

PYME

MAYO-JUNIO-2017
Vol. 9 AÑO 2

 CAPITAL



¡VÉNDETE!
PERSONAL BRANDING

¿CÓMO PUEDO
EMPEZAR MI
START UP?

VENCER EL MIEDO
A HABLAR EN PÚBLICO



Inteligencia Organizacional

"Este es el comienzo de una
mejor versión de tu empresa"

www.intor.com.mx

• Capacitación • Consultoría • Proyectos •
• Jurídico • Finanzas • Desarrollo Industrial • Innovación • Mercadotecnia • Psicología Organizacional

Calle 25-C #343 x 34 y 36 Col. La Florida, Pinos. Mérida, Yucatán, México.

Teléfono: **+52 (999) 196.19.68**  @IntorConsultor

04**Comercio
Electrónico****07****Alto a las
distracciones
laborales****08****¿Cómo puedo
empezar mi
Startup?****10****Aprende a ser
CEO****12****Geografía del
Emprendimiento****14****Aprende a ahorrar
en los momentos
de mayor bonanza****15****¡Véndete!
Personal
Branding****16****Vencer el miedo
a hablar en
público****19****¿Cuáles son los
errores más
comunes entre los
emprendedores?****20****La Semana de
Yucatán en
México****21****Ética
Profesional****22****La zona
de confort****25****Yucatán, con
amplias
oportunidades****26****¿Tú dinero o
de la empresa?****28****Sustentabilidad
Empresarial****30****Logra que tu
empresa sea
más atractiva**

Revista Pyme Capital © año 2017, número 9, revista bimestral publicada por Consejo Empresarial del Sureste Asociación Patronal Asociación Civil. Todo material enviado para su publicación será propiedad de la revista. Reserva de derechos al uso exclusivo del Título: 04 -2016 - 012009434200 - 102. La originalidad de los artículos así como las opiniones expresadas serán responsabilidad de los autores. Toda la correspondencia debe dirigirse al editor de la revista Plasmic SPC a la siguiente dirección: calle 25 letra C, número 343 Fraccionamiento La Florida, Mérida, Yucatán, México **Tel. 1 96 19 68.**

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor ni de la empresa encargada de su publicación. Queda totalmente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de: Consejo empresarial del Sureste Asociación Patronal A.C.



COMERCIO ELECTRÓNICO

Por: Z.M.

Sabemos que el *Internet revolucionó al mundo*. Con su llegada, hace un cuarto de siglo, modificó la visión de tantas cosas que aún no notamos su enorme influencia. No se trató de una era de cambios, sino se un cambio de era.

Una de las cosas que más cambió el Internet fue la manera de hacer negocios. De la mano de la globalización, y con la irrupción de las redes sociales, la era digital abrió nuevos espacios para relacionar a las empresas con sus clientes y con otras empresas.

Entre los nuevos espacios para las empresas está el comercio electrónico, que crece año con año. Este tipo de comercio se observa desde dos vertientes, iguales a las del comercio tradicional. El formal y el informal.

El primero es el que ocurre a través de plataformas como **Mercado Libre, Amazon o Ebay**, en el que una empresa crea un sistema en el que sus usuarios se convierten en compradores y vendedores.

“ **VENDER POR INTERNET PERMITE ESTAR SIEMPRE VISIBLE Y TENER COSTOS DE OPERACIÓN MÁS BAJOS** ”

A la empresa dueña de la plataforma se le paga una cantidad incluida en el costo final del producto, pero la relación es entre el comprador -empresa o particular- y consumidor.

De acuerdo con Fernando de la Vega, articulista de la revista Forbes, las compras web a través de estas plataformas cada vez son más personalizadas. Esto es que mientras se navega por la página, se generan recomendaciones de acuerdo al interés del usuario, por medio de algoritmos que identifican compras previas.

Él señala que se convierte al comercio en “una experiencia interactiva personalizada y precisa” para que el cliente, en su casa, oficina u otro lugar, cuente con la información suficiente para que se reconozcan sus gustos, con un precio atractivo.

“Estas características de ‘personalización’ han creado un verdadero triunfo: ayudan a los compradores en línea a encontrar lo que buscan y a su vez ayudan a aumentar las tasas de conversión de las tiendas físicas”, expresa en Forbes.

En Yucatán, hace unos años surgió la plataforma Ando Comprando, que reducía el radio de la compra de productos al estado, facilitando el intercambio.

En Entrepreneur, Marco Velázquez escribe que “vender por internet permite estar siempre visible y tener costos de operación más bajos”.

Entre las recomendaciones que Velázquez otorga es que el empresario determine el mercado objetivo, por lo que indica que debe considerarse a través de que plataforma y red social sería lo idóneo, según el público al que desea llegar.

Menciona también que la venta se convierta en una “experiencia” para el usuario que estará en un lugar abstracto como lo es el Internet, para adquirir tu producto. Por eso, señala, es que debes contar con un diseño atractivo, fácil de manejar y compatible con las redes sociales.

Resalta que se ofrezca una atención al cliente. Esto corresponde a la especialización que se le ofrece, en hacerle sentir lo más importante. Parte de esta atención es la resolución de las dudas y también de conflictos que surjan, por lo que se recomienda tener un área de Preguntas Frecuentes y un correo de contacto.

Una de las razones por las que el comercio electrónico aún no se ha popularizado tanto en lugares como Yucatán es el *temor a utilizar tarjetas de crédito o débito como método de pago en un espacio que no es físico*. A pesar de eso, las empresas reglamentadas mantienen sus medidas de seguridad para el uso de tarjetas.

Sin embargo, el pago por Internet es cada vez es más usado por las generaciones más jóvenes que han entendido que es una nueva tendencia que se quedará. Por eso, las empresas tienen que voltear hacia un mercado que se abre cada vez más.

Comercio electrónico informal

El comercio electrónico informal es aquel que se realiza a través de espacios digitales, pero entre particulares, sin ningún intermediario. Por lo general, ocurre a través de las redes sociales, especialmente Facebook, en páginas que engloban a vendedores y compradores.

Hay una creciente corriente del sector empresarial que ve mal este tipo de comercio en las redes sociales, ya que consideran que saltan mecanismos y normas como el pago de impuestos.

Sin embargo, por las dificultades de controlar lo que sucede en las redes sociales como Facebook, aun no se ha planteado alguna iniciativa que regule el comercio electrónico informal. ◆

SEGUROS A.R.



PREGUNTA POR NUESTROS

SEGUROS COBERTURAS

9993.20.24.26

ALTO A LAS DISTRACCIONES LABORALES

Por: L.B.

Tu celular vibra. Lo revisas a cada rato para ver el Facebook o responder en el grupo de Whatsapp de tus mejores amigos. Cuando te das cuenta, el día laboral ya terminó y poco avanzaste. Llegas a tu casa y te sientas frente a la computadora. Te desvelas para concluir con la entrega.

En un momento donde cada vez estamos más saturados de distracciones en la oficina, éstas pueden afectar la productividad laboral. Aunque no te des cuenta, las cosas que nos distraen están a nuestro alrededor y, aunque no parezca que afectan, son como gotas que gastan nuestro tiempo a lo largo del día.

Para los emprendedores, el *tiempo llega a ser tan valioso como el dinero*, porque es con él que se pueden acelerar los procesos. Tanto tú como tus empleados pueden ser afectados por las distracciones, pero ninguno se ha dado cuenta.

A continuación te presentamos algunos pasos para evitar las distracciones laborales, consejos que puedes aplicar a ti mismo y con quienes participan en la empresa.

Identifica: Encuentra cuáles son los principales *factores que afectan a la productividad* en tu empresa, reconócelos y decide qué acciones tomar para evitarlos. Sé consciente de que la solución tiene que ser empática y propositiva con los empleados, para evitar el malestar.

Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Spotify... Esas son las principales distracciones que existen en una oficina. Si prohíbes el uso de los celulares o las redes sociales, esto puede generar malestar; sin embargo *puedes invitar a que desactiven las notificaciones*. Además, en algunas empresas el celular es también un medio de comunicación a través del cual se generan negocios.

