando el producto con sus atributos y diferenciadores en canales de venta para atraer clientes a puntos de venta off y on line, la finalidad es influir en la decisión del cliente. Asi, se generan ingresos a corto y mediano plazo.

Una vez que se ah decidido eso es necesario desarrollar el plan de mercadotecnia digital de acuerdo a las necesidades y objetivos que te planteaste.

## **Diseña tu página web**

Un sitio equivale a tener un centro de operaciones fijo al que se remitirá el resto de las herramientas digitales, “esta es la carta de presentación 24/7 de la empresa” (Pozo), la información imprescindible es: que ofreces, catalogo de productos o servicios, historia de la compañía y contactos como teléfono, mail, dirección, redes sociales.

Para desarrollar una página existen algunas opciones como site2you, webs, weebly estas cuentan con una opción gratuita, si lo que requieres es algo más sencillo, como un blog, usa plataformas blogger o wordpress.

Compartir experiencias con tus clientes es un reto, desarrolla un blog, un foro o un canal de noticias que difunda el análisis y crítica, las razones del éxito, el consumidor busca consejos de las marcas así como tutoriales que los ayuden.

## **Search marketing**

Además de tener un local u oficina, debes estar en el equivalente a los directores en la red, los buscadores como google, bing o yahoo, se trata de buscadores en los que se posiciona una marca a través de la compra o subasta de palabras clave para colocar a la empresa en el tope de listados.

Si tu empresa no cuenta con el capital para contratar una agencia especializada, puedes realizar lo siguiente: agregar a tu sitio etiquetas relacionadas a lo que ofrece la marca y sus atributos, inscribir tu sitio en varias direcciones, incluir estos links a sitios relevantes y pedir que otros sitios o empresas hagan link al tuyo.

## **Newsletters**

Las actualizaciones a la cuenta de mail de novedades de catálogos, productos o promociones pueden generar compras o presencia de marca, el éxito radica en producir material útil al destinatario, no olvides de tener la aprobación de los



clientes para el envío de contenido a su correo electrónico y que todo mail debe contar con un botón que permita al destinatario dejar de recibir el contenido

Si estrenaste alguna oferta o lanzaste otra línea de negocio, avísale a tus compradores, incluso puedes presentar un producto o servicio ya conocido por tus clientes con el formato ¿sabias que...?.

Las mejoras en tu empresa siempre son buenas razones para llamar la atención de los clientes y con un mínimo de presupuesto.

## **Social media**

El uso de las redes sociales permite mayor interacción con los clientes actuales y potenciales, El hecho de que estas no tengan un costo no implica que la estrategia de marketing resulte gratuita.

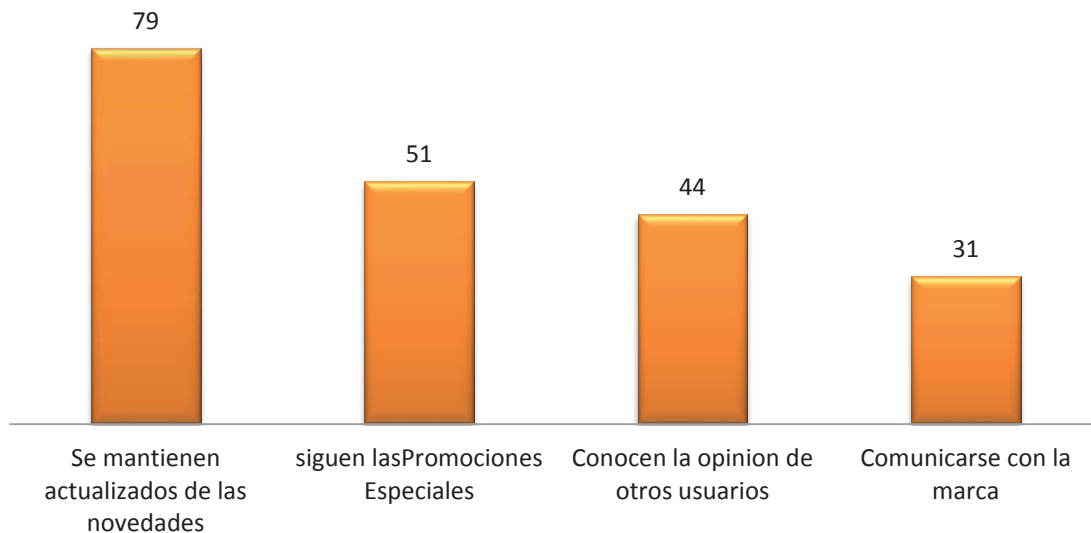
La clave es no pensar en la publicidad en términos de herramientas y receptores disponibles, “crear una campaña en facebook”, “crear una campaña en twitter”, es más bien concentrarse en el mensaje y en cómo distribuirlo de la mejor manera por todos los medios sociales y comunidades virtuales.

No es necesario que planees durante meses invitar a tus seguidores a una demostración del producto, degustación o inauguración de sucursal, aprovecha el gran alcance que tienen las redes sociales para llegar de forma directa a clientes prospectos.

Atrae a los usuarios de tus redes sociales, propiciando un dialogo acerca de las noticias o sucesos que se relacionen con tu industria, interpreta la información relevante y ofrece tu opinión, mientras invitas a tus seguidores a integrarse a la conversación con sus percepciones y puntos de vista, nunca está de más decirle a tus seguidores, solo queremos agradecerte, tampoco hace mal demostrar que estas retroalimentando la comunicación al contestar: te estamos escuchando, por eso ya comenzamos a hacer algunos cambios a nuestro negocio.

No siempre tienes que preguntar a tus compradores por el negocio, también es necesario darles algo de vuelta, como consejos, mensajes y reflexiones a manera de guías, servicios gratuitos o alguna oferta de edición limitada.

## Beneficio de Tener Seguidores %



Fuente: elaboración propia con datos del estudio de Consumo de Medios digitales.

