

POR CHRISTIAN CHÁVEZ



GUÍA: Emprendimiento desde Cero

*Los 25 pasos para ganar
dinero haciendo lo que te
gusta*

PASO 1: No hay tiempo que perder

Cómo te podrás dar cuenta, este libro no tiene presentaciones, prefacios, índice ni nada.

¿La razón?

¡No hay tiempo que perder!

Uno de los peores enemigos del emprendedor es el tiempo.

No podemos controlarlo ni detenerlo, así que lo único que podemos hacer es saber aprovecharlo de la mejor manera posible, por esta razón en esta guía vamos directo al grano a lo que nos interesa: ¡Aprender a Emprender!

PASO 2: Descubre tu motivación para Emprender

Si la respuesta es dinero, vas por mal camino.

Claramente el dinero es una gran motivación, pero emprender es algo mucho más profundo.

El Emprendedor es la persona que ha decidido tomar las riendas de su vida y hacer lo que siempre ha querido con ella. Es su misión en este mundo.

Piénsalo, al momento que decides emprender puedes escoger cualquier camino, ¿por qué realizar algo que no te guste o que te haga infeliz?

Emprender es algo que todos pueden intentar, pero es difícil y agotador, por esta razón no es para todos. Esta es la razón por la que necesitamos elegir algo que nos guste o apasione, pues de esta manera disfrutaremos el camino y no lo abandonaremos tan fácilmente.

Así que antes de decidirte a emprender recuerda que debes poner todo tu corazón en ello y nunca rendirte.

¿Estás decidido a hacerlo?, entonces sigue leyendo.

PASO 3: Encuentra tu pasión

La mayoría de personas cuando deciden emprender lo primero que se preguntan es ¿cuál es un negocio rentable?

Terrible error.

Esto es querer ser emprendedor a la fuerza.

Tienes que pensar que el negocio por sí sólo no es rentable, nosotros somos los que lo convertimos rentable gracias a nuestra dedicación y conocimiento.

Por esta razón es muy importante encontrar tu pasión y crear tu negocio a partir de lo que amas.

En la actualidad hay miles de personas que ganan más dinero haciendo videos en Youtube hablando de Game of Thrones, Pokemon o Videojuegos, que una persona con algún PHD.

¿Cómo puede ser esto posible?

Claramente la razón es que al realizar algo que aman, estas personas lo hacen con más dedicación y gusto que lo demás. Además de que se pueden convertir en “expertos” del tema fácilmente debido a que les encanta lo que están haciendo y pueden pasar horas en eso.

Ahora bien, no te estoy diciendo que necesariamente debes dedicar tu vida a tu Hobby, la verdad yo personalmente no comparto eso, a pesar de tener varias aficiones.

Quizá seas como yo y tu sueño o misión de vida sea algo mucho más complejo, algo que tenga que ver con la ciencia, biotecnología, robótica, medicina, etc.

Por ejemplo hablando de mi caso, tengo varias pasiones, pero en lo que he decidido enfocarme es en la INDUSTRIA y en la EMPRESA, siempre me ha parecido interesante los procesos que las industrias utilizan para transformar la materia prima en los productos que tenemos en nuestras casas; además siempre me ha fascinado el funcionamiento de las empresas y cómo pueden crecer tanto para cambiar el mundo. Por esta razón he decidido unir ambas partes para crear la ASESORÍA INTEGRAL de EMPRENDEDORES ECUADOR, en dónde se combina conocimientos técnicos y empresariales para dar solución a los problemas de los emprendedores.

MI PASIÓN
EMPRESA E INDUSTRIA

Así mismo, en este punto debes tomarte un tiempo para meditar y elegir qué es lo quieres de tu vida.

Es muy probable que digas “aún estoy muy joven para eso”, pero debes recordar el primer PASO, así que entre más pronto encuentres tu pasión, podrás perfilarte a realizar actividades que realmente aporten a tu vida.

Ya no más horas desperdiciadas en chismes en Facebook, o mirando series completas en un fin de semana en Netflix, ¡es momento de actuar!

Así que: define tu pasión, quizá en este punto debes dejar a un lado esta guía por algunos días. Tómate tu tiempo y continúa leyendo cuando lo hayas decidido.

PASO 4: Resuelve un Problema

Con nuestra pasión ya definida, debes descubrir cómo puedes utilizarla para resolver uno o varios problemas.

Esto es lo que vas a vender: soluciones a problemas.

Para encontrar problemas puedes empezar por ti mismo, ¿Qué te frustra?, ¿Qué te incomoda? ¿Qué te duele?

Luego pregunta a tu familia y amigos, mira a las personas de la calle, o en redes sociales ¿De qué se queja la gente?

Y después de descubrir todos esos problemas, debes percartarte sí ¿puedes resolverlo tú utilizando tu pasión?, si la respuesta es sí, entonces ya tenemos una opción de negocio.

Continuando con el caso de EMPRENDEDORES ECUADOR, les cuento la historia de cómo empezó:

Cuando estuve aprendiendo acerca de Marketing Digital (lo cual se puso de moda), me di cuenta que varios de estos cursos (los cuales hay muchos) en realidad te enseñan muy poco.

Lo que te dicen son cosas obvias: “el cliente es lo más importante”, “debes planificar para tener buenos resultados”, “publica buen contenido”

Pero y ¿cómo exactamente hago eso?, yo sé lo que tengo que hacer, pero quiero aprender a hacerlo mejor y quiero su experiencia para esto. Y aún peor, que sorpresa me llevé cuando la página de Facebook de aquel “experto” en Marketing Digital tiene menos de 100 likes.

Entonces me frustré, y sabía que yo podía hacerlo mejor que este “experto”, pero además lo que vi es que hay muchísimas personas que tienen problemas para emprender, por esta razón quiero ayudarles con mi experiencia y conocimiento.

Cómo podemos ver, este es el problema que encontré, en base a mi frustración por los charlatanes que se hacen pasar por coach y por el problema de la falta de conocimiento acerca de emprendimiento de las personas.

Me propuse entonces con mi pasión resolver este problema.

PROBLEMA
FALTA DE CONOCIMIENTO ACERCA DE EMPRENDIMIENTO

Con esto ya tienes el esqueleto de tu negocio, el cual es la siguiente oración.

Usaré mi pasión por.... para resolver el problema de.....

“Usaré mi pasión por las empresas y la industria para resolver el problema de la falta de conocimiento acerca del emprendimiento.”

PASO 5: Define tus clientes

Los clientes es la razón de ser de las empresas, después de todo serán estas las personas que pagaran por lo que estamos haciendo.

Por esta razón en este punto es crucial determinar quiénes serán tus clientes. ¡No pueden ser todos!, entre más específico mejor.

Debemos considerar que cada grupo de personas tiene diferente forma de pensar y expectativas, así que debemos elegir con quien vamos a trabajar para saber qué darles.

Retomando el caso de EMPRENDEDORES ECUADOR, claramente todas las personas tienen problemas al momento de emprender, sin embargo yo tengo aquí la opción de elegir con quienes quiero trabajar, hay que tomar en cuenta que deberé estar en constante comunicación con ellos, así que debo elegir según nuestra personalidad y gustos.

El nicho de mercado que elegí son personas de ambos sexos de 15 a 35 años de edad. Quizá para muchas personas les resulte algo incómodo trabajar con adolescentes entre 15 a 18 años, pero en mi caso me gusta tratar con ellos, pues su energía es realmente contagiosa.

Mi nicho de mercado son las personas jóvenes, y por esta razón he decidido eliminar a las personas mayores de 35 años, pues los considero cerrados y seguramente no compartirán mi filosofía acerca del emprendimiento, esto lo sé muy bien por los conflictos de ideas que tengo con mis padres.

Ahora claramente esto no significa que me cierre a las personas mayores de 35 años, si ellos leen este libro y se sienten motivados a aprender más y trabajar conmigo pues, ¡BIENVENIDOS!, no se puede generalizar.

Pero eso sí, la estrategia de mi negocio, tanto en los productos, servicios, marketing y problema específico a resolver estará destinado al nicho de personas de 15 a 35 años.

NICHO DE MERCADO
Hombres y Mujeres de 15 a 35 años

PASO 6: Identifica tu Ventaja Competitiva

Déjame contarte un gran error que muchos emprendedores cometemos: “Crear que nuestras ideas son las mejores, simplemente porque nosotros lo creemos”

Existen miles de productos o servicios “innovadores” que salen cada día, los cuales fracasan inmediatamente.