No procrastines: No dejes las cosas para mañana, cuando las puedes hacer hoy. Sí, ya sabemos que es una frase muy cliché, pero también es muy cierta. Si encuentras unos *minutos libres para adelantar el trabajo del día siguiente, aprovéchalos*.

Evita conversaciones sin relación del trabajo: Si un compañero se acerca a ti para preguntarte sobre qué película puede ir a ver el fin de semana con la novia, amablemente

dile que en los momentos libres le respondes, porque te encuentras trabajando. Para eso es el siguiente punto.

Permite las distracciones: Esta indicación no es contradictoria con el artículo, sino complementaria. Lo que tienes que hacer es *permitir que la gente que colabora en tu negocio encuentren momentos libres para distraerse*. Promueve que por unos minutos cada dos o tres horas se relajen, para alejarse un poco del clima laboral. Si por unos cinco minutos pueden entrar a Facebook y reírse de un meme o platicar entre ellos sobre el partido de futbol del domingo, se sentirán más relajados al momento de regresar a trabajar. La idea es *formar un ambiente laboral más relajado* para que el trabajo sea eficiente.

Objetivos: Con una lista en la tengas los resultados y objetivos que pretendes alcanzar en un cierto plazo de tiempo. La presión de concluirlos te permitirá enfocarte en ellos y no distraerte en otras cosas. *Sigue un plan de trabajo, paso por paso, para lograrlos* y no intentes realizar todo al mismo tiempo; mejor enfócate en tu prioridad.

Si quieres mejorar tu eficiencia y productividad laboral, decídete a evitar las distracciones, que encontrarás en tu día a día. Piensa también en las personas que colaboran contigo, en que existen distracciones para ellos y en cómo hacer para que se conviertan en un problema laboral. ♦





¿CÓMO PUEDO EMPEZAR MI STARTUP?

Por: E.F.M.



‘SORRY FOR THE INCONVENIENCE, BUT WE ARE TRYING TO CHANGE THE WORLD’

Ya encuentras un problema y se te ocurrió una idea para solucionarlo. Lo que ocurre ahora es que te entra la duda de cuál es el siguiente paso para que esa necesidad sea resuelta. Lo que quieres es comenzar tu empresa, pero no sabes cómo. Forbes resume el proceso de establecer una Start Up en los siguientes pasos:

1. Busca un problema: Como mencionamos al principio, existe una necesidad o una dificultad que necesita ser atendida. Ésta puede representar a una empresa o una persona una pérdida de tiempo o de dinero, ambos factores que son preocupantes para el afectado.

2. Resuélvelo: Si tienes un problema, el siguiente paso lógico será encontrar la solución. Requiere que el proceso sea menos costoso o su tiempo sea menor a los de la competencia, o generar un método inédito.

3. Copia y mejora: Tal vez tu problema haya sido notado por otras personas y han propuesto soluciones. En ese caso, necesitas encontrar el valor agregado, algo que no tenga la competencia, para lograr tu propósito. Necesitas superar a los demás en algo que existe.

4. ¿Eres único?: Pero también puede ser que tú seas el único que ha notado el problema y encontrado la solución.

5. Mantenlo simple: No te compliques demasiado. Las personas a las que quieres llegar deben hablar el mismo lenguaje que tu empresa, pero también deben entender con facilidad para qué les servirá la solución que les presentas.

6. ¿Te gusta?: Si disfrutas lo que haces, no sentirás que trabajas. Esto es muy importante, porque tener un estado emocional positivo, en un proyecto que te guste y sientas cómodo, te permitirá tener una mente más clara y tus clientes potenciales lo notarán.

7. Escríbelo: Al desarrollar tu proyecto por escrito, notarás las fortalezas y debilidades que tiene. Tener un plan escrito permite que corrijas tus ideas y las adaptes a tu entorno.

8. Conócete a ti mismo: Descubre la manera en la que mejor trabajas. Para montar tu empresa, tendrás que saber en qué aspectos eres bueno, cuáles necesitas mejorar y en cuáles requieres de ayuda. No tengas miedo a pedir apoyo a la gente en la que confíes, en muchas ocasiones una perspectiva diferente te permitirá salirte de ese bache en el que te encuentras.

9. Planifícate: Al comenzar, necesitarás crear tu marca e imagen corporativa, tal vez requieras de empleados, inmobiliario y equipo. Todo eso requiere pagar sueldos, rentas, luz, agua. Entonces requieres de desarrollar tu proyecto con un plan de negocio y saber cuál será tu presupuesto inicial a invertir y qué riesgos corres cuando montas tu Start Up. Tienes que reconocer la situación económica en la que vives y tu entorno, así como el público potencial y su capacidad para acceder a tu producto.

10. Genera ingresos: Es uno de tus principales objetivos... pero también el más difícil. Dependiendo de cómo desarrolles tu proyecto, necesitarás invertir primero antes de generar dinero. Recuerda el punto número nueve, para que planifiques que tus tiempos y sepas cuál es tu tiempo límite para tener ganancias. Forbes muestra que apenas el 10 por ciento de las Start Ups sobreviven más allá de los cinco años, mientras que la mitad fracasan en el primero.

La idea siempre es más fácil que ponerla en marcha. Durante tu montaje de la Start Up encontrarás frustraciones y momentos en que los que te parezca no funcionar. Recuerda que se trata de esforzarse, pero también de realizar un análisis constante de tus errores y aciertos, con la intención de mejorar. ◆

APRENDE A SER CEO

Por: L.P.



Tras diversos escándalos, hace unas semanas el CEO de Uber, Travis Kalanick, decidió retirarse temporalmente de la dirección para ser mejor y transformar a su equipo para tener **“un liderazgo de clase mundial”**.

A pesar de que bajo su dirección el servicio de transporte privado sólo para San Francisco se convirtió en una empresa internacional, que genera millones de viajes en 450 ciudades de 73 países del mundo, lo que le enfrentó a competidores, taxistas y gobiernos, su actitud y personalidad, así como escándalos internos de Uber, provocaron que se replanteara su futuro como CEO.

La compañía ha sido descrita como con un feroz nivel de competencia en el interior, y un conductor reclamó en un video a Kalanick sobre el trato hacia los empleados. Por medio de una carta interna, el CEO anunció que su estilo de dirigir tendría que **“cambiar de forma fundamental y madurar”**.

La ausencia de Kalanick por licencia *responde a una reflexión sobre su liderazgo y la manera en que éste afecta*

a los trabajadores de su empresa. En esta nueva etapa, buscará convertirse en un CEO capaz y competente de crecer con Uber, pero con una actitud más amable hacia sus colaboradores.

Quiere ser un CEO exitoso.

En Forbes, Héctor Meza que entre las *acciones* que lleva a cabo el CEO día a día en su empresa, hay algunas que son claves, *definen el rol del director y promueven una mayor colaboración* con los equipos de trabajo.