### Banners

Los banner son pequeños anuncios que incluyen logotipos, dirección web o identificación visual de la empresa, créalos en formato .gif, para estar animados o puedes realizarlos en otros formatos como html, flash y java

En portales como yahoo, terra o prodigy tienen costos muy altos, lo mejor es intercambiar banners con socios, proveedores y otros corporativos o puedes adquirir publicidad de google adwords que ofrece colocar banners en sitios con espacios publicitarios.

### Graba videos de tu marca

El video tiene la ventaja de atraer a la gente de un modo que las fotos y el texto no pueden, para los propietarios de pequeñas y medianas empresas el uso de esta

herramienta con fines publicitarios puede darle cara, voz, personalidad y corazón al negocio, al mismo tiempo que ayuda a demostrar su autenticidad.

Realizar una buena producción de video te ayudara a crear clips informativos que, además de comunicar, también revelen el lado humano de tu negocio.

No solo expliques de qué se trata tu oferta, muestra a los usuarios cómo funciona la empresa, dale vida a tus guías y manuales de operación, recuerda que los consumidores informados son más propensos a convertirse en clientes frecuentes

Puedes utilizar a algunos de tus mejores seguidores para explicar cómo usar tus productos o servicios para resolver un problema común o como tus ofertas ayudaron a sus empresas y/o vidas, así tus historias pueden proyectarse en la gente real.

Presenta a tu equipo de trabajo, este método simple ayudara a exponer tu dedicación y compromiso para la satisfacción de los clientes, además, crea una mayor conexión con los consumidores al mostrarles las caras y personalidades de tus colaboradores, puedes agregar un tour de tu oficina o lugar de trabajo.

Agrega una sección del video donde solicites comentarios para crear una retroalimentación por parte de los usuarios, en este punto lo más importante es asegurarles que su opinión si es tomada en cuenta.

### **Estrategia 360°**

Ya que no todos los negocios funcionan para la red, lo importante es crear una estrategia en la que el consumidor vaya de la página web al local y viceversa, así se promueven ambos espacios, se acrecienta la experiencia de marca, se difunden las ofertas, promociones y hasta se genera una lealtad del cliente

La propuesta puede ir desde la interacción entre el local y la red por medio de promociones, dinámicas de entretenimiento o concursos, la estrategia lleva al cliente a entender que la red es otro foro de igual relevancia que el local.

## **Marketing móvil**

Se trata de una herramienta que permite que el individuo que este del otro lado, ya se aun cliente o prospecto, pueda emitir una respuesta hacia las empresas que les están enviando mensaje, existen diferentes modalidades de marketing móvil, cada una con características y ventajas específicas para las empresas.

Proximity marketing. Consiste en el envío de información con promociones o descuentos a dispositivos móviles en un perímetro cercano vía bluetooth, esto sirve para comenzar a construir una base de datos con el consentimiento pleno del usuario.

Marketing sms. Son campañas masivas a través de sms, que las empresas usan para enviar publicidad de manera instantánea a las personas que así lo deseen, sin importar la ubicación geográfica del usuario.

Cupones. Este sistema sirve a través de un sistema de lealtad para darles ciertas recompensas como puntos o monedero electrónico a los clientes que ya tienen identificados.

Antes de aplicar alguna de estas estrategias no olvides contar con el consentimiento de las personas para que reciban publicidad de tu negocio, no solo es cuestión de enviar promociones en bruto, recuerda que los consumidores reaccionan de manera positiva ante beneficios y esto aumenta las probabilidades de que se acerquen a tu producto.

## **E-commerce**

El Comercio Electrónico o E-Commerce consiste principalmente en la distribución, compra, venta, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet, poder tener nuestro negocio disponible en Internet las 24 hs del día y accesible desde cualquier parte del mundo, se ha convertido hoy en una herramienta fundamental para potenciar las ventas de las empresas, se suele

categorizar en comercio electrónico de empresa a empresa (B2B), de empresa a consumidor (B2C), de consumidor a consumidor (C2C) o entre empresa y Gobierno (B2G).

Para poder lograr éxitos importante en el e-commerce es necesario tomar en cuenta algunos factores

Proporcionar servicio y ejecución ofreciendo una experiencia de compra amigable, interactiva tal como se podría alcanzar en una situación cara a cara. Proporcionar una página web atractiva recuerda el uso de colores, gráficos, animación, fotografías y distintas tipografías puede aumentar el éxito en este sentido.

Proporcionar un incentivo para los consumidores para comprar y retornar, las promociones de ventas pueden incluir cupones, ofertas especiales y descuentos, las webs unidas por links y los programas de publicidad pueden ayudar en este aspecto.

Proporcionar un sentido de comunidad, las áreas de chat, foros, registración de clientes y programas de afinidad pueden ayudar.

### **Aprende a medir los resultados**

El éxito de una campaña se sustenta en identificar correctamente cual es la oportunidad de mercado, los planes de comunicación deben tener en cuenta lo que el consumidor quiere y necesita,

Tener fundamentos sólidos en los datos que arrojen los estudios de mercado y los consumidores te evitara cambios dramáticos en el diseño de tu campaña publicitaria, una vez recabada y procesada la información tanto el habito de uso, compra e importancia del precio como la opinión de los consumidores sobre tu marca, considera cuanto tiempo durara tu campaña y define las metas de la misma.

Para poder medir estos resultados es necesaria una combinación de aspectos cualitativos y cuantitativos.

## Aspectos Cuantitativos

Verifica si el público objetivo recuerda cual es el mensaje de tu compañía y la marca, del mismo modo evalúa si tu mensaje es claro y el consumidor logra entenderlo, identifica cualquier distorsión o duda en el mensaje y que parte es la que entiende o no el público.

Una vez evaluada la opinión del público debemos comparar nuestro mensaje con el de los competidores para saber si fue de mejor o peor manera que la competencia.

Asegúrate que el mensaje no sobrepase a tu marca, si descubres que el consumidor recuerda tu mensaje como algo creativo y colorido, pero ha olvidado el nombre de la marca o producto, debes modificar tu campaña.