Pero Christian, ¿qué no dicen que crear algo nuevo o innovador nos hará diferenciarnos de los demás?

Te respondo. Claramente lo nuevo o innovador es algo muy importante para que un producto tenga aceptación, sin embargo debemos recordar combinarlo con el PASO 4 que es “Resolver un problema”, caso contrario estaremos creando un producto “innovador” que nadie lo pidió.

Continuamos con el PRINCIPIO en mente de que el cliente es lo más importante, y debemos usar nuestra pasión para resolver sus problemas.

Ahora tenemos que ser más específicos y eficientes.

Pensemos: ¿Qué es lo más importante para el cliente?, identifiquémoslo y eliminemos todo lo demás.

Este paso es de los más importantes, pues nos permitirá diferenciarnos del resto de la competencia e identificar la VENTAJA COMPETITIVA que ofreceremos a nuestro cliente.

Nuevamente con el caso de EMPRENDEDORES ECUADOR, cómo se pueden dar cuenta existe un gran número de empresas consultoras, coach y cursos que ofrecen conocimiento acerca de emprendimiento y marketing.

Si yo decido lanzarme y hacer exactamente lo mismo, entonces tendré que pelear con decenas o cientos de otras empresas para ganar clientes, y en este punto es dónde varios negocios se desesperan y empiezan a bajar los precios para ganar clientes por este medio, todo esto se convierte en una guerra dónde los únicos beneficiados son los clientes.

Por esta razón es importante este paso, tenemos que diferenciarnos de nuestra competencia.

Ahora otro error en los que muchos caen es decir lo siguiente: “yo voy a ser diferente, voy a ser mejor que la competencia”. Ahora pregúntate: ¿Qué es exactamente mejor, qué es exactamente diferente? Estas personas abren su negocio con la idea de ser los mejores, pero sin una estrategia clara y bien definida, terminarán siendo uno más del montón y peleando por unos cuantos clientes.

Entonces ¿cómo obtenemos nuestra Ventaja Competitiva?

En primer lugar pensemos en lo más importante para el cliente. En el caso del nicho de mercado de EMPRENDEDORES ECUADOR es: “tener un negocio con muchas ventas. Fácil y rápidamente”. Eso es el sueño de todos los que deciden emprender.

Ahora, ¿qué es lo que venden los cursos de emprendimiento y marketing tradicionales?, la respuesta es: crear un producto o servicio y aprender a venderlo.

Te digo su lema “deben crear un producto diferente, que sea único y satisfaga al cliente, luego deben darlo a conocer. Las redes sociales son una gran alternativa para venderlos, pues no se requiere de una gran inversión, además deben venderle a las emociones no a la lógica, usen técnicas de PNL pues recuerden que vender es lo más importante, si saben vender pueden hacerlo todo”

Qué bonito que son estos lemas y motivaciones, la verdad es que ellos utilizan algunas buenas técnicas PNL para poder vendernos sus ideas, sin embargo al pasar unos días se va toda esa emoción y nos hemos dado cuenta que no hemos obtenido ninguna respuesta.

Lo que la gente quiere saber es CÓMO se hace para tener un negocio con muchas ventas fácil y rápidamente, y para esto además del producto y las ventas también es muy importante EL PROCESO.

De hecho el proceso es lo que sostiene tu negocio, aquí se abarca todos los requisitos legales que tu negocio necesita, cómo controlar la calidad de tu producto, cómo satisfacer al cliente, cómo innovar constantemente, cómo y de qué voy a realizar el marketing, cómo crear y hacer tu producto, y mucho más.

Entonces los cursos de emprendimiento te venden motivación y los cursos de marketing te venden convertirte en un experto en ventas o community manager. Pero, lo que los emprendedores quieren es tener un negocio que venda mucho. Fácil y rápidamente.

EMPRENDEDORES ECUADOR te ayudará a que lo consigas con nuestra “Asesoría Integral”.

Esta es nuestra Ventaja Competitiva, la “Asesoría Integral” te permite adquirir los conocimientos exactos para hacer crecer tu negocio, aquí no te convertirás en un experto en algún tema específico (no hay tiempo para eso), en su lugar aprenderás sobre cada área de tu negocio, lo que te permitirá poner el negocio en tus hombros y llevarla hacia el lugar dónde quieres que esté rápidamente (lo de fácilmente lo sentirás cuando tu negocio ya esté funcional, pues éste se manejará sin que tú estés permanentemente ahí)

Así entonces he determinado mi Ventaja Competitiva, ahora además debo eliminar lo demás lo cual es certificados, instructores “expertos”, actividades lúdicas, etc. De esta manera me estoy diferenciando totalmente de la competencia y estoy creando un nuevo mercado.

Ésta es la manera correcta de crear algo innovador, y lo apropiado es que lo vaya mejorando para adaptarlo a los nuevos requerimientos de los clientes.

VENTAJA COMPETITIVA
Asesoría Integral

PASO 8: Verificar si es legal

Lo que hemos avanzado hasta ahora ya te ha permitido obtener la esencia de tu negocio, pero ¿sabes si es legal lo que vas a emprender? ¿Qué permisos necesitas para hacerlo?

Este es el momento correcto para preguntarte esto, pues quien sabe luego te encuentres con la desagradable noticia que tu producto o servicio no puede entrar al mercado o que tienes que hacer trámites que duran meses.

No pierdas el tiempo, asegúrate que todo está en orden antes de seguir.

PASO 8: Establecer el precio

Poner precio a tus productos y servicios puede ser un verdadero dolor de cabeza.

Siempre se nos viene a la mente si los precios que colocamos son justos, muy bajos o quizá muy altos.

Al iniciar un negocio debemos buscar: altas rentabilidades, alto volumen de ventas o de preferencia las dos.

La rentabilidad está netamente relacionada con el costo y el precio, por lo que nuestro conocimiento de contabilidad nos dice que obtengamos el costo de nuestro producto y a partir de este valor multipliquémosle para el porcentaje de rentabilidad que queremos obtener, así determinamos el precio, tal como se indica a continuación:



¿Haces algo parecido?, pues déjame decirte que estás cometiendo un grave error, pues tal como se muestra en la imagen es muy probable que ese precio no guste al cliente por lo que tengas que bajarlo, o incluso podrías estar perdiendo la oportunidad de venderlo a un precio más alto (incrementando tu rentabilidad)

La manera correcta es la más sencilla: debemos partir desde el cliente.

Preguntémosnos: ¿Cuánto está el cliente dispuesto a pagar por nuestro producto?

Establezcamos ese rango de precio, y luego determinemos cual es el costo que nos tomará dar dicho producto.

Si al realizar estos cálculos obtenemos una rentabilidad que nos agrade, entonces tenemos carta libre para crear el producto.

¿Qué pasa si la rentabilidad no es suficiente?, tenemos dos opciones:

- 1) Ajustar los costos de tal manera que podamos reducirlo, eso significa reducir costos de ingredientes, empaque, etc (sin perjudicar el precio que el cliente pagaría)
- 2) Definir un nuevo producto de mayor precio, el cual probablemente cumpla la rentabilidad que queremos al calcular los nuevos costos.



Este PASO es importante, pues después de todo el cliente es el que elige el precio máximo que está dispuesto a pagar. Encuentra este precio y ofrécelo, la probabilidad de que lo compren será mayor.

¿CÓMO PONER PRECIO A LOS SERVICIOS?

Esto es un poco más complicado.

Lo que comúnmente se dice es que se debería establecer un precio por hora para nuestro servicio.

Grave error, quizá esto nos sirva para establecer el precio mínimo por nuestro servicio, pero siempre podremos obtener un mayor beneficio.

Pensemos en el PASO Ganar-Ganar. Así antes de dar un precio a nuestro servicio primero debemos determinar qué tan valioso es la solución que vamos a ofrecer para nuestro cliente.

De este beneficio total que hemos calculado estaría bien pedir al menos el 10%.

Por ejemplo, si nos percatamos que el crear una página web para vender online los productos de una empresa, se puede obtener cerca de 10000 dólares por año, no estaría mal el pedir el 10% de este valor, es decir \$1000 dólares, pues tu cliente considerará dicho costo bajo comparado al beneficio.

En este punto es importante establecer el precio, el cual luego lo podremos seguir ajustando, mediante el PASO que continúa.