Rasgos de un CEO exitoso

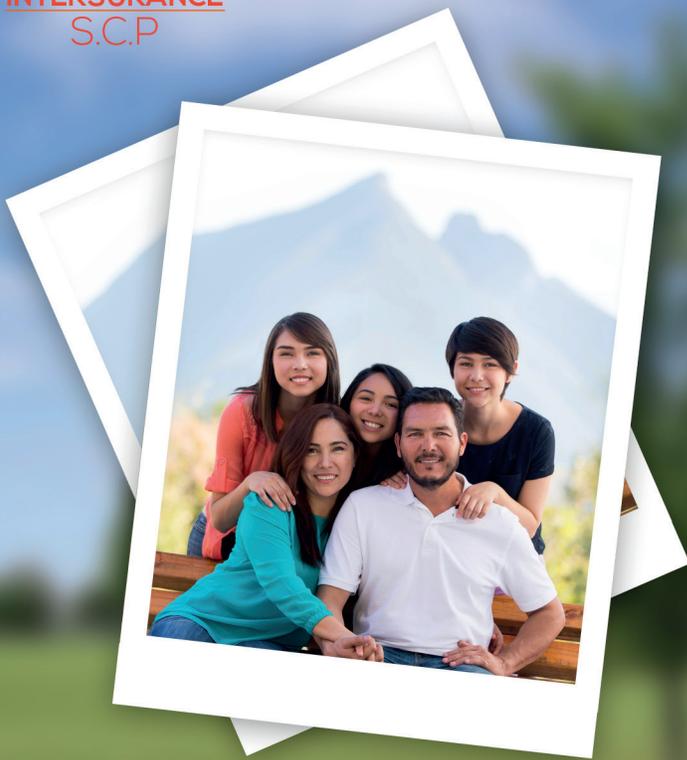
El primero de ellos es la capacidad de autoconocimiento, en el que, como líderes, los CEO saben lo que significa tener su cargo; buscan la opinión de los demás, quieren saber cómo son percibidos para comprenderse mejor y requieren de una retroalimentación sobre el rumbo de la compañía desde la perspectiva del empleado.

Con una energía inagotable y un enorme entusiasmo, **un CEO se cuida física y emocionalmente para poder ayudar a su equipo de trabajo** y atender las necesidades de la empresa, así como buscan constantemente las soluciones para evitar que se repitan los problemas.

El CEO tiene que tener *coraje para tomar sus decisiones, y actuar en consecuencia aun cuando hayan sido equivocadas.* Tiene que tener un juicio moral para evitar perder su integridad personal frente a sus empleados. Tal vez, esta fue una de las principales razones por las que Travis Kalanick decidió tomar un tiempo y aprender a ser mejor director.

Un CEO exitoso también debe tener una habilidad especial para entender su mercado, así como desarrollar la visión que note las oportunidades para su compañía y sellar acuerdos, a través de alianzas, para hacerlas realidad.

El objetivo del CEO, además de dirigir la empresa, tiene que ser preocuparse por sus empleados y la generación de una cultura corporativa que provoque que el negocio sea más eficiente y mantenga sus valores en alto. ◆



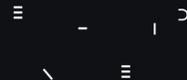
¡Cuidamos lo que
más quieres!

C. 3 No. 284 x 24, Esq. C.P.97203, La Castellana



Calle 30 núm. 355c x 31 h y 33 e Emiliano Zapata Nte. Mérida, Yuc.
Tel. (999)9 44 02 24

<http://www.enheid.com>



ENERGKI

Diseño, desarrollo, fabricación
e instalación de máquinas y
líneas completas automatizadas
para la ingeniería de procesos.

+52 (999) 167 90 25 / info@energki.com
<http://www.energki.com/>



Daniel Arandia
- AGENTE DE SEGUROS -

(999) 949.29.99

POR UN FUTURO SEGURO PARA TU FAMILIA

GEOGRAFÍA DEL EMPRENDIMIENTO

Por: E.M.S.L.

En el mundo y en México existen una serie de lugares en donde se están desarrollando las empresas del futuro y del presente. El más conocido, por supuesto, es Silicon Valley, en California, Estados Unidos, pero también hay otros que se consolidan por su gran crecimiento del entorno emprendedor, tanto en la tecnología como en otras ramas del negocio.

Mundo

Silicon Valley (Estados Unidos): Infaltable en cualquier lista sobre emprendimiento, esta zona a escasos minutos de San Francisco, en California, nos ha dado empresas como Apple, Microsoft y Google. Aquí nacen las startups del sector tecnológico que influyen en el mundo actual. En Silicon Valley la competencia es feroz, pero los beneficios son de millones de dólares.

Ámsterdam (Holanda): Por su sistema educativo, los Países Bajos son el noveno mejor del mundo, por lo que existe un gran apoyo para los emprendedores. Sus relaciones políticas acercan a este sector a los Estados Unidos, Inglaterra y la Unión Europea a proyectos productivos.

Tel Aviv (Israel): Este país en el Medio Oriente es uno de los líderes a nivel mundial en educación superior, con un amplio desarrollo en la innovación científica y biotecnológica. Existen más de mil 500 startups y cientos de aceleradoras y espacios de coworking.

Singapur (Singapur): La isla en el sudeste asiático tendrá en 2020 188 mil millonarios, mientras que en 2015 se convirtió en el décimo centro global para los emprendedores, con fortaleza en el comercio electrónico, bienes raíces y logística.

Moscú (Rusia): En cinco años, entre 2011 y 2016, se crearon seis mil empresas de tecnologías surgidas en la capital rusa; además de que existe el apoyo del gobierno por investigación y desarrollo (R&D) en conceptos como reducción de impuestos y programas educativos.





México

Mérida (Yucatán): La capital de Yucatán recibe un fuerte apoyo a nivel público, privado y académico para desarrollar un ecosistema emprendedor que aproveche la calidad de vida y seguridad de la ciudad. Aunque el turismo es importante para el estado, se han creado nuevas empresas en la rama de la tecnología y la investigación que hacen de Mérida un importante espacio para el emprendimiento.

Ciudad de México: La capital del país cuenta con varios programas que apoyan a los emprendedores, además de ser el centro de negocios principal del país, lo que la convierte en una ciudad fundamental para generar networking y conexiones internacionales, principalmente con Estados Unidos y Latinoamérica.

Guanajuato (Guanajuato): Otra de las ciudades más seguras del país, Guanajuato es sede de diversas compañías automotrices como Volkswagen, Toyota, Mazda y Honda, por lo que el sector de la manufactura industrial. En los últimos años ha capacitado a ingenieros y técnicos, por lo que una empresa desarrolladora de software o procesos industriales sería una buena opción.

Monterrey (Nuevo León): La industria es el brazo fuerte de Monterrey. Por su cultura, los regiomontanos se esfuerzan y enfocan en trabajar y emprender. La zona tiene la infraestructura y los servicios, así como los inversionistas, adecuados para aventurarse a algún negocio.

Colima (Colima): En el sector manufacturero, esta ciudad es una de las de mayor crecimiento a nivel nacional en el último año. Pero no es el único sector en el que se desempeña bien, también las industrias de las bebidas y alimentos tienen un gran auge. En 2014, según el estudio Doing Business un Mexico, del Banco Mundial, Colima fue catalogado como el estado con mejor clima para los negocios en el país. ◆

APRENDER A AHORRAR EN LOS MOMENTOS DE MAYOR BONANZA

Por: R.L.



“Mantener la austeridad en tiempos de vacas gordas. Esto fortalece, capitaliza y acelera el desarrollo de la empresa. Asimismo, evita los amargos ajustes dramáticos en las épocas de crisis”, esa frase resume la importancia de ahorrar en los momentos de mayor bonanza.

¿El autor de la cita? *Carlos Slim, el mexicano más rico del mundo.* El magnate de las telecomunicaciones reconoce que, aunque el dinero fluya fácilmente en tu empresa, necesitas prepararte para los momentos de crisis y una de las formas de hacerlo es mantener la austeridad.

Es común que cuando ves que las cosas van bien con tu negocio, que el dinero fluye con facilidad y todos están felices, sientas el impulso de invertir y hacer nuevas adquisiciones para mejorar la productividad de tu empresa y, con ello, recibir más dinero por tus servicios.

Pero también debes tener *cuidado de despilfarrar esas ganancias* que tienes en estos momentos porque, tarde o temprano, se generarán crisis económicas, tanto en el entorno mundial, nacional y local, pero también en el interior.

Sofía Macías, autora de Pequeño Cerdo Capitalista, menciona la razón principal por la cual tomar medidas de austeridad en momentos de más “vacas gordas”. La escritora expone

que *“la economía es cíclica y consta de cuatro etapas: expansión, desaceleración, recesión y recuperación. Nunca se sabe cuánto va a durar cada fase, pero eventualmente habrá crisis”.*

Aunque ahorrar sea más complicado para las pequeñas y medianas empresas, en especial aquellas que apenas comienzan, porque tal vez los ingresos aún no sean los suficientes y se realicen los gastos de operación.