## Aspectos cualitativos

Verifica que opina el público objetivo de tu marca una vez expuesto a tu campaña publicitaria, la reconoce por encima de la mayoría de las marcas conocidas y desconocidas, qué lugar de preferencia ocupa tu producto frente a los competidores, así como las emociones o sentimientos que les transmite tu campaña publicitaria.

Investiga cómo interactúan tus consumidores con tu publicidad, a partir de que programas, sitios en internet o anuncios llega a tu tienda o sitio web.

Otra forma de obtener retroalimentación es por medio de encuestas en móviles o sitios web, a través de aplicaciones o encuestas para medir como estas atendiendo a tus clientes, un sencillo sondeo presentado a tu página por internet puede arrojar información valiosa con algunas sencillas preguntas:

¿Cuál fue el motivo de la visita de hoy al sitio o local?, ¿Encontraste la información deseada?, ¿Qué tan satisfecho quedaste a lo largo de tu visita?, ¿Qué recomendarías para mejorar el lugar y/o página Web?

Ahora bien, al momento de medir los contactos de calidad, evalúa cuanto de ellos están comprando o llegando a tu negocio a través de cada fuente de tráfico donde colocaste la publicidad, identifica cuáles son las que atraen más al público y mejora las que se encuentran en lugares menos transitados o establecidos.

Si cuentas con un buen capital puedes contratar alguna de las herramientas en internet que te ayudan a la medición on line de tu campaña publicitaria, tales como, comscore digital, sitecatalyst, certificametric, googleurchin.

Ahora que si no cuentas con el capital suficiente para las anteriores existen algunas herramientas vía internet que te pueden ayudar de una forma más sencilla como son, google analytics, yahoo analytics y las estadísticas de búsqueda de google.

Es importante que realices estos resultados, pues recuerda que la falta de mediciones sobre el comportamiento del mercado puede provocar que, en caso de que requiera un ajuste, tu reacción sea demasiado lenta y algún competidor pueda aprovechar para apropiarse del beneficio ofrecido por tu marca y lo que intentabas comunicar

## **CAPITULO 3**

### **Después de tú Negocio**

#### **Como llegar a ser el número uno**

Una de las lecciones mejor aprendidas de los negocios es que debes tener listo un plan para las contingencias, e igual de necesario es saber qué hacer cuando tu empresa está lista para crecer.

El desarrollo de un negocio va mas allá de alcanzar una meta financiera, también implica una transformación tuya como emprendedor, ya que tendrás que pensar cómo será tu vida cuando las ganancias aumenten y que tan duro debes trabajar para lograr tus metas. Mientras más rápido crezcas, más dinero necesitaras, toma en cuenta proyecciones regulares de flujo de efectivo para saber cuánto capital vas a requerir antes de escribir los cheques. La mayoría de los emprendedores son optimistas y están seguros de la dirección que deben tomar para alcanzar sus metas, sin embargo un líder con corta visión no se toma el tiempo necesario para entender sus obstáculos, por lo cual necesitas saber a qué te enfrentas y ser capaz de planear la forma de superarlo, es un error pensar que solo con energía y entusiasmo podrás conquistar a todos, es más inteligente dar un paso atrás y determinar cuáles son tus obstáculos de manera que con el plan que estas llevando puedas superarlos.

#### **Planea tu equipo**

El equipo que puede manejar con éxito una empresa de un millón no es el mismo que puede manejar una compañía de cien millones, si tu meta es crecer, contrata gente con habilidades y capacidades necesarias para ayudarte a llegar ahí. Tener al personal indicado haciendo el trabajo adecuado es crítico para lograr el crecimiento, evalúa y compara a tu personal periódicamente para establecer un sistema de contratación y desarrollo profesional, esto te permitirá reducir las malas contrataciones y la migración de puestos.



Las habilidades y talentos necesarios para guiar a tu empresa de manera correcta pueden ser simples, y cualquiera que tenga la determinación los puede desarrollar, sin importar que tu equipo de trabajo sea de cinco o cien personas,

“Trabajas duro para desarrollar tu producto o servicio. Luchas por solucionar tus asuntos financieros, sales a promover tu producto, pero no piensas demasiado acerca de cómo liderar a tu propia gente y descubrir el mejor equipo” (Maxwell)

Cuando diriges tu empresa, puedes presumir que todos comprenden tus metas, pero siempre necesitas recordar hacia donde se dirige tu organización y como serán las cosas una vez logrados los objetivos, de lo contrario los colaboradores podrían llegar a cuestionarse si ese negocio es rentable para ellos, toma tu tiempo para entender a las personas que te están ayudando a construir tu negocio,

Escucha a los expertos

Las buenas empresas infunden su personalidad y creencias, si eres tú mismo, no tratas de actuar o seguir los pasos de alguien más, es más probable que tu proyecto tenga éxito, cada empresa es diferente y cada emprendedor tiene su propia personalidad, por lo cual si eres autentico atraerás a los clientes correctos a tu negocio.

Puedes ser especialista en tu negocio, pero puede que desconozcas las particularidades de la industria o giro en el que te desenvuelvas, identifica y escucha lo que tienen que decir, aprende de ellos para mantener en el camino del crecimiento

Un experto conoce el sonido más dulce del mundo, el sonido de su nombre en los labios de alguien más, pero la mayoría piensa que este representa el sonido del papel moneda recién impreso o el golpe seco de un competidor cayendo al pavimento, ya que la mayoría de los emprendedores están enamorados de sus ideas y no saben cómo distribuir el crédito.

Algunos emprendedores confían más en la intuición, otros prefieren optar por la innovación o hay quienes se enfocan al cumplimiento de metas, pero para llegar a ser un líder ante tus competidores debes tomar en cuenta elementos esenciales como:

- Tomar las críticas como una oportunidad para mejorar
- Buscar la innovación constante
- Fijar objetivos claros y alcanzables
- Asegurarse de que los empleados alcancen su máximo potencial

### **Aumenta tus ventas**

Después de mucho esfuerzo, sacrificio y horas de dedicación, tu negocio ahora camina como lo deseaste, ahora cuentas con clientes frecuentes que te mantienen estable, estas buscando la manera de crecer más y a mayor velocidad, pero recuerda para bien o para mal, los clientes no tienen dueño y su lealtad depende de las condiciones que ofrezcas, el precio, la calidad, el trato y la satisfacción que tu oferta les proporcione.