PASO 7: Comprobar hipótesis VENDIENDO

Todo lo que hemos hecho hasta este momento es sólo una hipótesis.

Tenemos la idea completa de nuestro negocio:

“Voy a usar mi pasión por las EMPRESAS Y NEGOCIOS para resolver el problema de la FALTA DE CONOCIMIENTO ACERCA DE EMPRENDIMIENTO de los HOMBRES Y MUJERES DE 15 A 35 AÑOS mediante mi ASESORÍA INTEGRAL en ECUADOR”

Ahora debemos comprobar si esta hipótesis es real, y la única manera para hacerlo es sacar el producto o servicio a la venta.

¿No sabes vender?, pues quizá nunca lo has intentado, este es el momento correcto de poner a prueba tus habilidades para vender, quien sabe quizá tengas talento para ello.

Si definitivamente sientes que no puedes vender, entonces estamos en un grave problema, a menos que tengas un socio que se encargue de las ventas te quedarás estancado en este punto.

Aquí te recomiendo que pierdas la vergüenza y empieces, la verdad no es tan difícil hacerlo, cuando vendas uno te darás cuenta de esto.

Y es cierto que hay millones de técnicas de venta, pero de nada te servirá todo esto si no sales a vender en el campo. Si deseas un poco de técnicas para sentirte a gusto, está bien que busques en el internet información, pero en este punto no es tan importante perfeccionarte en ventas, esto tienes que hacerlo en el camino, así que decídete y sal a vender.

Aquí nos daremos cuenta si nuestros posibles clientes están realmente dispuestos a pagar por nuestra hipótesis.

En este punto no es necesario un producto “perfecto”, lo que crearemos es la esencia del mismo, el cual se conoce como un producto mínimo viable, prototipo o producto beta.

La idea es no invertir una gran cantidad de tiempo y dinero antes de sacar el producto al mercado, pues primero debemos percatarnos si a estas personas les gusta la esencia de nuestra idea.

Para el caso de mi producto que es la “Asesoría Integral”, no hubiera sido una buena idea crear un libro de más de 200 páginas hablando de mi método, sin antes haber comprobado que el concepto de “Asesoría Integral” es de la aceptación del cliente, esto mediante la venta del producto.

Así de esta manera lo que hice fue organizar un taller de emprendimiento, en dónde me percaté que hay muchas personas interesadas con la idea de resolver problemas específicos de sus negocios, además de que los “instructores expertos” y certificados no eran tan importante, sino que aprecian más el consejo de personas que ya han tenido un éxito en negocios similares a los suyos.

La inversión para esta primera prueba fue pequeña, sin embargo las lecciones que me dejó fueron muy valiosas, y aprendí mucho más acerca de mis clientes, de esta manera comprobé mi hipótesis por lo que a continuación continué con la idea, hasta lo que ven ahora.

De la misma manera debes hacer lo mismo, cómo te das cuenta hasta este punto sigues sin necesitar una gran cantidad de dinero, por lo que no hay excusa para no hacerlo.

En este paso es muy importante aprender, puede ser posible que nadie quiso comprar tu producto o servicio en este punto, ¡no te desanimes!, este es el momento para tener retroalimentación del cliente, la cual es información muy importante que te permitirá mejorar tu producto o servicio, para sacarlo nuevamente y observar si la hipótesis se comprueba y así seguir con nuestro emprendimiento.

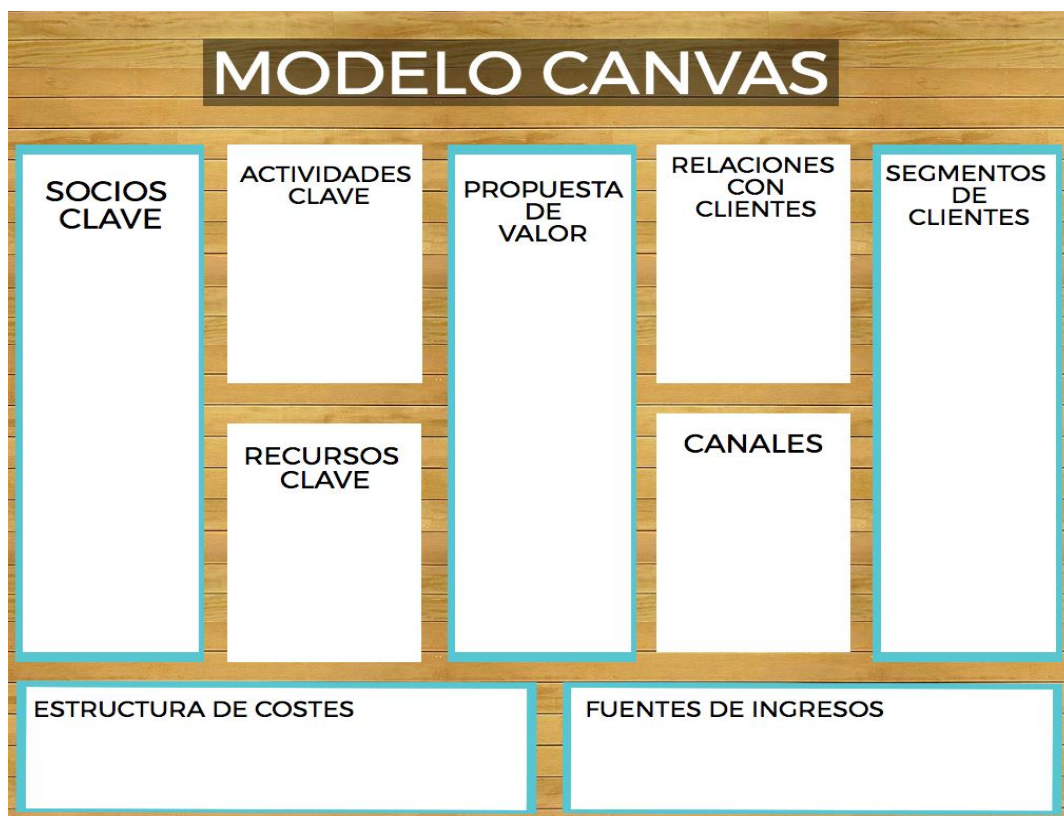
Si después de varios intentos te das cuenta que tu idea no tiene aceptación, es un buen momento para cambiarla, quizá tu nicho de mercado está mal elegido, o quizá no identificaste lo realmente importante para dichos clientes. Quizá en sí el problema que están intentando resolver no es tan importante, cómo sea ahora deberás retroceder a los pasos anteriores y definir otra idea de negocio. La gran ventaja es que el tiempo y dinero invertido no es mucho, y además mantienes la información aprendida, esto te permitirá reducir la incertidumbre y tu segunda opción tendrá más probabilidad de éxito que tu primer intento.

De esta manera cuando ya te has percatado que tu producto o servicio se ha vendido, y tienes aún interesados, es momento de seguir con el siguiente punto.

PASO 8: Concreta el Modelo de Negocios

Al comprobar que nuestra solución funciona, ahora debemos concentrarnos en algunos detalles extra que son importantes para nuestro negocio.

Para cumplir con este paso utilizaremos una herramienta muy útil denominada: Canvas de Modelo de Negocio, el cual nos permite resumir el modelo de nuestro negocio en una sola hoja.