Entre las medidas que se deben tomar para el ahorro está el **mantener un registro fiel de los ingresos y egresos empresariales**, para tener el conocimiento de cómo fluye el dinero dentro de la empresa.

También se requiere pedir justificantes a los departamentos y áreas en la compra de insumos para el uso en la empresa. Con ello, los tomadores de decisiones deben cuestionarse si los gastos son necesarios, si es posible reducirlos o pueden ser pospuestos.

El ahorro en los tiempos de mayor bonanza permite a la empresa generar un colchón cuando se genere una crisis, pero también genera que el negocio aprenda a mantenerse y desarrollarse en la austeridad. ◆

¡VÉNDETE!

PERSONAL BRANDING

Por: R.S.M.

Como líder de una empresa, tienes la responsabilidad de convertir a tu marca en una de las mejores posicionadas dentro del mercado. Pero tú también puedes ser una marca que destaque sobre los demás. Así lo han hecho personajes como Steve Jobs o Bill Gate más allá de empresarios, son marcas. **A eso se le llama personal branding.**

El personal branding significa tener una marca sólida como líder de una empresa, porque permite personalizar al producto con una imagen –tú cara, tu voz, tus valores- y permite que tanto **tú como tu compañía resalten por sobre la competencia.**

Esto resalta en un momento como el actual, en el que todo sucede más rápido y el consumidor se aburre con facilidad de los productos, por lo que es mejor sentir que alguien está detrás de lo que consumen.

La presidente de Sterling Marketing Group, Kren Tiber Leland, expresa que “tener una marca personal sólida te establece como líder de tu industria y campo. Por consecuencia, esto incrementa la exposición de tu negocio y refuerza su reputación”.

“Además de ser beneficioso para tu carrera y el confort de tus clientes, una marca personal sólida, tanto on como offline, también es positiva para la moral de tus empleados”.

Lara Guerrero, la directora de negocios de la firma consultora MG, afirma que ante la competitividad del mercado laboral, con el sobre exceso de información y profesionales, “es vital diferenciarse para poder destacarse y sobrevivir”.

El personal branding, señala, es *la construcción del sello propio para resaltar nuestro valor profesional y personal en el mercado*, proyectando los talentos, valores y conocimientos que poseemos. Entre las formas de generarte como marca está el descubrirte a ti mismo y tus valores, cuestionándote ¿quién eres?, ¿qué ofreces? Y ¿qué traes de diferente? Esas preguntas definirán tanto tus ventajas como oportunidades para mejorar.

Es necesario hacer networking, en el que generes contactos con diversos grupos de personas que se muevan dentro del área donde planeas venderte. Crece tu red.

Capacítate y no dejes de hacerlo. Sigue aprendiendo aún cuando creas que lo sepas todo. Busca, investiga y toma cursos sobre el área en el que te desempeñas para volverte un experto.

Sé profesional. Cumple con tus funciones y responsabilidades de una manera que te permita resaltar sobre los demás, con un trabajo eficiente y que mueva a la empresa y a ti hacia el punto al que quieres dirigirte. Parte de este punto es también la actitud que muestras hacia tus empleados y hacia los demás.

Aprende a convertirte en una marca que destaque por sobre la competencia, para proyectarte en el mercado a nivel personal y profesional, lo que te generará mejores oportunidades de establecer relaciones con otras personas y negocios. ◆



VENCER EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

Por: D.V.C.

Llegó el momento. La gran presentación que tanto anhelabas. Comienzas a hablar, pero las palabras no salen. Tu respiración se acelera, transpiras y sientes los latidos de tu corazón en tu cabeza. El tiempo pasa, mientras los inversionistas y socios te miran fijamente. No sabes que hacer.

Tal vez hayas estado en una situación similar. Es el miedo a hablar en público, frente a un auditorio, grande o pequeño. Para muchos, el también llamado miedo escénico puede ser perjudicial. Aunque es difícil al principio, sí se puede superar.

Según Alfonso Ortega Carvajal, experto en oratoria, el miedo en público, que alcanza en ocasiones el horror, se puede perder simplemente dejándolo pasar. "Ese miedo también es miedo al ridículo: son prejuicios contra nosotros mismos los que nos impiden salir a hablar", afirma.

A continuación una serie de pasos para practicar y desenvolverte mejor en público.

Prepárate. Repasa todo lo que vas a decir, apréndete de memoria tu presentación y ten en cuenta las posibles preguntas que puedan hacerte. Hasta los empresarios más grandes, empezando por ellos, se preparan antes de presentarse frente a la gente. Escribe antes un borrador de tus palabras y léelo. Apréndete los temas, no las palabras.

Practica. Frente a un espejo y grabándote, es la mejor forma de prepararse para una presentación. Si lees con este método, podrás reconocer tus fortalezas y debilidades. Encontrarás los temas que se te hacen difíciles y podrás atajarlos a solas contigo mismo, y no con el auditorio.





Relájate. Respira antes de comenzar y reduce el ritmo con el que hablas. Ten un ritual previo, y permite que la presentación fluya. No hables muy rápido, porque no serás entendido; escúchate.

Rompe el hielo. Un chiste puede no ser la mejor opción para empezar una presentación, sobre todo si es seria, pero hay otras formas de romper el hielo con tus interlocutores. Hazles una pregunta para que se involucren en tu tema, logra que se interesen en lo que expones e interactúa con ellos.

Sonríe. Parte de romper el hielo es sonreír. Si tu público observa tu sonrisa, ellos te la devolverán. ¿Alguna vez le has sonreído a un extraño en la calle? ¿Qué sucede? Te sonríen. Lo mismo ocurre frente a un auditorio, es un reflejo natural del ser humano y permite generar confianza en el otro.

Mira a los ojos. Como la sonrisa, mirara a los ojos permite generar un vínculo de confianza entre ambas personas. Intenta ver a varias personas dentro del lugar en el que ofreces la conferencia, para que sepan que confías en ti.

No cites textual. Si te preparaste, no recites tal cual el papel de apoyo que tenías. Por querer decirlo perfecto puede salirte mal. Mejor ten los temas preparados y deja que tu memoria te guíe. Si es alguna cifra o fecha histórica, ten una tarjeta de apoyo que puedas leer cuando lo necesites.

No están esperando que seas perfecto. Si te equivocas en la pronunciación de una palabra, no la repitas. Sigue hablando. Tu público entenderá, con el contexto, lo que esa palabra significaba. Ellos también han estado en tu situación y te comprenderán si estás un poco nervioso, así que no le darán mayor importancia si cometes algún error y prosigues con tu presentación. Si te equivocas en alguna cifra importante, ahí sí corrige, pero no te desesperes, los números pueden ser difíciles de pronunciar.

Repíte. Una y otra vez, inténtalo. Da esa conferencia, habla en la junta, pide la palabra. Mientras más experiencia adquieras en el campo de batalla, más confiado te sentirás.

Finalmente, ten en cuenta de que la base está en la confianza, que se obtiene principalmente con una cabeza serena y una preparación previa. ◆



Piensa en su futuro...