La buena noticia es que existen estrategias que puedes aplicar para renovar el interés en tu marca, así conseguirás no solo reconquistar a tu cliente, sino que podrás aumentar tus ventas como consecuencia.

### **Pide referencias a quienes ya te compraron**

Todos los consumidores recomiendan un negocio o producto que rebaso sus expectativas para que sus familiares y amigos experimenten el mismo servicio, de esta forma, el cliente le corresponde al negocio que lo hizo sentir tan bien, de ahí la importancia de construir una relación profunda y de confianza con las personas que te compran, para lograr esto es necesario cumplir ciertos requisitos en cuanto a la venta de un producto, la verdad, la responsabilidad, el entendimiento de las necesidades y la calidad en el servicio.

Si el trato de tu producto es directamente con un proveedor o con un director general, en lugar de solicitar sus contactos, lo mejor es pedir su autorización para que algún prospecto pueda llamarlos y pedir referencias tuyas.

### **Crea experiencias continuas**

Los consumidores de hoy buscan satisfacer gustos, deseos y emociones, no solo comprar marcas sino toda la experiencia asociada a ellas, tu objetivo debe ser no solo ubicarte en el top de su mente para recordarle que siempre estarás para él, sino también para formar parte importante de su vida, involucrarlos emocionalmente permite establecer una relación duradera.

Con esta percepción podemos tomar varias soluciones, por ejemplo, personalizar algún producto, hacer viajes para reunirse con los grandes clientes algunos clientes y evaluar sus necesidades, contar permanentemente con un departamento de asistencia técnica, tener más empleados capacitados a ventas que atiendan a cada persona que entre al negocio.

Toma en cuenta que para solventar los obsequios o regalar puntos en las compras deberás generar un aprovisionamiento de recursos que te permita responder al consumidor que cuando reclame este tipo de premios.

### **Acude a ferias y exposiciones**

Ya sea que acudas como visitante o como expositor, estos eventos son una buena manera de encontrar prospectos para hacer negocios siempre y cuando cuides que el tiempo y dinero invertido rindan frutos, si después de acudir repetidamente a distintas ediciones de una feria no consigues un número de prospecto que justifiquen las visitas, lo más probable es que no te convenga estar ahí.

Como expositor las precauciones son dobles pues requiere costear la presencia en un stand que en ocasiones significa una inversión considerable, motivo por el cual se recomienda investigar qué es lo que encontrarás y cuál es el perfil de los visitantes en cada expo antes de darte de alta

“hay que saber escoger a dónde vas y que quieres lograr en cada una de las ferias a las que asistes” (Alva)

### **Asiste a sesiones de networking**

Para que esta estrategia sea efectiva debes entrar en contacto con múltiples grupos, en varias cámaras y eventos, evitando uno de los principales errores cometidos al acudir a estas reuniones, buscar gente conocida, hacer networking implica conocer nuevas personas, tu objetivo es conocer clientes y socios potenciales, estableciendo vínculos con ellos, captando su interés y pidiendo sus datos para dar un seguimiento posterior. Lleva tarjetas de presentación, papel y pluma, para tomar notas si se ofrece.

Esta actividad está tomando gran fuerza en el país y actualmente existen alternativas para hacer contactos de manera profesional como Networking de México y Red de Negocios.

Muchas empresas, incluso las más poderosas, recurren a las colaboraciones con otros negocios o corporativos, si entre tus planes se encuentra buscar una alianza estratégica, no olvides que conviene ser selectivo antes de establecer una relación de largo plazo con ellos, ten en cuenta empezar a buscar empresas que garanticen una calidad comparable al producto o servicio que tu ofreces y cuyo público objetivo sea similar; por otro lado, su rango de precios debe permitir una negociación conveniente tanto para el cliente como para ti y tu aliado

Lo importante y fundamental es que los convenios verdaderamente te permitan aportar valor a tu negocio.

### **Como venderle a las cadenas comerciales**

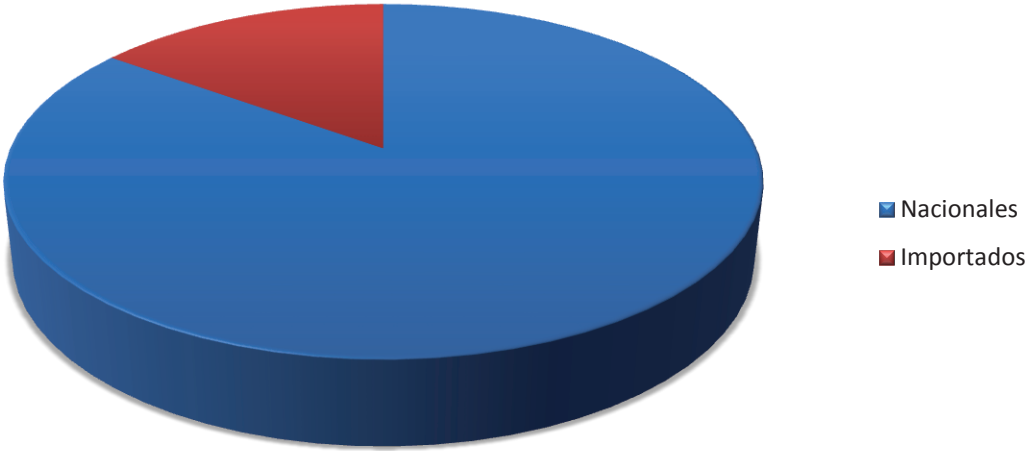
La mayoría de los emprendedores tienen como meta convertirse en un proveedor de una gran cadena comercial, pues son consideradas las grandes ligas en el mundo de los negocios, ya que supone un volumen de compra considerable y por lo tanto, ganancias atractivas. Además resulta alentador el hecho de vincular tu negocio directamente como socio comercial de una firma reconocida.