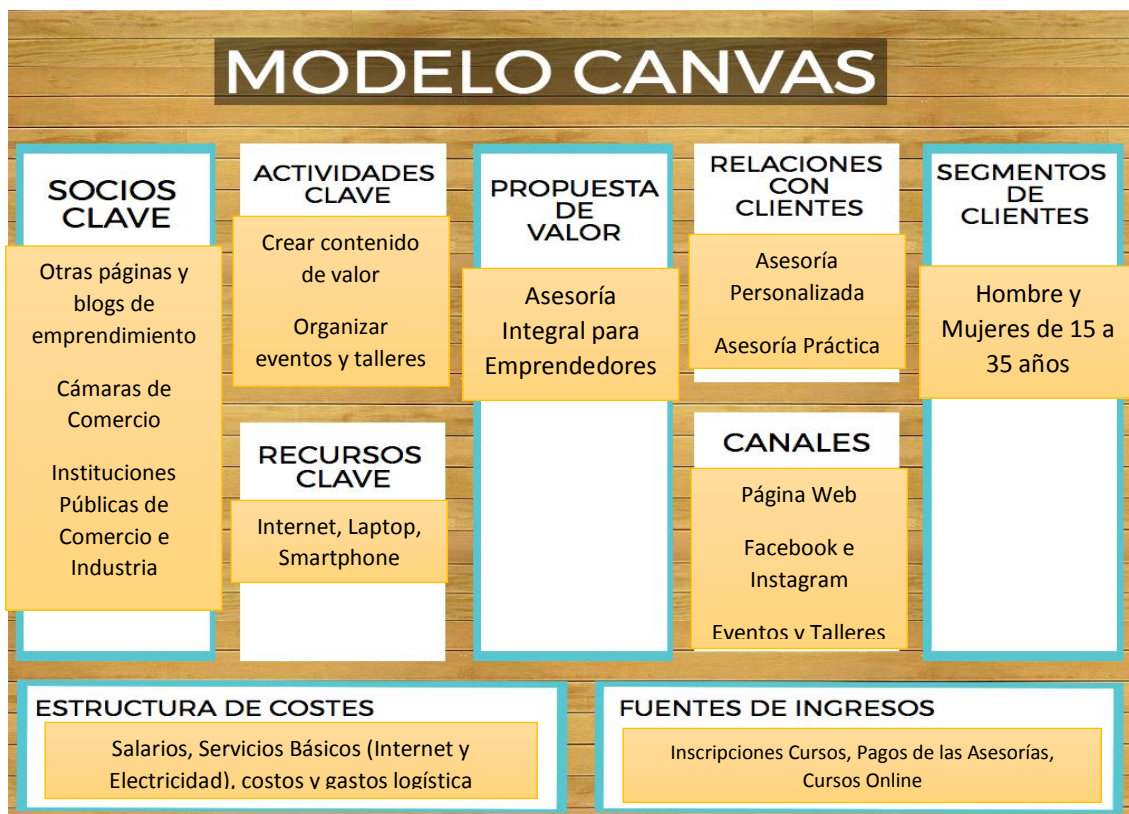


Ahora explicaré cómo se debe llenar cada recuadro.

- 1) Propuesta de Valor o Ventaja Competitiva: Aquí colocaremos que es lo que ofrecemos al cliente, enfocándonos en el valor que entregamos.

- 2) Segmento de Clientes: Especificamos quienes serán nuestros clientes, mientras más específicos mejor.
- 3) Canales: Aquí debemos colocar por cual medio o dónde venderemos nuestro producto o servicio, por ejemplo podría ser por internet, una tienda física, vía telefónica, o todas.
- 4) Relaciones con los Clientes: ¿Cómo vamos a enamorar a nuestros clientes?, aquí describiremos actividades de marketing y orientadas al cliente como descuentos, eventos, tipo de contenido, etc.
- 5) Actividades Clave: Qué debemos hacer para que nuestro negocio cumpla sus objetivos, aquí identificamos sólo las actividades más importantes.
- 6) Recursos Clave: Algo parecido al punto anterior, pero ahora hablamos de recursos, definamos lo que necesariamente requerimos para poder cumplir los objetivos de nuestro negocio.
- 7) Socios Clave: Con quién necesitamos crear algún tipo de relación para facilitar nuestro crecimiento.
- 8) Fuentes de Ingreso: Aquí debo definir las maneras en que ingresará dinero al negocio, además del medio de pago, el cual puede ser electrónico, efectivo, con crédito, etc.
- 9) Estructura de costos: Este punto es muy importante, pues influirá directamente en nuestra rentabilidad, recordemos el PASO de “Identificar lo más valioso para el cliente y eliminar todo lo demás”, para de esta manera tener costos y gastos reducidos.

Bien ahora es momento de hacer mi Canvas de Modelo de Negocio como ejemplo.



Te recomiendo tener este canvas siempre contigo, está es la hoja que siempre estará ahí para motivarte y recordarte qué es lo que estás haciendo.

PASO 9: Comprobar Rentabilidad

La Rentabilidad es un tema complicado el cual debemos considerarlo siempre, aún más al iniciar un negocio.

Tenemos que considerar que lo que influirá en nuestros ingresos serán dos factores: volumen de ventas y rentabilidad.

En un inicio el volumen de ventas será muy incierto, pues dependerá de nuestras estrategias de marketing y venta, sin embargo lo que sí tiene certeza es la rentabilidad obtenida.

Sin embargo, muchos cometemos el error de obtener este valor simplemente de restar el precio de venta para el costo que me tomó crear o tener ese producto.

Pero no consideramos el resto de factores que conforman nuestro negocio, así como lo hemos determinado en el Canva del PASO anterior.

Debemos considerar en el costo el valor de servicios básicos, sueldos, gastos de marketing, gastos de logística, costos pequeños y demás. Todo esto suma.

De esta manera obtendremos los costos “reales” lo cual nos permitirá obtener la verdadera rentabilidad.

Y en este punto debemos considerar si esta rentabilidad total es suficiente para poner nuestro tiempo para realizar este emprendimiento.

Si la respuesta es no entonces debemos hacer algunos ajustes para reducir costos o subir el precio de venta (justificadamente).

Si la respuesta es sí, podemos seguir con el siguiente punto.

PASO 10: Marca, Branding o Imagen Corporativa

Finalmente ha llegado el momento para colocar el nombre a tu negocio o emprendimiento.

En este punto ya hemos definido la esencia de nuestro Modelo de Negocio, y podemos utilizar estas palabras claves que hemos utilizado para crear la marca de nuestro negocio.

Los nombres de las empresas más grandes del mundo son totalmente nuevos: Facebook, Google, Youtube, Amazon, Microsoft, todo este nombre ahora son muy conocidos, pero en un inicio pudo ser difícil posicionar el nombre en la mente de los consumidores.

Imagínense hoy que tan difícil es realizar esto, al haber tanta competencia.

Piensen que un día ustedes encuentran por el internet una empresa que se llama “Fleur”, suena bonito pero ¿y de qué se trata?, si sabemos un poco de francés podemos asociarlo con flores, pero hay un montón de negocios que tienen que ver con flores, puedes ser un floristería, un perfume, un restaurante, etc.

Entonces mi recomendación personal es que al iniciar tengan su nombre junto con su ventaja competitiva en todo su material publicitario.

En este caso Fleur Apartamentos, Fleur Perfume, Fleur Tienda, serían unas excelentes ideas.

Comparto en que el nombre puede ser cualquiera que nos guste y sea contagioso, pero eso sí las palabras que los sigue lo recomiendo que sea en el idioma que maneja tu nicho de mercado.

Yo sé que el inglés suena mucho mejor, claramente Fleur Store suena mejor que Fleur Tienda, pero cuando alguien busca por internet, ¿acaso se busca como Store en Quito o Tienda en Quito?

El cerebro además procesa más rápidamente nuestro idioma de origen que uno extranjero.

Así que aprovechemos esas palabritas extras que le pondremos a nuestro nombre para que las personas se metan en la cabeza la ventaja competitiva que estamos dando.

En este caso queda mucho mejor: Fleur Tienda Naturista. De esta manera hasta me causa más interés que habrá de diferente en esta tienda para que se haga llamar naturista, eso sí, no utilicen más de dos palabras.

Cómo parte del branding también es importante el logo y el color.

Antes de elegir el color recuerden utilizar psicología de color, ya que cada uno despierta diferentes emociones, por ejemplo:

ROJO	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro	
NARANJA	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión	
AMARILLO	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.	
VERDE	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad	
AZUL	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia	
MORADO	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico	
ROSA	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto	
CAFÉ	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico	

El logo tiene que ser simple, recuerden que el cerebro no recuerda todos los detalles, y sólo debes incluir tu nombre en él.

Las palabras de apoyo puedes colocarlo en la parte inferior con una fuente común.

Después del logo recuerda que también es importante un logo, usa tu creatividad para crear uno que permanezca en el cerebro de las personas, usar tu ventaja competitiva en el eslogan es lo mejor que podrías hacer.



“Crea un negocio haciendo lo que amas”

PASO 11: Perfecciona el Vender tu PRODUCTO

Al llegar a este punto seguramente ya has realizado muchas ventas, pero ahora que ya te has decidido a darlo todo por este proyecto es importante perfeccionar el arte de vender tus productos.

La idea es hallar el método correcto de venta y explotarlo al máximo.