Gabriela Campos

Agente de Seguros

Cel. (999) 949.29.99

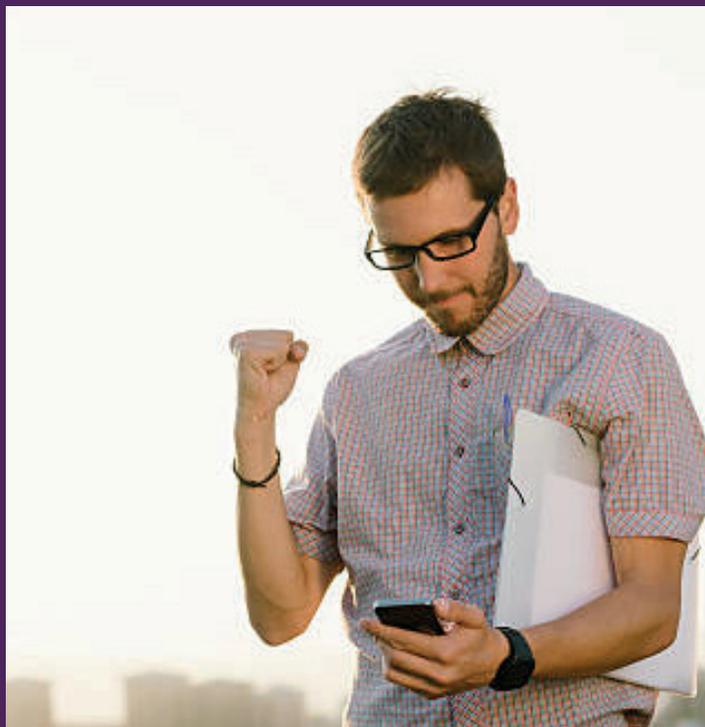
¿CUÁLES SON LOS ERRORES MÁS COMUNES ENTRE LOS EMPRENDEDORES?

Por: R.L.

Al iniciar una empresa, es común que cometas errores. La inexperiencia y los nervios pueden provocarlo, pero también necesitas prevenir que los cometas, para afectar tu imagen y la de tu negocio.

El presidente de Johnson Media Inc, el doctor Kevin D. Johnson, expresó en una conferencia magistral en la Universidad Anáhuac Mayab, titulada The entrepreneur mind, cuáles son los *errores más comunes que cometen los emprendedores*.

“El emprendimiento es muy importante porque te ayuda a desarrollar todo lo que necesitas para seguir adelante en la vida y en tu carrera. Se aprende mucho en este proceso; además en el mercado de empleo a nivel internacional, las compañías están buscando a personas que han emprendido, que tengan esa experiencia o esta iniciativa”, indica.



El primer error es que ponen a los productos antes que las personas. Es necesario entender las necesidades y después generar una solución a ellas. Hay que *tener empatía con el cliente y con lo que pide*, para poderles ofrecer un producto adecuado a sus características.

El segundo es querer lanzar un producto perfecto. Como un empresario dijo “si no te avergüenzas de tus primeros productos, los lanzaste muy tarde”, es necesario arriesgarse y después aprender de los errores para mejorar.

Gastar demasiado dinero sin invertir en el personal calificado es el tercer error. En ocasiones, se usan los recursos para cuestiones operativas o de infraestructura que son necesarios, pero **el material humano es indispensable para que tu negocio crezca**.

Johnson afirma que se necesita pensar en el marketing y en la estrategia de ventas, porque en eso se basa el éxito de un producto y su conocimiento entre los clientes.

También considera que se debe **encontrar un mentor y aprovecharlo correctamente**. Puede ser una persona que haya logrado lo que es tú objetivo, y que te permita atraer a los clientes potenciales. Esta persona te aportará de su experiencia a través de consejos.

El sexto error es no escribir un plan de negocios. Éste debe ser realista y contar con la ayuda de profesionales. El no tener un plan provoca que se desconozca el mercado existente y se generen más errores.

También considera que el emprendedor debe formarse de personas que le edifiquen, le hagan ver sus errores, le hagan mejor persona y que apoye en los proyectos. Otro error del empresario es no estar dispuesto a hacer sacrificios. *El riesgo es necesario en una empresa y si no haces los sacrificios correspondientes, tu proyecto puede no tener éxito*.

El noveno error es no aceptar tus características, tanto positivas como negativas, y el autoconocimiento en lo que eres bueno y en las cosas en las que necesitas ayuda para mejorar.

Por último, el décimo error es **darse por vencido muy pronto**. Las cosas no serán perfectas en el primer intento y seguramente cometerás errores que te ayudarán a aprender, por lo que un fracaso es una experiencia que te permitirá salir adelante. ◆

LA SEMANA DE YUCATÁN EN MÉXICO ACERCA A LOS EMPRENDEDORES A LA CAPITAL

Por: A.H.A.

La última edición de la Semana de Yucatán en México, celebrada en mayo pasado en el Palacio de los Deportes, permitió que los *emprendedores de la entidad se acercaran con el público de la Ciudad de México*.

El Instituto Yucateco del Emprendedor (IYEM) otorgó espacio a las empresas un espacio para que, durante los 10 días que duró el evento, comercializaran sus productos y servicios, como zapatos, repelentes y salsas orgánicas.

Fueron 245 expositores de micro, pequeñas y medianas empresas los que participaron en 151 stands durante la Semana de Yucatán en México, según información de la Secretaría de Fomento Económico (Sefoe). Algunos giros de negocio presentes fueron la repostería, la panadería, las horchatas, los licores, los helados, las botanas, la joyería, entre otros.

Aunque también los empresarios tuvieron éxito durante la realización de este evento. Las empresas afiliadas a la

Cámara Nacional del Comercio, Servicios y Turismo (Canaco - Servytur) Mérida incrementaron sus ventas en un 60 por ciento, en comparación con el año pasado.

Los restaurantes, fabricantes de zapatos y empresas textiles **superaron en un 80 por ciento lo del 2016**. Mientras que en el sector turismo las tour operadoras demostraron interés por establecer alianzas y trabajar en conjunto los empresarios yucatecos para generar más visitantes hacia la entidad.

En el sector restaurantero el éxito fue que se *consumieron más de 10 toneladas de cochinita*. Y los artesanos recabaron *un millón 55 mil pesos, una cantidad que superó en 255 mil pesos al año pasado*.

Además de los eventos culturales y artísticos, se mostró la marca de la guayabera al público capitalino, por lo que los expositores aumentaron en un 25 por ciento sus ventas durante el primer fin de semana, con respecto a la edición anterior, al igual que se celebró un desfile. ◆



ÉTICA PROFESIONAL

LA FORMA DE MEJORAR LA IMAGEN EMPRESARIAL

Por: C.S.

Un negocio conlleva siempre riesgos a los que uno debe enfrentarse. Pero hay algo a lo que un empresario nunca quiere ver: **la falta de ética profesional con quienes se hace negocios.**

Si decides invertir con alguien, es claro que exiges estándares altísimos en cuestión de la persona con la que realizarás un negocio. Necesitas que sea claro, transparente y también que te explique a detalle -antes y después- de dónde usa tu dinero y el de tu compañía.

Pero tú también tienes que tener ética dentro de tu empresa. **Un buen trato hacia los empleados**, tanto psicológico y emocional como en prestaciones, a los clientes y proveedores.

Internamente, **tener ética reditúa en un buen ambiente de trabajo en el que, más que un jefe, la gente con la que colaboras te considera el líder.** Siguen tu ejemplo; si haces algo bueno, ellos lo notan y te imitan, pero también ocurre al revés. Hacia afuera tú ética destaca por sobre las demás empresas. Los clientes te consideran responsable si actúas con confianza hacia ellos, no intentas verles la cara, y también lo hacen saber a sus conocidos.

Entre las **bases de la ética profesional está la rendición de cuentas.** La autora de varios libros sobre empresas, Jacqueline Whitmore, asegura en Entrepreneur que el empresario ético debe hacerse responsable de sus acciones y resultados, así como evitar poner excusas cuando las cosas salgan mal.

“Admite tus errores y úsalos como experiencias de

aprendizaje para no caer en lo mismo otra vez. Asimismo, espera que tus empleados cumplan con las mismas expectativas, y apoya a quienes aceptan su responsabilidad lugar de culpar a los demás”, expresa.

Entre otras características de un empresario ético que Whitmore menciona están la humildad, la determinación, la dedicación, la fiabilidad, el respeto y el profesionalismo.

Según Sara Barajas Cortés, en la revista Forbes, “podríamos conceptualizar la ética empresarial como un activo intangible que producirá beneficios económicos y sociales en el futuro y por largo plazo para todos los que participan en y alrededor de la empresa”.