Sin embargo la mayoría de los emprendedores salen desilusionados de una cita con un comprador, quien ha rechazado su propuesta, lo más probable es que, desde el punto de vista comprador es que el producto no estaba listo o le faltaba por cubrir algunos de los requisitos que la cadena solicita, ya que ser proveedor de una cadena comercial no resulta nada fácil.

Cumplir con esta misión requiere de ajustes operativos, innovación constante, invertir capital, planificar una producción mayor y cumplir con exigencias de calidad, administración y puntualidad.

“un tercio de las compras que realizan los miembros de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales (ANTAD) son a Pymes”

### Origen de los artículos vendidos a miembro de la ANTAD



Fuente: elaboración propia con datos del ANTAD 2010

### Prepárate para vender

Antes de salir a buscar compradores comienza por hacer un análisis interno para fortalecer tu estructura y estar listo para satisfacer la nueva demanda. Calcula tu flujo de efectivo, esto te permitirá saber cuánto de la producción destinaras a venderle a una cadena detallista, debes tomar en cuenta que este tipo de

detallistas no pagan de contado, prefieren pedir crédito a sus proveedores, por lo tanto debes tomar en cuenta lo anterior en tu plan operativo y financiero.

Por otra parte, es importante señalar que eres tú, quien debe decirle a la cadena cuanto le vas a vender y no al contrario, lo ideal es comenzar con un 30% de la producción a este tipo de clientes, de este modo, si no funciona, el riesgo no es tan grande, recuerda que el suministro a cualquier cadena comercial debería hacerse gradualmente.

“Cuando el cliente decide por ti, pierdes el control de la negociación como Pyme frente a una gran cadena” (Aliaga)

Investiga a tu cliente potencial, recuerda que no es lo mismo vender a la tienda de abarrotes que a Walmart, por eso debes conocer todos los requerimientos de las grandes cadenas, así como los hábitos de compra de sus consumidores, es decir, la región en la que se encuentra y el tipo de población. Averigua también los márgenes para los productos según su ubicación en las distintas aéreas del piso de ventas.

Investiga los tiempos de pago del cliente, esto te será de mucha utilidad, ya que si el cliente paga a 90 días, puedes prever un incremento en el precio para incluir el financiamiento y así evitar perder dinero, recuerda que una cosa es vender y otra diferente es como lo respaldas. Si no tienes una estructura financiera sólida y si no cuentas con líneas de crédito para financiar tu ciclo operativo simplemente no podrás crecer.

### **Requisitos básicos**

Convertirte en socio comercial de una gran cadena también es una oportunidad para profesionalizar diferentes aéreas de tu negocio y fortalecer ciertos aspectos de tu producto, no olvides que existen muchas empresas que al igual que tu buscan entrar en ese tipo de mercado.

Por lo tanto, además de los dos puntos anteriores, análisis económico e investigar a tu cliente, necesitas cumplir con los siguientes requisitos básicos a fin de aumentar tus probabilidades de éxito.

Código de barras.

Se trata de un conjunto de líneas paralelas y verticales de distinto grosor y espaciado, que contienen una determinada información para identificar un artículo en cualquier punto de la cadena de suministros, este código se debe gestionar en la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico.

Empaque.

Es la presentación de tu artículo, no solo debe ser atractivo, sino también tener las dimensiones adecuadas para exhibirse en un anaquel.

Normas oficiales o nom's.

Debes investigar cuales son las nom's aplicables a tu producto y verifica que cumplas con cada una de ellas

Etiquetado nutricional.

Este rotulo proporciona al consumidor la información sobre los nutrientes del alimento, además de seguir un formato preestablecido que sea claro y fácil de leer, las tablas deben incluir datos como el tamaño de porción en unidades métricas, por su parte los componentes dietéticos deben ser expresados como porcentaje del valor diario.

Requisitos legales.

Recuerda que la información necesaria para darte de alta como proveedor de una gran cadena y poder facturar incluye desde actas constitutivas hasta los datos de la cuenta de cheques de la empresa.

Existen cadenas comerciales que recurren a las Secretarías de Desarrollo Económico estatales para pedir que identifiquen a las empresas que forman parte de sus programas de desarrollo de Pymes, las cuales después de un periodo de maduración cubren los requisitos para ser un proveedor calificado.

A partir de las listas proporcionadas por la secretaria, las cadenas organizan ferias donde los compradores tienen acceso a los artículos de estas empresas, existen otras cadenas que realizan ferias dentro de su piso de ventas y en superficies debidamente delimitadas y separadas de las marcas posicionadas en anaquel, donde la mercancía se vende directamente al consumidor.

Luego de varias semanas, los productos que reportan la mayor venta, se incorporan al anaquel y reciben apoyo para posicionarse en el gusto del cliente final.

### **Prepárate para una segunda sucursal**

Ya desarrollaste un producto o servicio con valor, supiste como conquistar a los consumidores, lograste mantener tu negocio a flote, ahora se encuentra en una etapa de crecimiento y consolidación. Aunque tu negocio haya tenido el éxito esperado, debes tener mucho cuidado si decides hacerlo crecer, para empezar, toma en cuenta que la segunda apertura no será igual a la primera, e incluso podrá ser más difícil, esto debido a que implicara esfuerzos adicionales de tu parte, sobre todo en puntos básicos como la logística y la organización de tu agenda, por eso antes de comenzar a planear tu crecimiento o buscar un nuevo local, debes realizar una autoevaluación.

No todos los métodos de crecimiento funcionan para todas las empresas en todos los mercados, como dueño debes ser cuidadoso al investigar y elegir qué estrategia es la mejor para ti, dependiendo de los recursos que tengas a la mano, descarta opciones que no son posibles o las que simplemente no tienes tiempo, dinero o interés en realizar.

Abrir una segunda sucursal requiere de una buena suma de dinero, haz una corrida financiera para determinar los costos adicionales que implica: una segunda renta, más personal, mayor inventario, costos ocultos, entre otros. Con base en



esta suma, determinarás si podrás con la nueva carga económica sin poner el riesgo o descuidar tu actual punto de venta.