Para este punto ya debes conocer muy bien a tu producto, para de esta manera mostrar sus fortalezas y ocultar sus debilidades.

Debes encontrar esas características clave que han hecho que tus clientes prefieran tu PRODUCTO y ahora aprende a cómo vendérselo a más gente.

Tus ventas deben ser emocionales, ya que si permites que tus posibles clientes se guíen por el lado lógico posiblemente saldrás perdiendo, pues les surgirán dudas cómo: “al ser un producto nuevo debe ser malo”, “prefiero comprar algo que conozca”, etc.

PASO 12: Garantizar Satisfacción al Cliente

Una parte muy importante de los negocios es la satisfacción de los clientes, así que desde este paso y con los pocos clientes que tengas tienes que aprender a ganártelos.

El poder de un cliente satisfecho es increíble, pues además de que se volverá fiel a tu negocio también influirá en su círculo de amigos, familiares y conocidos para darte buena fama.

El poder de un cliente insatisfecho igualmente es muy grande, no sólo lo perdemos a él, sino que posiblemente también a su círculo social más cercano.

Recuerda: ¡la razón de ser de una empresa son sus clientes!

PASO 13: Inicio de Marketing

Bien ahora que ya tenemos el PRODUCTO, sabemos cómo venderlo y sabemos que los clientes son lo más importante; es momento de llegar a ellos y cautivarlos mediante el Marketing.

Recuerda: no sirve de nada tener el mejor producto ni el mayor conocimiento si nadie te conoce. Aquí es donde interviene el Marketing y te ayuda a dar a conocer a todos tu PRODUCTO.

El Marketing tiene varios tipos, pero claramente el que debemos concentrarnos cuando empezamos con un emprendimiento es el Marketing Digital pues significa poca inversión y tienes control completo sobre ello.

El Marketing Digital está de moda, así que hay que tener cuidado ya que hay varias ideas erróneas. Existen varias ideas que suenan bonito pero en la práctica no funcionan, además varios marketeros piensan que hay una formula general para todos los negocios, lo cual no es cierto.

El Marketing es prueba y error, pero también es gasto, por esta razón en este método te enseñaremos a sacar el mayor partido de ello y convertir ese gasto en una excelente inversión. No todos los negocios necesitan las redes sociales y en cambio otros requieren de todas, algunos necesitan e-mail marketing, y otros quizá un blog y pagina web.

Generalmente un diseñador te intentará venderte el pack completo: web, blog, redes sociales, publicidad pagado y más. Pero poco se preocupan en lo que realmente necesitas.

La gran ventaja que tenemos es que para este punto ya sabemos exactamente lo que vamos a vender gracias a los otros pasos, así que sabremos qué es lo que realmente debemos hacer con el MARKETING.

Amigos, ahora hay cientos de cursos ofertados de Marketing, se ven muy bonitos y te sorprenden con palabras técnicas (las cuales en este método no se usa pues estamos en el mundo real y no entre marketeros), vas a los cursos y siempre te dicen lo mismo, es la teoría del Marketing, pero nada específico. Ni siquiera ellos saben lo que hacen. Pueden observar sus páginas de Facebook, todo su contenido son imágenes de sus cursos (el cual es además pagado con Facebook ads para obtener LIKES), aquí están cometiendo el primer gran error del Marketing Digital: Bombardear con publicidad a sus seguidores.

El Marketing Digital debe enfocarse en el Contenido. Este debe ser de valor para tu audiencia: Así este puede ser: divertido, educativo, emotivo o dar validación.

Así crear una comunidad es mucho más importante, pues esto te permite crecer y además te facilitará las ventas.

Aquí también es importante establecer el Túnel de Ventas que es lo que en sí te permitirá convertir en ventas todo el contenido que publicas.

Pero de esto hablaremos en los siguientes pasos.

PASO 14: Creación de Redes Sociales

Las redes sociales es una de las últimas creaciones tecnológicas que más han ayudado a los emprendedores.

Nunca ha sido más fácil el encontrar una gran cantidad de posibles clientes en un mismo lugar y hambrientas de contenido.

Ahora claramente debemos tener un concepto claro “Nadie entra a redes sociales a comprar algo”

Las personas entran a las redes sociales para saber acerca de sus amigos, conversar, divertirse, nunca su pensamiento será comprar.

Pero como siempre la publicidad está en cada aspecto de nuestra vida, igualmente está dentro de redes sociales, pero la manera correcta de hacer publicidad en redes sociales es pretender que no somos publicidad.

“La gente odia la publicidad”, recuerden.

Así que debemos publicar un gran contenido que llame la atención de la gente y cause en ellos el deseo de seguirte, de esta manera lo tenemos ya enganchado.

¿Pero cómo atraer la atención de la gente? , necesitamos contenido:

- Divertido
- Útil
- Que te valide
- Motivante
- Interesante

Y con esto te ganarás la aceptación de los usuarios de las redes sociales, pues te volverás social, serás casi como un amigo, y claramente vender a un amigo será más fácil que a un desconocido.

PASO 15: Creación de Página Web

La página web es una herramienta muy valiosa del Marketing Digital.

Tenemos que considerarlo como nuestro propio espacio dentro del enorme del internet, el cual lo podemos adaptar a nuestro gusto para mostrarles a todos quienes somos y que tenemos para dar al mundo.

Dependiendo de nuestro negocio deberemos usar una u otro tipo de páginas web, entre ellas:

1. Página Web de Presentación: Sirve para mostrar quienes somos y qué hacemos.
2. Página para E-Commerce: Sirve para vender, directamente en la página web.
3. Blog: Sirve para publicar contenido, el contenido que se debe publicar son “información que la gente busca en el internet”

En sí estos son los tres tipos de páginas web que podemos tener, como podemos ver cada uno tiene su funcionalidad, así que debemos elegir las que veamos mayor potencial con nuestro emprendimiento.

Pero además de tener una página web también hay otro aspecto importante que considerar, el SEO.

Se dice que si no estás en Internet, tu negocio no existe. Pues bien ahora eso ha cambiado a “si no estás en Google, no existes”

El 70% de las búsquedas en Internet se realizan en Google, así que si no apareces en la primera página eres prácticamente invisible, pues después de todo ¿quién busca en la segunda página de resultados de Google?

El SEO puede ser realmente complicado, pero hay ciertos principios básicos que debes saber para darle un mejor posicionamiento a tu página web.

1. Piensa con que palabras DEBERÍA tu cliente encontrarte en Google.

Pizzería en Quito	<ul style="list-style-type: none"> - Pizza Quito - Restaurante Italiano Quito - Restaurante Quito
Galletas Veganas en Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> - Galletas Veganas Ecuador - Comida Vegana Ecuador - Comida Verde Ecuador
Arreglos de Flores en Guayaquil	<ul style="list-style-type: none"> - Comprar Flores Guayaquil - Flores a Domicilio Guayaquil - Flores Ecuador

Estas palabras que recién definimos se denominan “Palabras Claves”, ahora podrías hacer un intento de buscar tu página web con estas palabras que determinaste, si no estás en la primera página debes hacer algo para mejorar el SEO.

Estas técnicas son un poco más complicadas, pero imprescindible de aprenderlas si tienes una página web, caso contrario el no aparecer en la primera página de Google te significará un gasto de tiempo y energía en dicha página web.

PASO 16: Plan de Marketing Digital

Un grave problema que los negocios realizan es que toman la gestión de su página web y redes sociales como lo hacen con sus páginas personales, las cuales la actualizan en el momento que sucede algo.

El Marketing no dará resultados si no tenemos un plan y lo cumplimos.

La constancia es un aspecto importante en el Marketing Digital, consideremos que existe millón de contenido que se publica cada día, por esta razón no debemos quedar desapercibidos ante esa gran ola.

Pero claramente no podemos estar pegados en redes sociales para actualizar a cada momento.

La buena noticia es que actualmente se puede automatizar publicaciones, así que aprender estos pequeños trucos te permitirá lograr excelentes resultados para atraer gente.

PASO 17: Túnel de Ventas

El concepto del túnel de ventas es muy importante, y tiene que ver a una de las palabras que más has escuchado en este libro: enfoque.

El principio es que todos nuestros esfuerzos deben dirigirse hacia el cierre de una venta. De nada nos sirve tener miles de seguidores si no podemos generar ventas con nuestro Marketing Digital.