Ella considera que “el costo de no tener este activo puede ser alto, podemos perder el esfuerzo de toda una vida, perder nuestro patrimonio y el de nuestra familia, así como perjudicar al de las familias para las cuales representa una fuente de ingresos y desarrollo profesional”.

“Una empresa sin ética empresarial, es decir, sin principios y normas de comportamiento, está condenada, tarde o temprano, al fracaso y posteriormente a desaparecer, no sin antes provocarnos fuertes dolores de cabeza y problemas financieros que no podamos resolver”, añade.

La ética es tanto prestigio para la empresa como una manera de hacer las cosas bien. Las cosas malas, tarde o temprano, terminan conociéndose y eso dañará inevitablemente a tu empresa. 

A woman with dark hair, wearing a light-colored cardigan and white pants, is sitting on a large, fluffy white cloud. She is holding a silver laptop on her lap and looking at the screen with a slight smile. The background is a clear blue sky with some light clouds.

LA ZONA DE CONFORT, ¿MANTENERSE O SALIRSE?

Por: E.L.C.

Desde hace un tiempo sientes que todo funciona a la perfección en tu empresa y comienzas a sentirte un poco aburrido. Quieres volver a sentir de **la emoción de tomar un riesgo**, de vivir esa adrenalina como si fueras el conductor de un Fórmula Uno, de llevar a tu negocio al siguiente paso.

Pero también reconoces que en tú zona de confort puedes desarrollarte más antes de emprender ese que te puede parecer un salto al vacío. Tienes una gran duda. *¿Aventarme o continuar en la primera clase del jet privado?*

Aunque la zona de confort ha adquirido una categoría de “negativa”, no es tan mala como se piensa, ya que permite respirar un poco y trabajar más tranquilo.

Para Forbes, Celia Durán Mena reconoce que *“es el estado ideal para trabajar. Es más, las condiciones dadas en la zona de confort nos pueden dar información valiosa de nosotros mismos y de nuestro equipo de trabajo”*.

Asegura que en la zona de confort “se encuentra lo que nos permite trabajar tranquilos, y fuera de ella está aquello que nos amenaza”.

La autora reconoce que la zona de confort permite que uno encuentre sus espacios de seguridad, sus límites y permite avanzar, porque se tiene la confianza de lo que uno está haciendo y se disfruta ese avance seguro.

Sin embargo, también es **necesario notar cuando se puede salir de la zona de confort** y reconocer las razones por las que se toma esa decisión.

Durán afirma que “hay que ser cuidadosos y analíticos. La zona de confort no debe ser un corralito que fije las fronteras que inhiban el crecimiento, no debe ser un hito que dé pánico traspasar. Hay que examinar cuidadosamente en qué circunstancias es necesario salir y en cuáles hay que aferrarse a ella”.

Pero Matt Hemmi, en su libro *¿Te atreves a soñar?*, señala que *salir de la zona de confort es el paso más importante,*

pero también requiere de pensar distinto para cumplir con los objetivos que te has planteado.

La terapeuta y autora del libro *Mejor que perfecto*, Elizabeth Lombardo, también reconoce que existe un gran miedo al fracaso en nuestra sociedad, por lo que cualquier habilidad nueva puede sentirse diferente al principio. Entonces, afirma, la clave del éxito es sentirse cómodo en una zona incómoda.

Te ofrecemos una guía sobre cómo salir de la zona de confort.

A diario: para sentirse incómodo, hay que salir de la zona de confort todos los días. Una de las formas de hacerlo es intentar cosas nuevas.

Empieza desde lo micro: no hay que cambiar todo de golpe, sino que se puede ir poco a poco, con pasos pequeños, para conocerse a uno mismo sobre cómo se siente con esos cambios y cómo te afectan.

Interpreta tus miedos: Cambia esos sentimientos de miedo por uno de emoción y oportunidad, ya que si lo ves bajo una luz positiva, entonces sentirás las ganas de querer ir a la caza de ese objetivo que tienes.

Busca retos: Si encuentras algo que sea difícil para ti, que te haga esforzarte más, entonces sentirás la adrenalina correr por tu sangre y te emocionará al momento de buscar la solución.

Enfócate en el porqué: pregúntate la razón por la que quieres salir de tu zona de confort. ¿Qué quieres lograr con eso? Con ello, reconoce los beneficios del salir de ella, y escríbelos. En el momento de más estrés, puedes voltear a ver tus razones y eso te permitirá aclarar tus decisiones para cumplir con tu objetivo.

Si ya descubriste en qué parte del proceso te encuentras, entonces *decide si mantenerte dentro de esa zona de confort*, permitiendo tener las bases, o bien, arriesgarte por buscar ese sueño tan anhelado. ◆



i want to **CO**

Business center

DAY PASS

1 Persona
1 Día
Workstation
Coffee Station

R PASS

Workshop Room
10 Horas
Vigencia 12 meses

EASY PASS

1 Persona
10 Días
Workstation
Coffee Station
6 Hrs Meeting Room

BASIC PASS

1 Persona
20 Días
Workstation
10 Hrs Meeting Room
+50 copias / impresiones
+15 llamadas locales

FULL PASS

1 Persona
30 Días
Workstation
15 Hrs Meeting Room
+100 copias / impresiones
+30 llamadas locales
+Recepción de llamadas
+Domicilio Comercial



1

2

YUCATÁN

CON AMPLIAS OPORTUNIDADES EN EL TURISMO DE CONVENCIONES

Por: G.C.

En los últimos años, **Yucatán y México han transformado su dinámica económica del sector turismo hacia la industria de los congresos y las convenciones**, la cual abre nuevas posibilidades para los emprendedores y empresarios que deseen invertir en ella.

En México, esta industria no ha sido afectada por la inseguridad ni la tensión política con Estados Unidos. *En la Ciudad de México, en los últimos años creció 15 por ciento. A nivel nacional el ritmo ha sido en promedio de 25 por ciento anual.*

El valor estimado del turismo de convenciones es de 25 mil millones de dólares, lo que representa el 18 por ciento del valor total de la industria turística nacional.

México es el décimo cuarto lugar a nivel mundial en la realización de los congresos y las convenciones, según el ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones.

Mientras que en *Yucatán el segmento de reuniones registró 29 eventos en el mes de marzo*, un alza de 81.3 por ciento en comparación con el 2016.

Entre 2012 y 2016, la entidad registró un incremento anual

de 3.7 por ciento de visitantes que pernoctaron, con una derrama económica de más de ocho mil 560 millones de pesos. Su oferta en habitaciones es de 12 mil 760 y más de 25 mil asientos semanales ofrecidos por las aerolíneas.

El Centro Internacional de Congresos powered by Samsung aportará a que más eventos se realicen en Yucatán. Además de la seguridad y la capacidad para hacerlos, *en la entidad llama la atención los atractivos turísticos como el Centro Histórico de Mérida, los pueblos mágicos de Izamal y Valladolid, las zonas arqueológicas como Chichén Itzá y Uxmal, y la naturaleza.*

Tales datos ponen en contexto que Yucatán tiene un alto potencial económico en el turismo, específicamente de congresos y convenciones. Por tanto, es un área de oportunidad que los emprendedores deben considerar para realizar inversiones.

Un buen caso podría ser el sector de la logística y planificación de eventos. Al realizarse tantos al año, los organizadores buscan un grupo local que conozca cómo se desempeña el mercado yucateco y qué necesidades requieren para la convención o el congreso.

También *el área de distribución es otra oportunidad para los emprendedores.* Materiales como lonas, infraestructura, pantallas, protectores, sillas, mesas y hasta manteles son necesarios al momento de organizar un congreso.

Es así como el turismo de convenciones ocupa un lugar importante en la economía de Yucatán, por lo cual se requerirán en los próximos años más empresas interesadas en ser proveedoras y organizadoras de los eventos. ◆



¿TÚ DINERO O EL DE LA EMPRESA?

Por: D.M.A.

Si acabas de comenzar tu propio negocio, posiblemente **la frontera que separa a tu dinero del de tu compañía es un espacio borroso**, en el que a veces usas un poco del otro lado para pagar algo que necesites en ese momento.