Abrir una segunda sucursal solo es rentable cuando te estableces en un sitio tan rentable como el que ya tienes, recuerda todo lo aplicado anteriormente, no te precipites en esta decisión, También estudia a los comercios vecinos para verificar que su oferta no compita contigo, de ser el caso, ofrece un valor agregado para diferenciarte. Recuerda realizar todos los estudios anteriores, mercado, marketing, empleados, entre otros, así como todos los trámites para tu nueva sucursal.

No olvides que no puedes estar en dos lugares al mismo tiempo. Esto significa que necesitas contar con personas bien entrenadas para hacerse cargo del segundo negocio, o bien, contratar un gerente que sea de confianza y que se encargue de las labores administrativas y operativas, no olvides que tu como dueño, deberás supervisar el funcionamiento de ambos locales para verificar que todo marche bien y hacer recomendaciones para mejorar o innovar en ciertos procesos.

Mientras que tu nueva ubicación generar nuevos compradores, es posible que también atraiga a quienes ya te conocen, por lo que si tu oferta es la misma en ambos establecimientos, la gente solo acudirá a uno de ellos, en cambio, si ofreces algo diferente o extra en la segunda tienda, podrías incrementar tu volumen de ventas.

La idea es lograr que las dos sucursales trabajen de manera coordinada, finalmente, recuerda que el crecimiento de tu negocio debe basarse en argumentos reales y medibles, y no solo en el deseo de duplicar el éxito que ya tuviste en tu primer local.

Después de revisar esta autoevaluación descubres que una segunda unidad no es una estrategia tan viable, mejor considera la opción de abrir una tienda en línea, la inversión será menor y no tendrás que asumir todas las responsabilidades que conlleva el tener un negocio físico.

## **Cambia a tiempo**

Tu negocio ha funcionado a la perfección, pero nada te asegura que seguirá así por más esfuerzo y trabajo que realices, recuerda que los clientes pueden cambiar de opinión de la noche a la mañana, por eso debes estar preparado para afrontar una crisis en caso de que esta llegue a suceder, no es fácil tomar las decisiones de parar la producción y las entregas de productos, pero si replanteas tu estrategia y tu plan de desarrollo, a la larga esto producirá un costo-beneficio más favorable que continuar hacia adelante por inercia y sin un rumbo fijo.

“Cuando innovas, corres el riesgo de equivocarte. Admítelo e innova otra vez”  
(Jobs)

Llevar un buen manejo de las finanzas es indispensable para toda persona que busca un bienestar personal, pero como dueño de la empresa, debes asegurarte que la misma goce de una buena situación financiera. Para un empresario que se enfrenta esta situación seguramente le será difícil tanto visualizar nuevos mercados por explorar como identificar proyectos en crecimiento, si en algún momento llegas a pasar por esta situación, no te desespere, comienza por reconocer que tienes un problema y que es momento de encontrar una solución definitiva.

## **Reconoce el problema**

Siéntate con tu contador y analicen la información financiera del negocio, este es el primer paso para corregir el desorden y saber a cuánto ascienden tus deudas, señales claras son cuando se llega al punto en que encuentras avisos de pagos retrasados, por lo cual te veras obligado a realizar pagos moratorios y cubrir intereses. La mayoría de los pequeños negocios evitan abrir la correspondencia o contestar el teléfono, esta situación es grave, pues las deudas seguirán avanzando, para poder identificar cualquier foco rojo, debes llevar un registro puntual de los ingresos y egresos, aunque suelen ser señales que se deben leer.

Un gran problema que enfrentan los dueños de las empresas es que utilizan recursos personales para la compañía y viceversa, si es tu caso, evita financiar la operación del negocio con tus tarjetas de crédito personales y por supuesto, no uses el dinero de la empresa para cubrir gastos familiares. Si tu plan es tener tarjetas de crédito recuerda que hay algunas tarjetas personales que tienen un costo mayor al de opciones de financiamiento especiales para negocios.

### **Tener todo por escrito**

Muchas veces no se sabe cuáles son las deudas que se tienen, por lo tanto, la recomendación es tener por escrito el problema para saber a quienes se les debe, puedes apoyarte en un software de hoja de cálculo, anota el nombre del acreedor, monto, tasa de interés, plazos y costos extras.

De esta manera tendrás un panorama más claro para definir tu estrategia de pago, comienza por liquidar las que representen un mayor costo.

Reúne a tu equipo más cercano, tanto directivo como administrativo, y comenten la situación financiera del negocio, en conjunto hagan un análisis y creen soluciones para superar los problemas que hay que enfrentar.

### **Busca alternativas**

Una buena idea es investigar cuáles son las instituciones financieras que pueden darte un préstamo para liquidar tus deudas y luego pagarles a ellas en mejores condiciones, existen diferentes apoyos gubernamentales bancos que ofrecen soluciones desde 5,000 hasta 2 millones de pesos.

La mejor manera de ahorrar dinero es gastarlo de manera inteligente, considera que hay aspectos que no podrás evitar como la compra de materia prima, insumos, inventario y nomina. Sin embargo has una revisión puntual y descubre cuáles son los gastos que puedes recortar a través de la implementación de nuevas prácticas, como reciclar las hojas, cambiar por focos ahorradores, entre otras, recuerda compartir estas políticas con tus empleados para que todos se unan a este objetivo.

No agregues cargas extras a tu presupuesto adquiriendo más cosas, no aceptes ofertas de materias primas si no las necesitas y, sobre todo, si no las puedes pagar, recuerda analizar las compras antes de tomar decisiones impulsivas.

### **Renegocia la deuda**

Si estas demasiado endeudado y no sabes cómo hacer frente a estos problemas, acércate a tus acreedores para solicitar una negociación del plan de pagos, anticipa y busca la asesoría de un experto financiero para elaborar una propuesta que convenga en ambas partes.