Así que debemos diseñar el túnel de ventas, para esto debemos hacer lo siguiente

1. Establecer el último paso digital antes de la venta, por ejemplo:
 - Página dónde se pida el pago por un producto o servicio
 - Página dónde se pida información de contacto del posible cliente
 - Página que muestre el producto con toda la información necesaria
 - Página que contenga toda tu información de contacto.

La idea es crear un túnel para que todas nuestras publicaciones lleguen a dicha página predeterminada., el siguiente paso es:

2. Establecer canales de atracción a posibles clientes, estos canales pueden ser:
 - Redes Sociales
 - Influencers
 - Blog
 - Búsqueda en Google
 - Publicidad pagada en internet: Adwords, Facebook Ads, etc.
 - Marketing por E-Mail

Estos son los medios con los que los usuarios engancharan y luego seguirán el túnel para ver que les estas proponiendo, aquí se necesita otro paso:

3. Establecer uno o varios nexos entre el inicio y final mediante:
 - Contenido enganchant: Video, Imágenes, Podcast, Texto
 - Promociones
 - Regalos

De esta manera se completará el túnel y así realmente estaremos concretando ventas.

PASO 18: Descanso

Hemos aprendido mucho hasta aquí, espero que te sientas con mucha motivación para poner estos conocimientos en práctica.

En este punto quiero que tomes un descanso y empieces a visionar a dónde quieres llegar.

La mente es muy poderosa, lo que puedes imaginar lo puedes volver realidad.

Y hasta aquí es lo que los cursos y talleres de emprendimiento te enseñan, así que es el momento de yo mostrarte mi Ventaja Competitiva, pues apenas estamos empezando.

¡Vamos a crear un verdadero negocio!

¿Estás listo para seguir trabajando?, CONTINUEMOS...

PASO 19: Planificación Estratégica

Ya sabemos qué vamos a hacer, ahora tenemos que determinar el CÓMO.

La Planificación Estratégica te permite descubrir este CÓMO, en primer lugar obtendremos OBJETIVOS para nuestro negocio en base a un FODA, Análisis de Riesgos e Intereses de las Partes Interesadas. Quizá suene un poco complicado, pero no lo es, aquí te explico los tres pasos.

PASO 1

Tú camino no es el mismo que el de otra persona, todos somos diferentes, así mismo una correcta Planificación Estratégica se adapta a nosotros como persona y nuestro negocio como empresa.

Primero debemos hacer un FODA, de la siguiente manera:

F	Fortalezas: Aquello en lo que somos buenos.
O	Oportunidades: Aquello externo que nos puede favorecer.
D	Debilidad: Aquello en lo que somos malos.
A	Amenazas: Aquello externo que nos puede perjudicar.

En este punto debemos ser extremadamente sinceros con nosotros mismos, pues de esta manera sabremos qué es lo que exactamente debemos hacer, vamos con el ejemplo de EMPRENDEDORES ECUADOR.

EMPRENDEDORES ECUADOR (Al inicio)	
F	Fortalezas: Conocimiento Técnico: Producción, Sistemas de Gestión de Calidad, Procesos, Seguridad y Salud, Gestión Ambiental
O	Oportunidades: Demanda alta por asesorías y capacitación. Alta tasa de desempleo.
D	Debilidad: Poco Conocimiento en Marketing y Ventas
A	Amenazas: Elevada competencia

Con nuestra FODA realizado debemos establecer OBJETIVOS para aprovechar nuestras fortalezas y oportunidades y mitigar nuestras debilidades y amenazas.

En mi caso los OBJETIVOS establecidos en ese punto fue:

OBJETIVOS
1. Capacitar en Marketing y Ventas. (Mitiga Debilidad)
2. Crear un producto y servicio de asesorías único y diferente. (Mitiga Amenaza)
3. Ganar seguidores y clientes potenciales (Aprovecha fortaleza y oportunidad)

Los objetivos que determinemos en este punto son muy importante, pues nos permitirá desarrollar luego las actividades “claves” de nuestro negocio.

Es importante considerar que tanto el FODA y los objetivos deben actualizarse periódicamente, en un inicio recomendaría hacerlo semestralmente, pues mientras logremos cumplir nuestros objetivos, el FODA cambiará. Por ejemplo este es el FODA actual de EMPRENDEDORES ECUADOR.

EMPRENDEDORES ECUADOR (Actual.)	
F	Fortalezas: Conocimiento Técnico: Producción, Sistemas de Gestión de Calidad, Procesos, Seguridad y Salud, Gestión Ambiental y Conocimiento Empresarial: Emprendimiento, Planificación y Marketing.
O	Oportunidades: Demanda alta por asesorías y capacitación. Alta tasa de desempleo.
D	Debilidad: Hablar en Público
A	Amenazas: Elevada competencia

Así pueden observar que nuestra debilidad ahora se ha convertido en una fortaleza, gracias a las varias horas invertidas leyendo y poniendo en práctica el conocimiento de emprendimiento y marketing el cual no había recibido en mi carrera universitaria.

En cambio ahora encontré otra debilidad que es “hablar en público”, no soy el mejor en ello, soy consiente en eso, por lo que ahora uno de mis objetivos es “capacitar en oratoria y técnicas para hablar en público”.

En este punto otra manera de mitigar esta debilidad es contratar a alguien que sepa hablar muy bien en público, pero bueno eso depende ya de tus decisiones.

PASO 2

Pero esto no es todo lo que tenemos dentro de Planificación Estratégica, en esta metodología también es importante realizar un Análisis de Riesgos, lo cual es algo similar a Amenazas, con la diferencia de que las Amenazas es algo que existe, sin embargo el Riesgo es algo que puede ocurrir.

El truco para realizar un buen análisis de riesgos es ser bien pesimistas, exactamente, a veces sirve ser pesimistas y nos puede ayudar a prevenir grandes desastres.

Piensa las razones por las que muchos negocios han quebrado: Kodak no predijo que las personas preferirían tener sus fotos digitales y no impresas, Toys R Us no predijo que las personas eventualmente preferirán realizar sus compras de juguetes por internet, Blockbuster no predijo que miles de películas estarían disponibles a través de internet tal como lo hace Netflix.

Cómo se puede observar, el no prevenir te puede llevar a la quiebra, para esto tenemos que pensar a corto y mediano plazo, después de todo seguramente quieres que tu negocio dure para siempre.

Existe muchas técnicas para realizar análisis de riesgos, pero la que utilizaremos es esta matriz muy sencilla:

ANÁLISIS DE RIESGOS EMPRENDEDORES ECUADOR			
Riesgo	Probabilidad	Consecuencia	Puntuación
Cursos Online de Emprendimiento	5	2	10
Personas pierden fe en emprender	2	4	8
Apps para Emprendimiento	3	2	6

* Escala del 1 al 5, siendo 1 baja y 5 alta

Éste es mi Análisis de Riesgos, te explico cómo se lo realiza:

- 1) Determinar todos los riesgos que tiene nuestro negocio, colocarlo en la columna de riesgo.
- 2) Determinamos la probabilidad de que esto ocurra, calificamos del 1 al 5, siendo 1 baja probabilidad y 5 alta probabilidad.
- 3) Determinamos las consecuencias que tendremos si el riesgo ocurre, calificamos del 1 al 5, siendo 1 pocas consecuencias y 5 muchas consecuencias.
- 4) Multiplicamos ambos valores y obtenemos la puntuación.
- 5) Los valores más altos son aquellos los cuales deberíamos considerar tomarlo en cuenta en nuestros objetivos para prevenirlo.

Así entonces tengo dos riesgos para mi negocio que debería considerarlos, estos son: la tendencia de aparecer cada vez muchos más Cursos Online de Emprendimiento y además la

posible pérdida de fe de las persona por emprender debido al gran número de mala información, cursos y capacitaciones.