Pero esta forma de administrar tu empresa y tu dinero propio puede llegar a ser perjudicial para ti y tu compañía.

Según Mario Di Costanzo, titular de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), **“no sólo se puede perder el suelo, sino que se corre el riesgo de endeudarse más allá de sus posibilidades, entonces llevar a cabo una buena planeación antes de emprender un negocio puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso”**.

La Condusef, indica que el 43 por ciento de las micro, pequeñas y medianas quiebran por errores administrativos y

estratégicos, y un 35 por ciento tiene problemas por falta de financiamiento.

El coach de emprendimiento de empresas y finanzas personales, Iván Vázquez Islas, manifiesta que *al planear los costos de una empresa debe incluirse el sueldo de uno mismo, con una media del sueldo de los empleados con un puesto similar en otras empresas.*

“Aunque en realidad aún no nos paguemos, debemos hacer un cálculo certero de costos, punto de equilibrio y tiempo estimado de retorno de la inversión”, afirma.

Para tu sueldo, necesitas también determinar la realidad de los gastos que realizarás en tu empresa cada mes, para poder llevar efectivamente un registro.

Entre los consejos que otorga Entrepreneur para separar tus finanzas de tu sueldo son:

Tener dos cuentas de ahorro, una para ti y otra para la empresa. En caso de mover el dinero de una a otra, hazlo mediante una transferencia bancaria.

Establece tu presupuesto y el de tu empresa, por separado, y síguelos. Esto evitará que gastes más de lo planteado originalmente, y por tanto evitarás tocar el dinero del otro fondo.

Mantén un fondo de emergencia que equivalga a seis meses de tus gastos mensuales, para no usar el dinero de la compañía hasta que comience a generar ganancias.

Calcula los riesgos según tus características personales, y así determina cuánto dinero necesitar para tus finanzas personales. Realiza la operación de acuerdo a si tienes hijos, rentas casas o el gasto en entretenimiento.

Ahorra más, para poder tener un “colchón” en caso de que surja algún contratiempo dentro de la empresa.

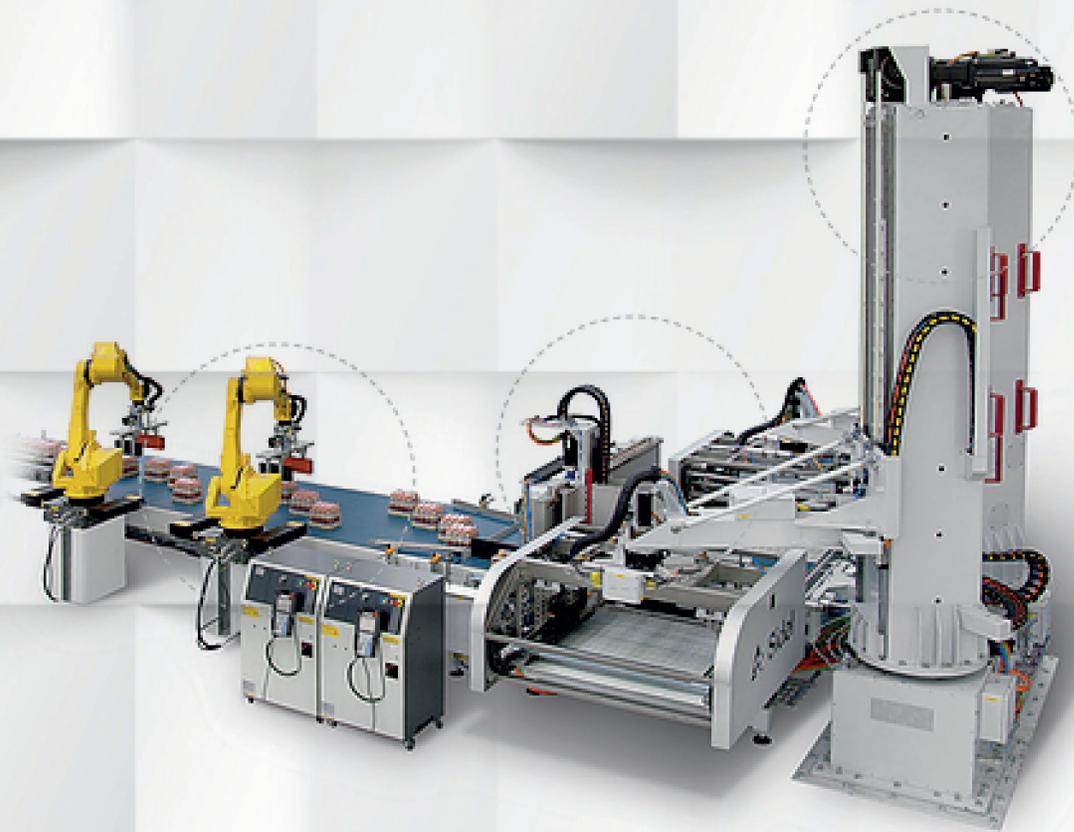
Evita deudas innecesarias hasta que tu empresa genere ingresos. En tu propia empresa, tú eres el patrón y el que administra el dinero, sobre todo cuando es una micro o pequeña, que apenas comienza. Debes tomar decisiones financieras que eviten afectarte en lo personal, pero también a la compañía y tus empleados. ◆



GEA SOFTWARE

and Automatization México

Diseña, desarrolla, fabrica e instala máquinas y líneas completas para la ingeniería de procesos, técnica de envasado y embalaje.



“Generamos innovaciones tecnológicas de México para el Mundo”

SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL

MÁS QUE UNA MODA, UNA URGENCIA Y UNA INVERSIÓN

Por: I.C.

Aunque parece que la sustentabilidad empresarial y el cuidado al medio ambiente es el tema de moda, es mucho más que eso. Es una urgencia, pero también una inversión que reeditará en mejores ingresos económicos.

Es urgente porque ya se notan los efectos del cambio climático, a través de sequías y huracanes, entre otros fenómenos naturales.

El Instituto Internacional para el Desarrollo Sustentable lo define, para la empresa, como **“adoptar estrategias de negocio que cumplan con las necesidades de la organización y sus accionistas, al tiempo que protegen, mantienen y mejoran los recursos naturales y humanos que se necesitarán en el futuro”**.

Ventajas para las empresas que se vuelven sustentables.

Permite generar más ingresos, porque el público consumidor se preocupa por aportar al cuidado del medio ambiente, entonces un producto ecológico se convierte en su demanda.

De igual manera, genera nuevos nichos y para las empresas, lo inédito de los negocios verdes, les permiten generar productos frescos.

Se reducen los costos de operación, porque existen alternativas como la energía solar que, a largo plazo, generará beneficios para la empresa, porque se ahorra lo que se hubiera gastado en la energía eléctrica.

Mejoran la imagen empresarial, debido a que tu negocio se convierte en responsable socialmente, lo

que atrae a la gente y, como el punto uno, el consumidor se preocupa por el cuidado ecológico.

Cada vez más las grandes empresas cambian sus procesos de producción hacia un modelo más sustentable, como ejemplo las cerveceras que buscan las medidas para reducir el consumo de agua al crear su producto. O las empresas que adoptan energía solar para reducir sus costos de operación.

También se generan apoyos públicos y créditos de bancos para las empresas que buscan adoptar la sustentabilidad como una política de negocios.

China, un país con grandes afectaciones por los gases de carbono, anunció en enero de este año una inversión de 365 mil millones de pesos para proyectos de energías renovables, para reducir la contaminación.

En la región, en diciembre pasado más de 50 empresas y los gobiernos peninsulares firmaron el Acuerdo para la Sustentabilidad de la Península de Yucatán (ASPY), el cual genera una agenda hacia el año 2030.

Este acuerdo planea la reducción de un 80 por ciento en deforestación para el año 2000, y totalmente en el 2030; la restauración de dos millones de hectáreas y la reforestación de las selvas, para que el 50 por ciento del territorio peninsular se maneje en esquemas de conservación y manejo forestal, entre otros.