Después de todo, debes motivar de alguna manera al acreedor para que te de las facilidades de pago que necesitas, recuerda que el ser ordenado y cuidar tu historial crediticio te abrirá muchas puertas hacia nuevos financiamientos, paga a tiempo y de preferencia un monto mayor al mínimo exigido, esto te evitara problemas como pagos moratorios y te ayudara a disminuir tus adeudos en el menor tiempo posible.

### **Del fracaso al éxito**

Las grandes ideas pueden cambiar la historia de una compañía o derrumbarse mientras se ejecutan, esto es algo que conocen bien las firmas que quiebran proyectos antes de vivir la gloria multimillonaria que les ha dado su fama actual, y anqué la mayoría de los mexicanos evitan hablar de sus tropiezos empresariales y personales, la mayoría de las veces estos fracasos se llegan a ver como un signo de debilidad o incapacidad, sin embargo dicha experiencia es necesaria para llegar a lugares donde nadie nunca antes ha ido, lo que es un hecho es que se puede ganar una lección o incluso un concepto nuevo de negocio,

Algunos de los principales errores que llevan al fracaso empresarial y que la mayoría de los emprendedores no quieren mostrar son:

Querer ahorrar dinero en piezas fundamentales para el desarrollo de un emprendimiento por ejemplo en la creación de un buen logo o sitio web, un buen diseño puede ser factor fundamental de éxito para el emprendimiento, no ahorres

en diseñador, y consigue uno bueno, que ofrezca calidad, y un portafolio de sitios no sólo lindo sino exitosos en términos de negocio.

No trabajar con seriedad un plan de negocios, en especial, el planeamiento financiero, muchos emprendedores quieren pensar que basta con que la idea sea creativa, y no se esfuerzan por comprobar su proyección, su pecado está en la pereza que les impide hacer una buena investigación de mercado, no lo olvides y no te dejes llevar por la tentación de la pereza o el autoengaño.

Muchos negocios tienen un ciclo de aprendizaje más largo de lo que nuestra impaciencia como emprendedor novato tolera, existen negocios que en dos años comienzan a remontar, y otros que necesitan reconfigurarse y optimizarse, tras aprender de la propia experiencia, no te impacientes y quieras cerrar tu negocio a los dos años, por que no te dejes las ganancias altas que tenias previstas.

No culpes a nadie por tus errores, cuando un negocio sale mal, lo primero que haces es culpar a sus socios y a la economía. Si responsabilizas a otros, nunca aprenderás de tus errores, recuerda que no hay víctimas; sólo voluntarios y tú te ofreciste de voluntario para convertirte en emprendedor.

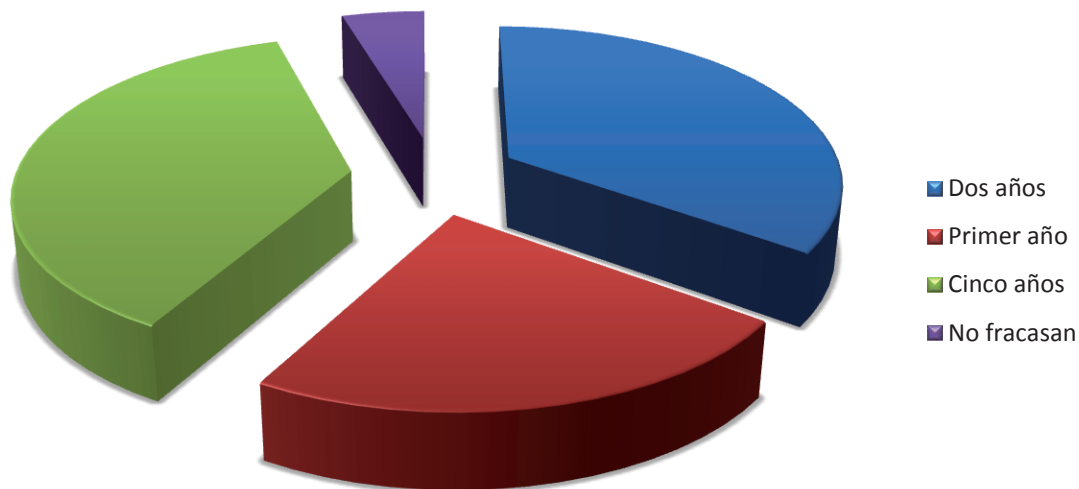
Aun estando enojado y en quiebra lo primero que querrás será huir de tus errores, en vez de eso, regresa a tu negocio, estudia tus errores y busca como levantarlo de nuevo, esta es la forma en que se convierte la mala suerte en buena suerte cometer errores y hacerse más sabio es el trabajo de un emprendedor; no cometer errores es el trabajo de un empleado.

Pero no se trata de andar fracaso tras fracaso, más que aprender una lección debes crear una solución, ya que el mundo de los negocios siempre es una incertidumbre y tu como dueño del negocio debes aprender a jugar con estas variables, sin ver y proveer errores no se puede tomar un camino correcto cuando

se exige ir más allá. La información que arroja una situación siempre enriquece, aunque esta provenga de fallas.

En un estudio realizado por Harvard Business Review, dice que el temor a la quiebra de una empresa, impide que los empresarios tomen riesgos para apostar por el cambio y esto a su vez impide experimentar nuevas ideas de negocio.

## Empresas que fracasan en México



Fuente: elaboración propia con datos del estudio [degerencia.com](http://degerencia.com)

Asumir que algo no funciona no equivale a resignarse, el verdadero error es sentir miedo de equivocarse o vergüenza de haberlo hecho, hay que transformar las consecuencias de un mal negocio, o uno bueno pero mal gestionado, en una historia victoriosa, para que una situación sea útil, no pretendas que nunca paso; evita poner excusas y jamás confundas un intento fallido con un fracaso personal y lo más importante empéñate en aplicar las lecciones aprendidas.

## CONCLUSIONES

Un negocio propio puede significar trabajar como nunca antes has trabajado y retará al máximo tus habilidades. Incluso pueden pasar años antes de que el negocio se mantenga por sí mismo y se vuelva rentable.