Por esta razón debo también incluir más objetivos:

OBJETIVOS	
1.	Capacitar en Oratoria y Técnicas para hablar en público. (Mitiga Debilidad)
2.	Crear un producto y servicio de asesorías único y diferente. (Mitiga Amenaza)
3.	Ganar seguidores y clientes potenciales (Aprovecha fortaleza y oportunidad)
4.	Crear una asesoría personalizada (Previene el riesgo de cursos online)
5.	Crear un grupo de emprendimientos exitosos con nuestro método (previene la perdida de fe de las personas)

PASO 3

Definamos primero a las partes interesadas, son las personas que tienen algún tipo de interés por tu negocio:

- Clientes
- Proveedores
- Comunidad
- Empleados
- Dueños
- Inversores
- Autoridades Públicas

Todas estas personas tienen necesidades y requerimientos hacia nuestro negocio, ahora vamos a determinarlos:

PARTES INTERESADAS EMPRENDEDORES ECUADOR	
Parte Interesada	Requerimiento
Cliente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Resolver sus problemas de emprendimiento y negocios. 2. Asesoría rápida, eficiente y fácil de comprender.
Proveedores	No tengo proveedores
Comunidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Educación de emprendimiento y negocios
Empleados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sueldos justos y puntuales 2. Posibilidad de crecimiento profesional
Dueños	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento y Utilidades
Inversores	No tengo inversores, pero generalmente se preocupan por las Utilidades.
Autoridades Públicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pago de impuestos 2. Cumplimiento de permisos 3. Cumplimiento de las leyes

Después de este análisis nos daremos cuenta que no somos sólo nosotros y los clientes los importantes, sino que además hay un gran número de otros involucrados (partes interesadas)

Ahora en base a estos requerimientos definiremos más objetivos o reafirmaremos los ya existentes:

OBJETIVOS	
1.	Capacitar en Oratoria y Técnicas para hablar en público. (Mitiga Debilidad)
2.	Crear un producto y servicio de asesorías único, diferente, rápido, eficiente y fácil de comprender (Mitiga Amenaza y Satisface Cliente)
3.	Ganar seguidores y clientes potenciales (Aprovecha fortaleza y oportunidad)
4.	Crear una asesoría personalizada (Previene el riesgo de cursos online y Satisface Clientes)
5.	Crear un grupo de emprendimientos exitosos con nuestro método (previene la perdida de fe de las personas)
6.	Resolver los problemas de emprendimiento y negocios de clientes (Satisface al Cliente)
7.	Educar a la comunidad en temas de emprendimiento y negocios (Satisface a la comunidad)
8.	Generar Utilidades anuales de XXXX (Satisfacer Empleados, Dueños y Autoridades Públicas)
9.	Cumplir obligaciones legales (Satisfacer Autoridades Públicas)

Así ya tenemos 9 objetivos, lo cual es en realidad poco, pero como motivo de ejemplo lo dejaremos así, tú puedes sacar los que consideres necesarios en este punto, en el próximo paso es muy probable que reduzcamos este número.

Ahora con objetivos definidos podemos seguir con el siguiente punto y ver paso a paso como conseguir estos objetivos.

PASO 20: Crea el Plan de Negocios

Con los objetivos definidos vamos a determinar cada una de las actividades que debemos realizar para poder cumplir los objetivos. Este será nuestro plan de negocios, el cual nos indicará paso a paso lo que tenemos que hacer para cumplir nuestros objetivos y por ende tener éxito.

Para este ejemplo vamos a tomar dos objetivos que escribí en el punto anterior.

- 3) Ganar seguidores y clientes potenciales (Aprovecha fortaleza y oportunidad).
- 7) Educar a la comunidad en temas de emprendimiento y negocios (Satisface a la comunidad)

Se puede notar que ambos objetivos son muy parecidos, así que es una buena idea aquí combinar ambos en uno sólo.

- Educar a la comunidad en temas de emprendimiento y negocios para ganar seguidores y clientes potenciales.

Este objetivo es muy importante para mí, pues además de satisfacer a la comunidad y ganarme su aprecio, también tengo la posibilidad de aprovechar la oportunidad de la demanda de conocimiento acerca de negocios y emprendimiento para ganar nuevos clientes.

Ya vamos viendo de qué se trata la Asesoría Integral ¿verdad?, al trabajar por este único objetivo vamos a mejorar varias áreas de nuestro negocio.

Ahora describamos las actividades a realizar para cumplir estos objetivos y además a establecer indicadores para poder medir estos valores y percatarnos si vamos por buen o mal camino.

PLAN DE NEGOCIOS DE EMPRENDEDORES ECUADOR			
OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	META
Educar a la comunidad en temas de emprendimiento y negocios para ganar seguidores y clientes potenciales.	1. Publicar contenido de valor en el blog. 2. Publicar contenido de valor en Facebook 3. Publicar contenido de valor en Instagram 4. Realizar eventos gratuitos de emprendimiento. 5. Capacitar continuamente al personal con los últimos conocimientos y tendencias	1. número de visitas al blog mensual 2. porcentaje de incremento de seguidores mensual en Facebook 3. porcentaje de incremento de seguidores mensual en Instagram 4. Número de eventos gratuitos mensuales. 5. Número de capacitaciones mensuales	1. 3000 mensuales (mínimo) 2. 20% mensual (mínimo) 3. 20% mensual (mínimo) 4. 1 (mínimo) 5. 2 (mínimo)

El indicador es una medición que realizamos acerca del desempeño de cierta actividad durante un tiempo establecido, se recomienda que los indicadores sean mensuales al igual que las revisiones de los mismos.

Aquí debemos establecer metas para cada uno de nuestros indicadores, por ejemplo en la tabla de arriba he establecido que mi meta es 3000 visitas a mi blog mensuales, lo cual es un valor factible, pero que deberé seguir aumentando acorde EMPRENDEDORES ECUADOR crezca.

Si al terminar el mes he obtenido sólo 2000 visitas, al ser este mi primer valor no puedo ser tan severo, pero si en el siguiente mes obtengo 1500 visitas claramente existe un problema ahí.

En este momento debo analizar la causa del problema, quizá sea que publiqué un reducido número de post, quizá no estoy promocionándolo bien, o quizá el contenido es pésimo y no le interesa a la gente. Entonces, este es el punto que yo tengo para realizar una ACCIÓN DE MEJORA, para de esta manera buscar que el siguiente mes suba este indicador. Lo que necesitamos es que los indicadores siempre suban o que se mantengan en el peor de los casos.

¿Por qué realizar esta medición?, puede resultar un poco tedioso, pero es muy importante.

Recuerden: “lo que no se puede medir, no se puede mejorar”

Aquí estamos aplicando el principio de MEJORA CONTINUA y es lo que nos permitirá mejorar y crecer.

En este paso debemos obtener las actividades e indicadores para todos los objetivos, luego nuevamente podemos aumentar o reducir objetivos según creamos conveniente.

Aquí hemos determinado exactamente cuáles son las actividades que debemos realizar, esto es lo que enfocaremos nuestro tiempo.

¿Recuerdan el PASO 1?, el tiempo es nuestro enemigo, así que debemos utilizarlo de la mejor manera, realizando las actividades para cumplir los objetivos de nuestro negocio.

PASO 21: Gestión por Procesos

Ahora que ya hemos expandido nuestro negocio en actividades puntuales en el paso anterior, debemos nuevamente volverlo a organizar en un sistema.

Obviamente tener 50 o 100 actividades sueltas no es algo aconsejable, lo que se debe hacer es juntarlos en PROCESOS, los cuales puede ser entre 5 o 15 en total.

Te enseñamos cómo hacerlo, tomamos nuevamente la matriz superior, a la cual le hemos agregado otro objetivo:

PLAN DE NEGOCIOS DE EMPRENDEDORES ECUADOR			
OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	META
Educar a la comunidad en temas de emprendimiento y negocios para ganar seguidores y clientes potenciales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Publicar contenido de valor en el blog. 2. Publicar contenido de valor en Facebook 3. Publicar contenido de valor en Instagram 4. Realizar eventos gratuitos de emprendimiento. 5. Capacitar continuamente al personal con los últimos conocimientos y tendencias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. número de visitas al blog mensual 2. porcentaje de incremento de seguidores mensual en Facebook 3. porcentaje de incremento de seguidores mensual en Instagram 4. Número de eventos gratuitos mensuales. 5. Número de capacitaciones mensuales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 3000 mensuales (mínimo) 2. 20% mensual (mínimo) 3. 20% mensual (mínimo) 4. 1 (mínimo) 5. 2 (mínimo)
Crear un producto y servicio de asesorías único, diferente, rápido, eficiente y fácil de comprender	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investigar las últimas tendencias de emprendimiento y negocios. 2. Adquirir habilidades pedagógicas. 3. Diseñar productos y servicios didácticos. 4. Adquirir lugares adecuados para las asesorías 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacción de Clientes 2. Porcentaje de Clientes por segunda vez 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 80% (mínimo en encuesta de satisfacción) 2. 25% (mínimo)
Cumplir con las obligaciones legales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registrar negocio en la Administración Tributaria. 	En este caso cómo son actividades	Cumplir todas las obligaciones