Resulta interesante este plan para las empresas peninsulares, porque en la región **hay decenas de micro cooperativas que generan planes sustentables** y que requieren de asesoría para promocionarse y crecer.



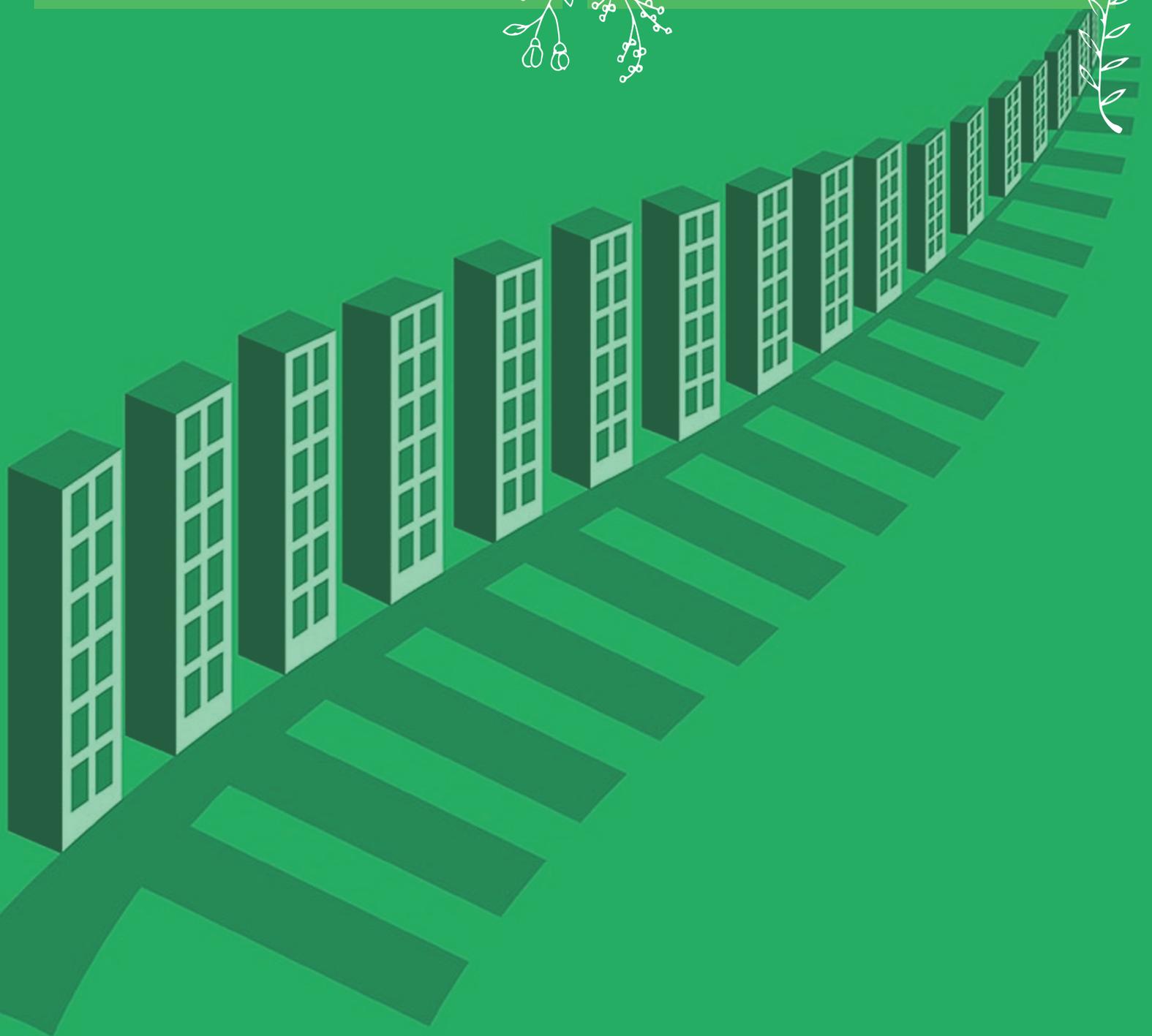
Los emprendedores sociales son un ejemplo de esto, porque han notado la posibilidad de generar negocios sustentables, no sólo con el ambiente, sino también con la comunidad en la que se establecen.

La revista señala que primero deben **medirse los consumos de agua y energía**, así como la generación de residuos, a través de las facturas. Tras eso, se deberán identificar las áreas de mayor consumo.

Después tendrá que definirse un plan para reducir el consumo -como puede ser reciclaje y reutilización de

insumos, o crear tragaluces en la oficina para reducir el consumo energético, y ambas opciones son de bajo costo-, que será implementado y evaluar los resultados. Por último, lo ahorrado podría reinvertirse en proyectos de mayor impacto ambiental, pero también que generen resultados económicos positivos.

La sustentabilidad ambiental ya se convirtió en una parte importante para las empresas, por lo que adoptar estos métodos logrará atraer más clientes, reducir los costos operativos y aportar al bienestar del planeta a través del cuidado de sus recursos. ◆





LOGRA QUE TU EMPRESA **SEA MÁS ATRACTIVA**

Por: C.E.P.

El momento llegó. Tienes que lograr que los inversionistas pongan sus ojos sobre tu compañía y para eso requieres que tu empresa llame la atención en el mercado. Buscas que destaque por sobre las demás, para lograr tus objetivos, entonces quieres *idear un plan para hacerla más atractiva.*

En tu estrategia para que tu empresa destaque **tienes que rodearte de expertos.** Con personas talentosas como líderes, consultores y asesores que te den consejos, podrás aprender de ellos y solicitar su apoyo cuando surja alguna crisis o un problema, o desees expresar tu sentir sobre tu compañía. Esto te abrirá los ojos más allá de ti, y te permitirá contar con un panorama más amplio.

Si quieres salir de un bache, puede ser un problema o hacer crecer a tu empresa, entonces tendrás que conocer a fondo la situación en la que están.

Ten seguridad en tus decisiones. Al contar con esta característica, los inversionistas notarán que eres una persona de acción, más que de palabras. Quédate con tu decisión y permite que se desenvuelva.

Estudia a la competencia, investiga sus estrategias y compáralas con las tuyas. ¿Qué hacen diferente? ¿Les beneficia o perjudica? ¿Qué puedes hacer tú que ellos no hagan?

Adelántate de los demás, definiendo tu posición en el mercado y quédate al frente de la misma. Posiciona tu empresa por sobre las demás, de una forma única.

Apunta a las estrellas. Dirígete hacia lo grande. Entusiasma a tus usuarios e inversionistas con tu proyecto, que sea importante para ellos. Enfócate en algo específico para poder crecer.

También tienes que ser accesible, tener un sitio Web o *un servicio de atención al cliente amable para quien te busque.*

No dejes de informarte. Lee e investiga sobre la situación de tu industria y mercado, reconoce que lo que ocurre y también conversa con tus clientes. Pregúntales cómo se sienten respecto al producto o servicio, y conoce sus necesidades. Recuerda que una de las principales maneras de aprender sobre el mercado es platicar con el mercado mismo.

Encuentra la manera de ser el centro de atención, para que los inversionistas escuchen tu nombre y el de tu empresa en lo que lean. Que escriban sobre ti, que platiquen a sus conocidos de ti. Que tu negocio sea visible para todos. ◆



BUSINESS & INNOVATION CENTER

**Desarrollo de
Prototipos**

**Gestión de la
innovación
empresarial**

**Desarrollo de
Software**

Innovación

Compromiso

Orientación

Resultados

999.99.43.868.

Calle 55 # 560 x 74 y 74-A Col. Centro, Mérida, Yucatán.

contacto@nuvobic.com.mx

www.nuvobic.com.mx



**¿PENSANDO EN DISEÑAR, CONSTRUIR
O REMODELAR TU CASA?**

Tel. (999) 121 28 41