Sin embargo, una vez consolidado, un negocio propio puede ser la fuente de la realización de tus sueños personales y al mismo tiempo, un generador de bienestar para terceras personas mediante la creación de fuentes de empleo, además, te permite vivir con independencia y tomar las riendas de tu propio destino, sí, las recompensas son múltiples pero el camino no es necesariamente corto o sencillo, por lo que debes contar con la mayor cantidad de información posible antes de iniciar.

La recomendación final es visitar un negocio similar al que deseas emprender e inclusive trabajar por algún tiempo como empleado en uno, observa detenidamente al personal y la gente que lo visita, la distribución de la mercancía y el mobiliario, una vez acoplado al tipo de negocio que planeas tener, busca tu perfil de emprendedor: líder, innovador, creativo entre otros. Con la finalidad de saber por dónde iniciar tu negocio, crea tu plan de negocios así como tus proyecciones a futuro y lo más importante el rumbo que definirá tu negocio ante los consumidores.

Si cuentas con todas estas habilidades, Estás listo para emprender tu negocio. Pero si no las tienes, no te desanimes, todas ellas pueden ser aprendidas. Busca más información al respecto, inscríbete en cursos relacionados con la habilidad que deseas desarrollar, observa quién tiene el perfil que buscas e intenta averiguar cómo lo han logrado. El conjunto de todas estas habilidades te convertirá en un empresario exitoso.

## GLOSARIO

**Recesión;** Un recesión es un periodo de tiempo de duración mayor a doce meses durante el cual el porcentaje de crecimiento del Producto Interior Bruto de una economía es negativo.

**Depresión económica:** La depresión económica se da en situación de crisis económica grave caracterizada por una disminución generalizada y sostenida en el tiempo tanto de la producción como del consumo y va acompañada de alto grado de desempleo y continuos cierres y quiebras de empresas.

**Plan de contingencia:** Un plan de contingencia es un tipo de plan preventivo, predictivo y reactivo. Presenta una estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas. El plan de contingencia propone una serie de procedimientos alternativos al funcionamiento normal de una organización, cuando alguna de sus funciones usuales se ve perjudicada por una contingencia interna o externa.

**Sociedad mercantil:** La sociedad mercantil es un contrato en el que dos o más personas se obligan a poner en comunes bienes y dinero o industria para realizar una actividad comercial

**Gadgets:** Es un dispositivo que tiene un propósito y una función específica, generalmente de pequeñas proporciones, práctico y a la vez novedoso. Los gadgets suelen tener un diseño más ingenioso que el de la tecnología corriente. Pueden ser útiles cuando estás en el trabajo (lista de tareas, conversor de moneda, calendario), o simplemente pasar el tiempo (noticias, blogs, juegos)

**Smartphone:** Teléfono inteligente es un término comercial para denominar a un teléfono móvil que ofrece la instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad. El término «inteligente» hace referencia a cualquier interfaz, como un teclado en miniatura, una pantalla táctil, o



simplemente el sistema operativo móvil que posee, diferenciando su uso mediante una exclusiva disposición de los menús, teclas, atajos, etc.

**Tablets o paletas digitales:** Una tablet es una computadora con forma de tabla, sin teclado y con una gran pantalla sensible al tacto. Para tener una idea de cómo es una, sólo basta pensar en una pantalla de 7 a 10 pulgadas. La mayoría de las tablets salen de fábrica con conexión 3G y Wi-fi, o sea, listos para acceder a internet.

**Redes sociales:** Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

**Mobile marketing:** actividad dedicada al diseño, implantación y ejecución de acciones de marketing realizadas a través de dispositivos móviles. El desarrollo de campañas de comunicación consistentes en el envío de SMS o MMS a través de dispositivos móviles de un contenido determinado, ya sea informativo o promocional, dirigidas a bases de datos previamente tratadas y sistematizadas adecuadamente.

**Networking:** Generalmente el término se aplica a la integración de dos sistemas de redes completas. Una red consiste en dos o más computadoras unidas que comparten recursos como archivos, CD-Roms o impresoras y que son capaces de realizar comunicaciones electrónicas. Las redes están unidas por cable, líneas de teléfono, ondas de radio, satélite, etc. Su objetivo principal es lograr que todos sus programas, datos y equipo estén disponibles para cualquiera de la red que lo solicite, sin importar la localización física del recurso y del usuario.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Aliaga, C. *Echando a Perder se Emprende*.

Alva, S. *Empresa admirada: La receta*. LID.

Bureau, I. A. (2010). Estudio "consumo de medios digitales".

Bureau, I. A. (2010). <http://www.iabmexico.com/node/2247>. Recuperado el 2011

Clavijo, D. *La nueva cara de México II. Los emprendedores que están cambiando el país*. Mapas .

Elizarrarás, D. Presidente de la asociación mexicana de franquicias.

Haig, M. *El reinado de las marcas*. Gestion.

IDC. (2011). *Internacional data corporation*.

jean-jacques crevecoeur, a. t. *Las relaciones y los juegos de poder*. océano.

Jobs, S. (s.f.). [www.apple.com/mx](http://www.apple.com/mx).

Kirkpatrick, D. *Evaluación de acciones formativas*. Epise.

Maxwell, J. c. *Como desarrollar el líder que hay en ti*.

Meave, G. M. (s.f.). [www.meave.org/](http://www.meave.org/). Recuperado el 11 de septiembre de 2011

Nielsen. (s.f.). <http://mx.acnielsen.com/site/documents/NielsenGlobalShoppingSavingReportOctober2011.pdf>. Recuperado el 2011

Pozo, P. (s.f.). *Marketing del interactvie advertising bureau*.

Roosevelt, E. (s.f.).

Ross, A. H. (s.f.). Administrador General de Servicios al Contribuyente.

Serbia, X. *La Riqueza en Cuatro Pisos*. Aguilar.

Sharp, I. Four seasons, una historia empresarial 5 estrellas. Norma.

[www.cofepris.gob.mx](http://www.cofepris.gob.mx). (s.f.).

Yunus, M. *Empresas para todos*. Norma.