	2. Entregar informes contables anuales 3. Cumplir con normativa de seguridad y salud ocupacional 4. Cumplir con la seguridad social de los trabajadores 5. Crear reglamento interno de trabajo 6. Y mucho más! (depende de tu país, tamaño y tipo de negocio)	OBLIGATORIAS , no necesitas indicadores, pues necesariamente debes cumplirlas por completo.	es legales al día.
--	---	---	--------------------

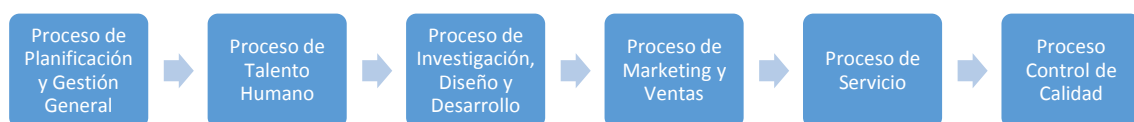
Ahora debemos relacionar estas actividades (y las otras que no están incluidas aún aquí) para así reunir las en un mismo proceso.

Por ejemplo entre estos dos objetivos se ve claramente que necesito utilizar el internet para dar a conocer mis servicios, así que crearé un proceso que reúna estas actividades: PROCESO DE MARKETING Y VENTAS.

También puedo observar que existe requerimiento de capacitaciones y de cumplir con los derechos de los trabajadores, así que crearé también: PROCESO DE TALENTO HUMANO.

Además entre las actividades también hay varias que corresponden a la creación de productos y servicios de tal manera que satisfagan las necesidades del cliente, entonces crearé: PROCESO DE INVESTIGACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO.

En sí el proceso de EMPRENDEDORES ECUADOR se vería algo así:



Todos los negocios pueden tener diferentes procesos, según sus necesidades, por ejemplo para una empresa manufacturera, su proceso será así:



Además de estos también se puede tener:

- Procesos de Seguridad y Salud Ocupacional
- Proceso de Gestión Ambiental
- Proceso de Mejoramiento Continuo
- Proceso Contable
- Entre otros

La idea es que si existen demasiadas actividades sobre algo en común se debería crear un proceso.

La gestión de procesos te permitirá convertir tu negocio en un sistema, lo cual debe ser uno de nuestros objetivos personales, ya que de esta manera tendremos un negocio bien conformado, el cual es más organizado, eficiente y con posibilidad de mejorar.

PASO 22: Crea procedimientos

Ahora que ya tenemos los procesos definidos debemos crear los procedimientos.

Aquí generalmente hay confusiones, así que presta atención. Proceso no es lo mismo que Procedimiento.

El procedimiento es la forma específica que se llevará a cabo un proceso.

Por ejemplo hablemos de Proceso de Almacenamiento Documental, cuyo objetivo claramente es guardar la información documentada importante del negocio.

Ahora mi procedimiento podría ser:

- 1) Guardar todo los documentos sólo físicamente
- 2) Guardar todos los documentos sólo digitalmente
- 3) O guardar todos los documentos física y digitalmente.

De las tres maneras cumplo el objetivo, pero con los procedimientos digo cómo hacerlo exactamente.

También puede entenderse como la ampliación de las actividades para ser más específicas.

Por ejemplo:

PROCESO DE MARKETING Y VENTAS

1. Procedimiento de Marketing
 - 1.1. Marketing Digital
 - Se deberá desarrollar un plan de marketing mensual, el cual deberá ser aprobado por el Gerente.
 - El Plan de Marketing incluirá a los responsables de realizar cada una de las publicaciones y el horario que debe realizarse.
 - El editor solicitará al diseñador el material necesario para poder cumplir con el plan de marketing.
 - 1.2. Marketing Tradicional
 - El Jefe de Marketing deberá organizar un evento mensual gratuito.
 - El Jefe de Marketing deberá coordinar entrevistas con los medios por lo menos 2 veces al mes.

2. Procedimiento de Ventas

- .
- .
- .

¿Ya lo observaron?, la idea en este punto es especificar todas las tareas de importancia dentro del negocio, para de esta manera siempre realizar las cosas de la manera correcta.

Nuevamente insistimos, recordemos que estamos trabajando bajo la filosofía de la mejora continua, así que estos procedimientos también se pueden cambiar para ser mejorados.

El realizar estos procedimientos puede ser algo tedioso, pero te servirá para muchos años venideros.

El tener procedimientos te permitirá establecer que las cosas se hagan con alto nivel de calidad, y además te facilitará tus labores, pues no tendrás que estar siempre presente en todas las áreas de tu negocio, pues tus colaboradores sabrán exactamente qué hacer, ya que todo está descrito en los procedimientos.

Además el repetir siempre las mismas acciones correctas, reducirá el riesgo de errores, por lo que tu negocio se automatizará y trabajará sola.

Hasta llegar a este punto ya hemos PLANIFICADO y ORGANIZADO el negocio. Ahora vamos con el CONTROL.

PASO 23: Crea Registros

Dejemos algo en claro, si tienes que estar presente en tu negocio todo el tiempo para que funcione entonces algo estás haciendo mal.

En un inicio claramente tendrás que estar al frente de todo, pero debemos llegar al punto en que todo esté automatizado y funcione sólo. Nosotros como líderes de la empresa deberemos: planificar, organizar, controlar y mejorar.

Todo el trabajo operativo debe ser delegado, pues en realidad este es el único trabajo que podemos delegar y además el que más tiempo consume.

Pero que deleguemos no significa que aquellas personas harán lo que quieran, aquí tenemos que establecer controles, y para esto se debe utilizar Registros.

Los registros son documentos dónde nuestros colaboradores reportarán los resultados de sus actividades.

Estos registros nos permitirán determinar con un rápido vistazo si todo está correcto, es decir podremos controlar que se está cumpliendo con los procedimientos de los procesos que hemos establecido.

Es importante establecer registros “útiles” para no caer en documentación sin sentido.

Por ejemplo el control de materia prima es vital en todos los negocios, por esta razón esto siempre debe realizarse, así que crearemos un “Registro para el Control e Materia Prima”, el cual puede ser algo tan sencillo como:

Materia Prima e Insumos	Visto Bueno
Papas	SI
Carne	SI
Fundas	SI
Firma del Responsable:	

Y listo, llenar esto tomará algunos segundos, pero me puede salvar de servir comida que enferme a todos en mi restaurant y que puede ocasionar una clausura por parte del Ministerio de Salud.

El registro ayuda como recordatorio a mis colaboradores para que realicen su trabajo, y luego me sirve a mí para comprobar que están realizando estas tareas importantes.

Recuerda además que siempre debes hacer auditorías in situ, de tal manera de percartarte que tus colaboradores están haciendo las tareas y no sólo llenando los registros.

PASO 24: Crear un Equipo Sólido

Bien como lo mencionamos una empresa no la puedes tener solo, aquí es donde interviene también el proceso de talento humano en el cual debemos desarrollar procedimientos para reclutar a las personas adecuadas.

Esto es muy importante, tu equipo de trabajo es tu activo más importante, el cual permite mover a la empresa y te puede hacer pegar un salto enorme en tu crecimiento hacia el éxito.

PASO 25: Preparar el Pitch

El Pitch es la venta de tu idea a posibles inversionistas, ¿te das cuenta que apenas estamos viendo este tema?

La televisión nos ha vendido la idea de que los inversionistas están dispuestos a invertir por una persona desconocida que se les acercó y les contó una “buena idea”.

Esto es mentira.

Los inversionistas toman riesgos calculados, y en este caso ellos lo que ven es: el emprendedor, la idea, el proceso, el PRODUCTO ya en práctica y tu equipo de trabajo.

Cómo hasta este punto ya tenemos todo eso ya no deberíamos preocuparnos en ese punto.

Ahora debemos saber cómo vender nuestra idea y a nosotros en menos de un minuto.

Un inversor te dará sólo este tiempo, así que debes conectar pronto con él, para de esta manera generar ese interés inicial y de esa manera que te invite a que te cuente más al respecto. En ese momento si podrás contarle todos los demás detalles interesantes y lógicos de tu negocio.